



**Функции службы маркетинга,
основные каналы привлечения
клиентов. Работа по разным
сегментам ЦА.**

(2012)

Блок маркетинга



1. Входящие обращения
2. Повторные продажи
3. Холодные продажи
4. Партнерские каналы



Обсуживающая и иницирующая составляющие. Привлечение и удержание.

Функции:

- Позиционирование, стратегия
- Формирование продуктов/услуг, ценообразование
- Привлечение
- Удержание
- Обеспечение маркетинговой документацией
- Освещение проходящих важных событий
- Инициация и проведение акций и мероприятий, семинаров и пр.
- Участие в выставках, фестивалях, конференциях
- Координация



Не забываем считать ключевые КРІ по направлению привлечения:

- CPM
- CTR
- CPC
- Конверсия в лид
- CPL
- Конверсия в клиента
- SAC
- Первый чек
- ARPU
- Churn rate (+ анализ динамики по базе)
- Frequency
- Общая выручка
- ROMI

Срезы по услугам, каналам, другие сегментации



- PR/экспертиза/аналитика
- SEM: SEO, контекст
- Медийная реклама
- SMM
- Оффлайновые каналы
- Участие в мероприятиях
- Комплексные спецпроекты



- Системные интеграторы
- Сетевые РА
- Игроки смежных рынков
- Старшие и младшие братья



1. Фиксация текущей ситуации. Фиксация целей.
2. Определяемся с задачами.
3. Линейка услуг, вектор развития.
4. Определение целевой аудитории.
5. Определение преимуществ и УТП.
6. Конкурентная среда.
7. Позиционирование.
8. Структура процессных и проектных активностей.
9. Каналы коммуникации с потребителем, матрица критериев.
10. Базовый маркетинговый план на период.
11. KPI. Инструменты фиксации и аналитики.
12. Развитие и корректировки стратегии.



- Больше материалов для агентств/студий в «Библиотеке RUWARD»: www.ruward.ru/library/
- * Презентация и видео разработаны в рамках спецпроекта с компанией Мегаплан

На этом по третьей лекции у нас все, спасибо за внимание! =)

