

МАРКЕТИНГ КАК СИСТЕМА

#онлайнофлайн

Владимир Кулаков

Член Гильдии маркетологов РФ (спикер Гильдии)

Член совета Самарского маркетингового клуба

Эксперт Национальной премии бизнес-коммуникаций

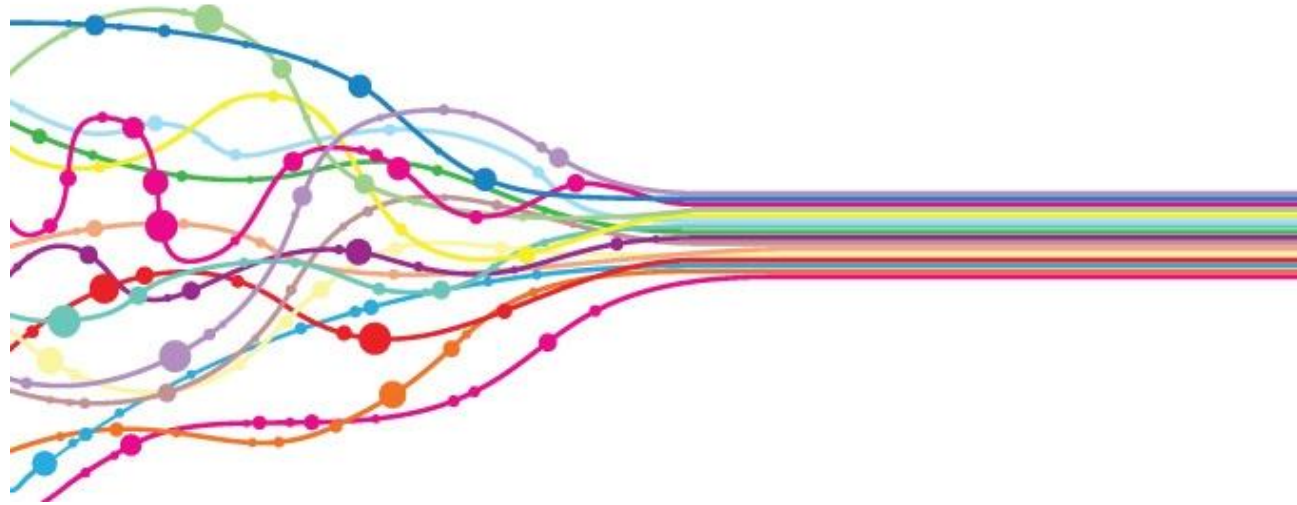
Продюсер маркетинговой конференции «Онлайн+Офлайн»

Основатель OMNI (группа KULAKOV.PRO)

СИСТЕМА ЗАРАБОТАЕТ?...

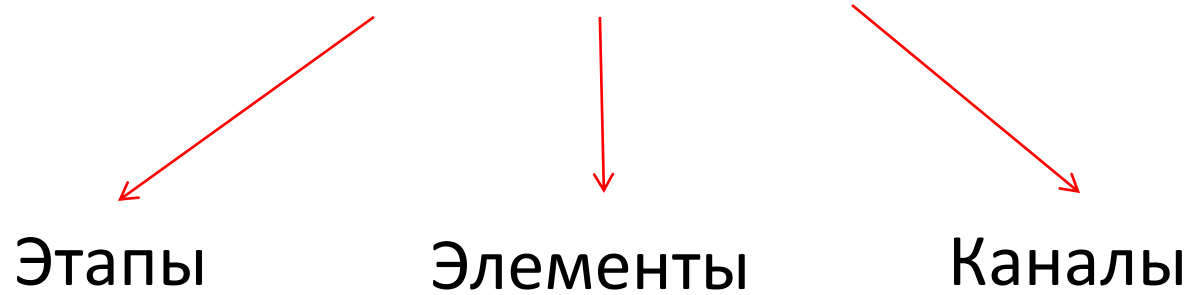
2 000 определений маркетинга!
Кто больше?

Творческий хаос
VS
Система

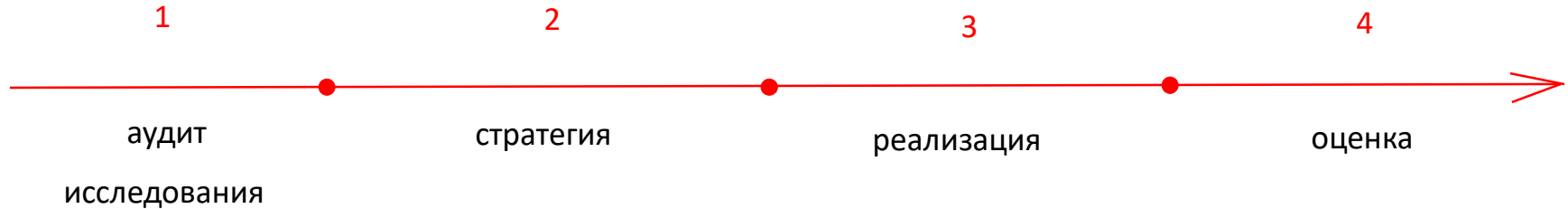


Маркетинг как система.

3 измерения.



Маркетинг как система. Этапы.



4 Р

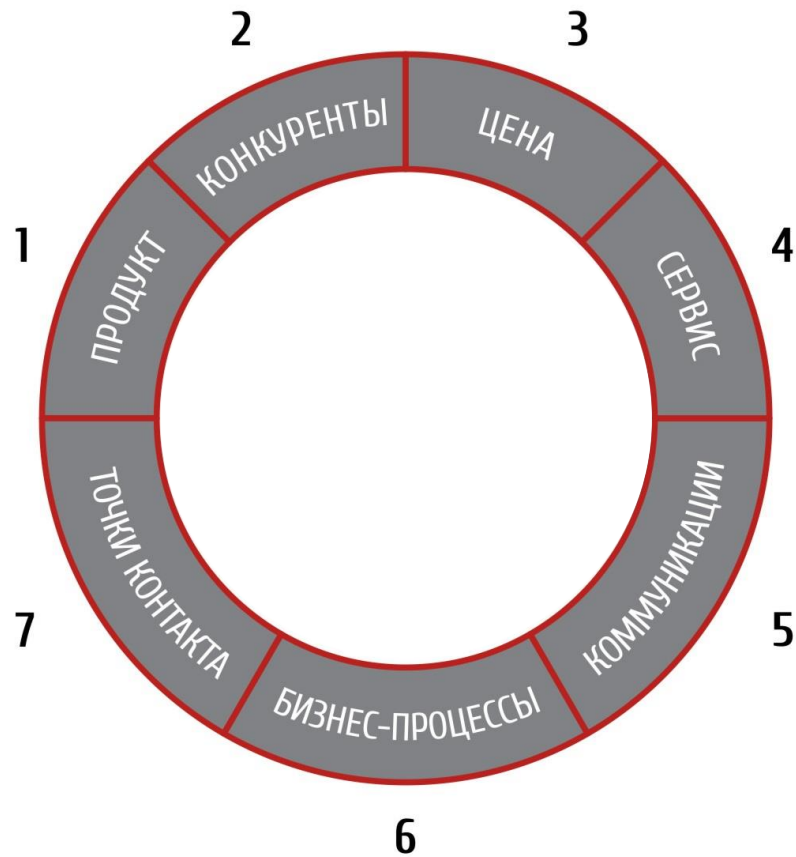
5 Р

7 Р

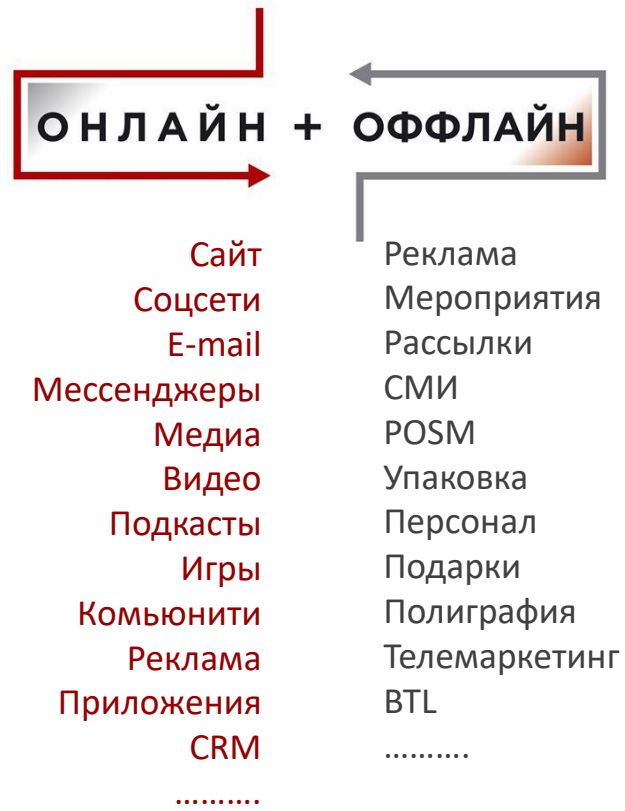
4 С

Концепций много, а какая применима к вашему бизнесу?

Маркетинг как система. Элементы.

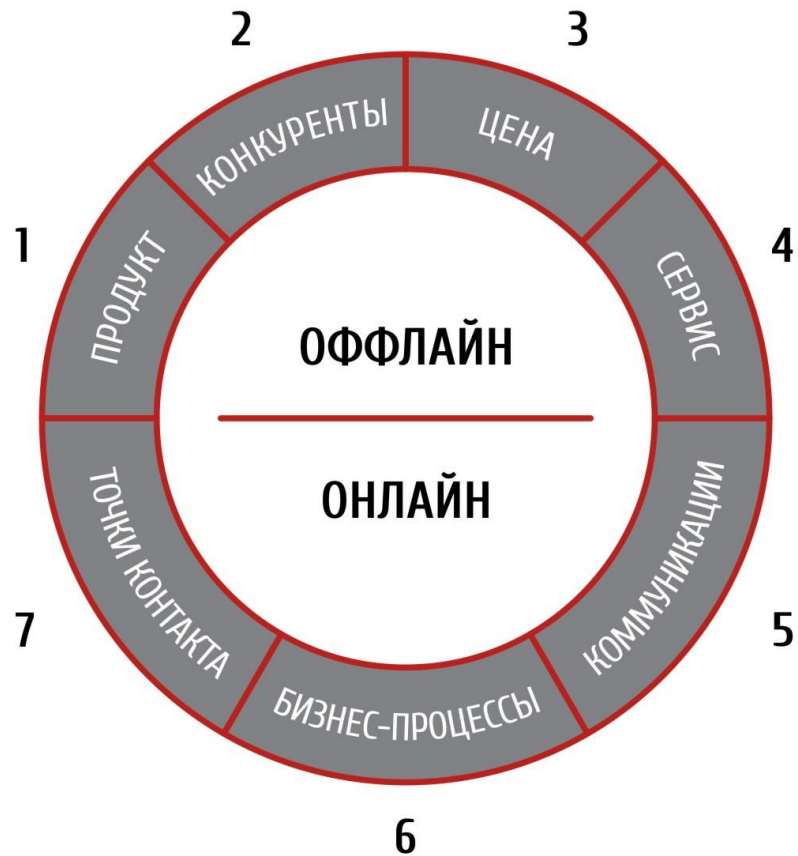


Маркетинг как система. Каналы.



СИСТЕМА ЗАРАБОТАЕТ
ТОЛЬКО ТОГДА....

Маркетинг как система. Матрица OMNI.



Маркетинг как система. Матрица.



1



2



3



4



аудит

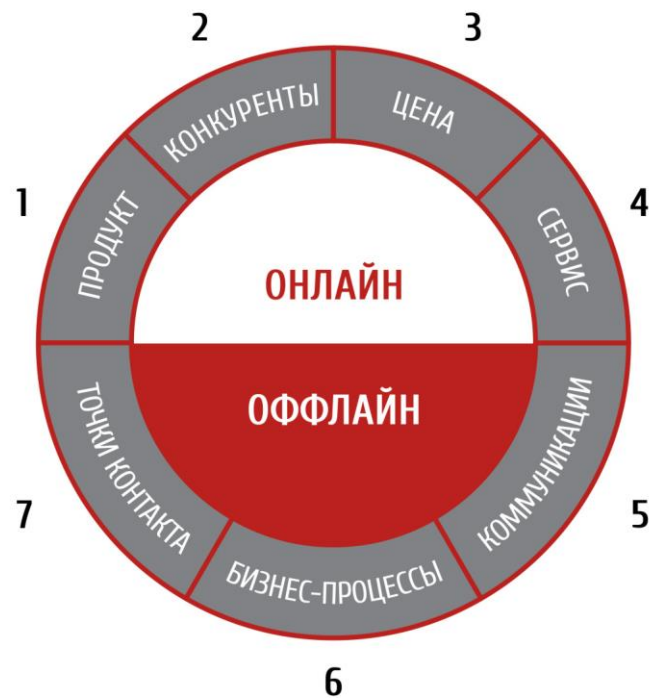
стратегия

реализация

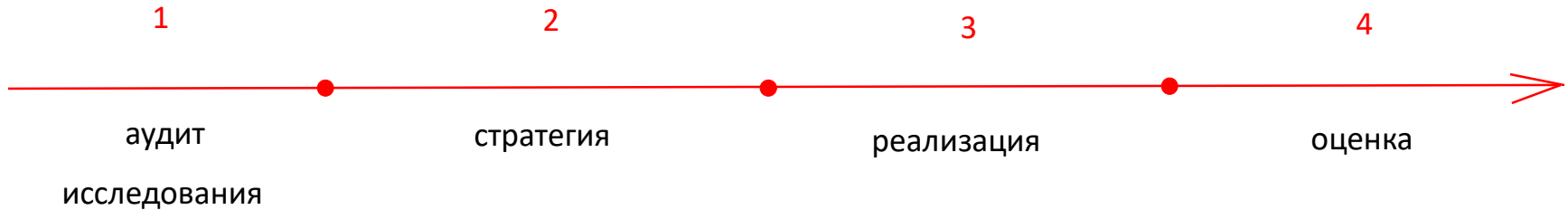
оценка

исследования

На всех этапах маркетингового планирования:
аудит, стратегия, реализация, оценка.



Маркетинг как система. Матрица.



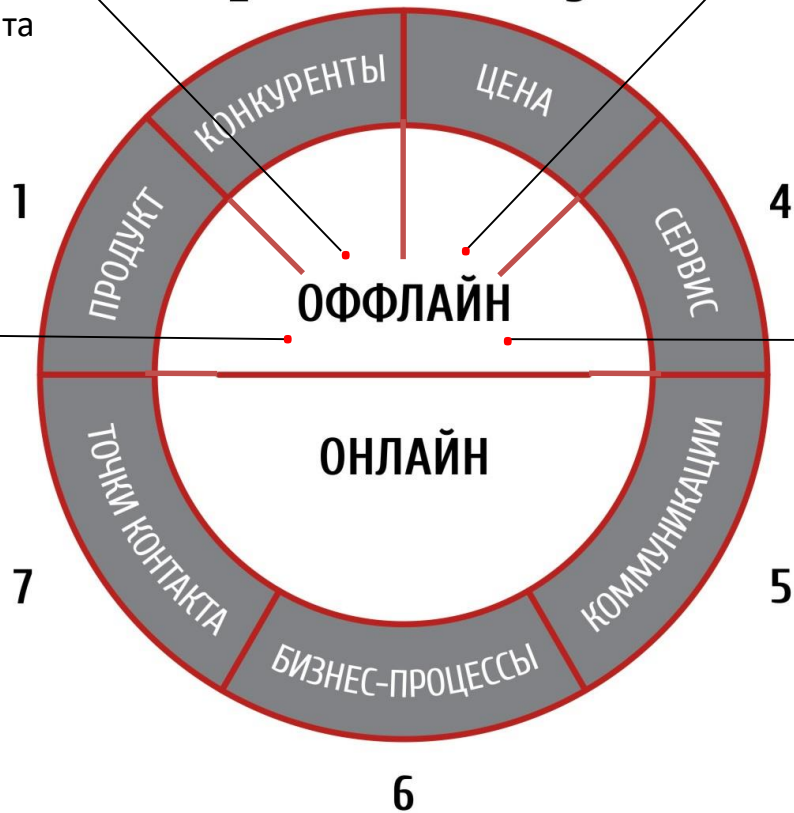
АУДИТ. ОФФЛАЙН (1-4)

- Перечень конкурентов;
- Оценка каждого конкурента «360°»;
- Основа конкурентной стратегии .

- Ценовая политика;
- Система ценообразования.

- УТП;
- Упаковка (товар) или презентация (услуга);
- Дистрибуция.

- Специфика сервиса;
- Сервис как конкурентное преимущество.



АУДИТ. ОФФЛАЙН (5-7)



АУДИТ. ОНЛАЙН (1-4)

- Представленность конкурентов;
- Маркетинговые активности.

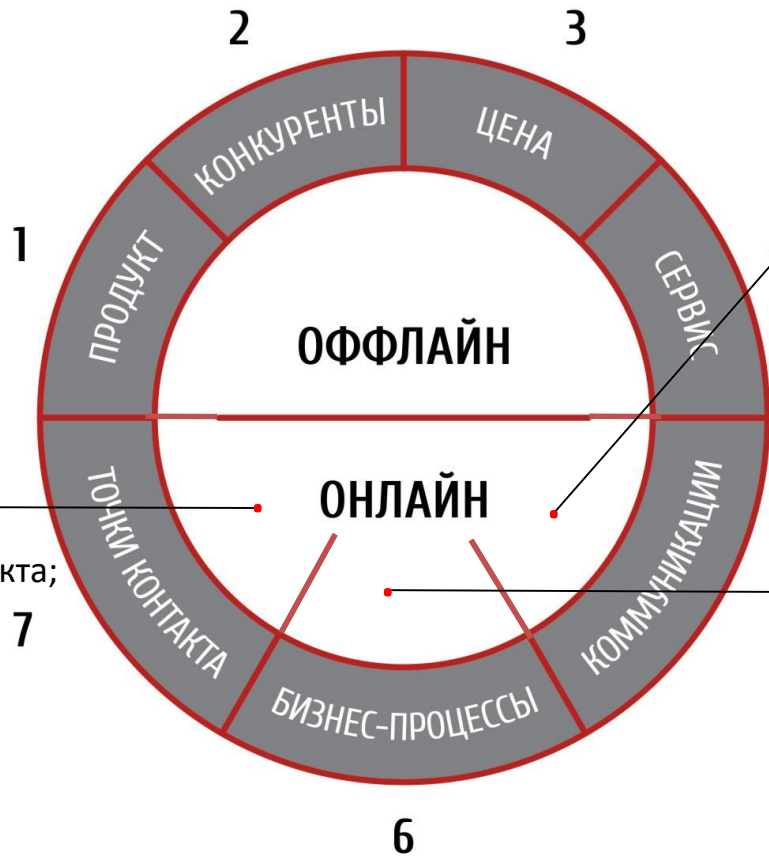
- Наличие «интернет цен»;
- Онлайн-калькулятор цен;
- Доступность цен в интернете по отрасли.

- Презентация продукта;
- Специфика спроса онлайн;
- Специфика продаж онлайн.

- Наличие клиентского сервиса в интернете;
- Специальный сервис при покупках онлайн.



АУДИТ. ОНЛАЙН (5-7)



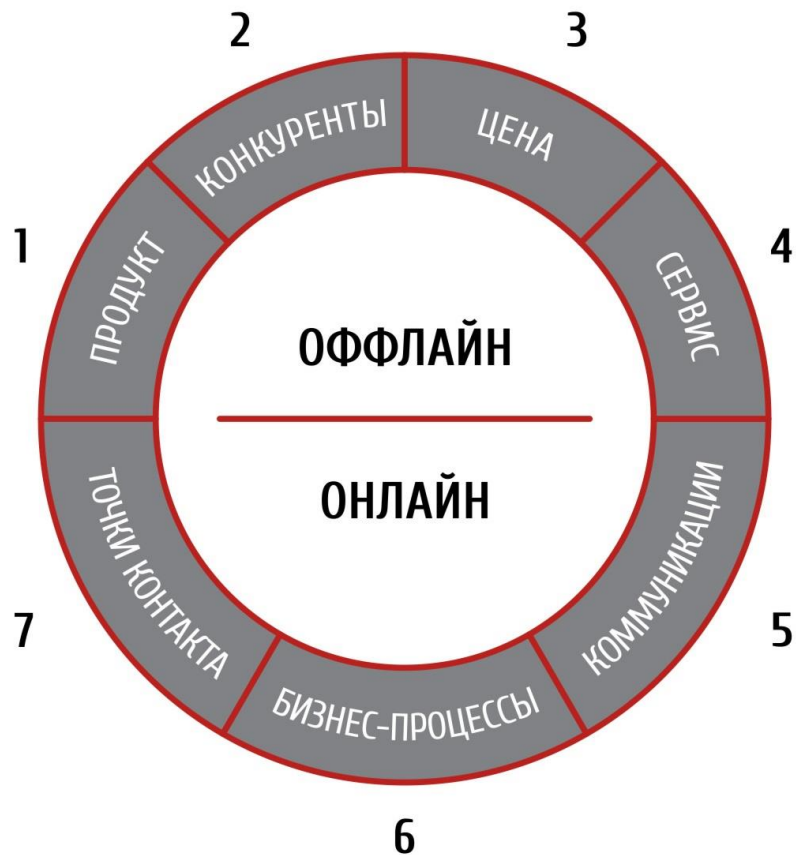
- Действующие каналы;
- Оценка эффективности.

- Существующие точки контакта;
- Оценка эффективности.

- Действующие процессы;
- Оценка эффективности.

СТРАТЕГИЯ

(14 элементов он/офф на всех 4-х этапах)

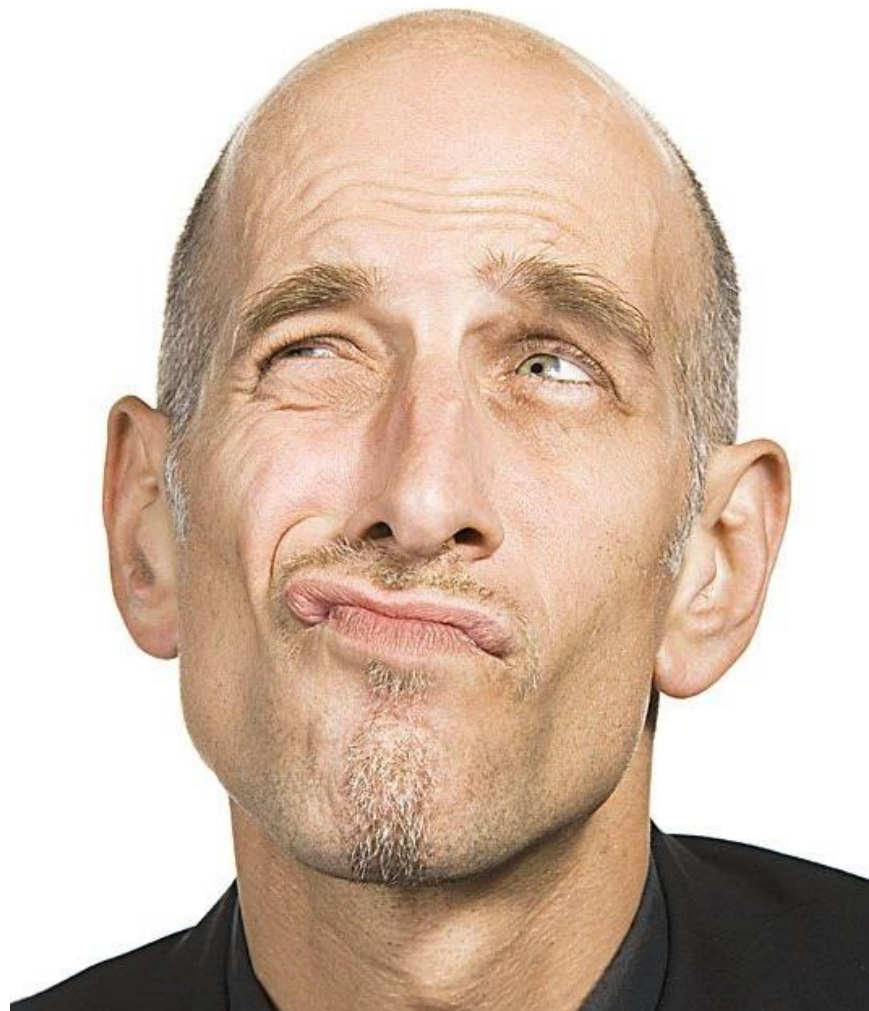


С учетом результатов аудита по всем 14 элементам:

1. Создается перечень того, что можно улучшить.
2. Добавляются инновации в текущую деятельность.
3. Устанавливаются KPI.
4. Определяются риски.
5. Формируется бюджет.
6. Устанавливаются сроки.

...а дальше реализация и оценка результатов

ЭТО ВСЁ ПОНЯТНО,
А КОГДА МЫ
ПОГОВОРИМ ПРО
ДЕНЬГИ?



СИСТЕМА ЗАРАБОТАЕТ
ТОЛЬКО ТОГДА....

СИСТЕМА В БИЗНЕСЕ ЗАРАБОТАЕТ
ТОЛЬКО ТОГДА,
КОГДА ПОЯВИТСЯ
СИСТЕМНОСТЬ В ВАС

ЛЮБАЯ СИСТЕМА НА ЭТАПЕ
ВНЕДРЕНИЯ ВСТРЕЧАЕТ
СОПРОТИВЛЕНИЕ...
БУДЬТЕ ГОТОВЫ К ЭТОМУ

FAQ

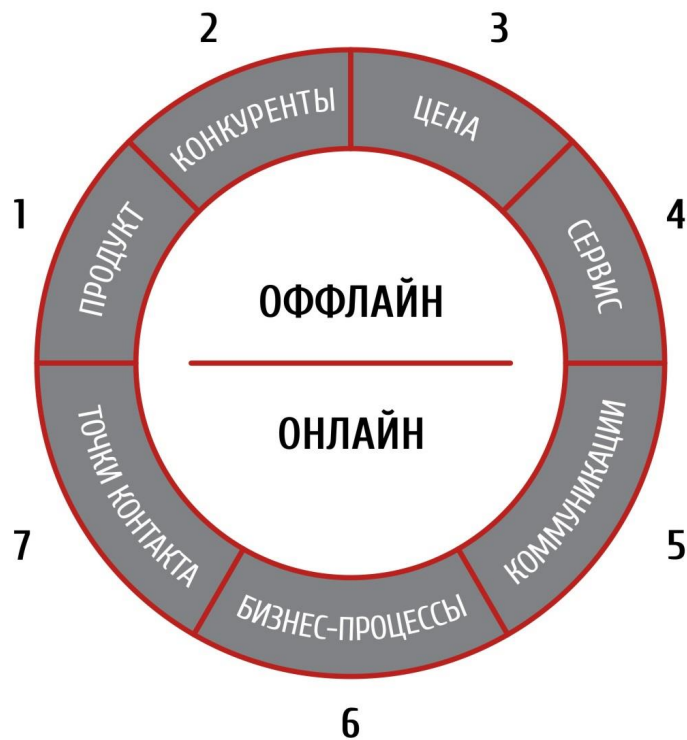
А где здесь потребители и ценности?

В какой момент считаем ROI?

Что если нет онлайн или оффлайна?

У нас своя система...

А можно вообще без системы?



Продолжить погружение в системный маркетинг:



Первая практическая конференция объединяющая опыт компаний в сфере онлайн и оффлайн маркетинга. Без пафоса. Только практика.

22 ноября в Самаре.

www.omni-conf.ru facebook.com/onlineofflineconf/



Построение системы онлайн и оффлайн коммуникаций, комплексный digital-маркетинг, SMM.

www.omni.com.ru



Аудит маркетинга, стратегия, исследования.

www.kulakov-pro.ru

Есть вопросы? Пишите: welcome@omni.com.ru