

МЕНТАЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГ

Маркетинг

- вид человеческой деятельности, направленной на удовлетворение нужд и потребностей посредством обмена

Филип Котлер

МАРКЕТИНГ



МЕНТАЛЬНЫЙ

Всё, что связано с головой и мыслями,
имеет высокую интеллектуальную
стоимость
идеи и креатив

ТЕХНИЧЕСКИЙ

*Таргет, контекст, аналитика,
CRM системы, просчет лидов,
CPA, CPL, настройки воронок
продаж*

Обе разновидности маркетинга **не могут**
работать друг без друга

МАРКЕТИНГ = ПРОДАЖА

Маркетинг – это большой процесс в механизме компании

А с точки зрения экономики, цель любой компании – зарабатывать деньги

Поэтому, задача маркетинга – не создавать креатив ради креатива, а способствовать компании заработку больших денег

СТРАТЕГИЯ ЗАРАБОТКА ДЕНЕГ

БЫСТРЫЕ ДЕНЬГИ

- Китайские товары
- Попасть в быстрый тренд
- Тендеры
- Выжечь базу

СРЕДНИЕ ДЕНЬГИ

- Работать без инвесторов
- Возможность работать в долгу
- Стабильно расти

ДОЛГИЕ ДЕНЬГИ

- Работать на капитализацию
- Копить базу, собирать подписчиков
- Работать с одной бизнес моделью, чтобы потом переключиться на другую
- Привлекать инвестиции
- Долгое время не иметь прибыли

МАРКЕТИНГ – ЭТО НЕ ПРОСТО УПАКОВКА

Маркетинг – способность компании
меняться, создавать новые продукты
предчувствуя потребности сегодняшнего и
завтрашнего покупателя

Андрей FEDORIV
гениальный украинский маркетолог

МАРКЕТИНГ

Обработка клиентов через мессенджеры, e-mail, смс, автодозвоны, звонки

Разработка продуктов, которые будут продаваться в соответствии со стратегией

Работа над позиционированием компаний и ей продуктов

Ведение социальных сетей (SMM)

Упаковка продукта в маркетинговые материалы

Генерация трафика (лидов) через таргетинг, контекст, SEO, работу с блогерами, оффлайн маркетинг, PR акций, партнёрские программы, реферальные программы и прочее

Аналитика маркетинговой деятельности в широком смысле: продукт, аудитория, трафик, конверсии, обработка

Взаимодействие сотрудников компании с внешним миром (в том числе речь, униформа)

ТРАФИК

- Таргетинг в социальных сетях **INSTAGRAM, FACEBOOK, Вконтакте, Одноклассники**
- Контекстная реклама в браузерах
- SEO оптимизация
- Коллаборация с блогерами
- Доски объявлений: **OLX, SATU, MARKET.KZ**
- **KOLESA, KRISHA, CHOCOLIFE**
- Оффлайн маркетинг в местах массового скопления людей
- Партнёрские программы
- Реферальный программы

КОНВЕРТОРЫ

- Сайт
- Landing Page
- Одноблочный LP
- Квизы
- Google Forms
- Чат-боты
- Мессенджеры

ОБРАБОТКА

- Звонки
- СМС
- E-mail
- Автодозвоны
- Мессенджеры
- Чат-боты
- Догоняющая реклама

ОСНОВНОЙ ПРОДУКТ
МАРКЕТИНГА -
ДОВЕРИЕ

Все маркетологи мира каждый день борются за доверие клиентов:

1. Вызывает ли этот цвет доверие?
2. Вызывает ли этот лэндинг доверие?
3. Вызывает ли этот блогер доверие?
4. Вызывает ли этот текст доверие?
5. Вызывает ли та реклама доверие?
6. Вызывает ли эта локация доверие?
7. Вызывает ли эта цена доверие?
8. Вызывает ли этот офис доверие?

Доверяют ли клиенты вам свои деньги?

**ТОЛЬКО ДОВЕРИЕ
ПРИВЕДЁТ В
БОЛЬШИМ ПРОДАЖАМ**

**ДОВЕРИЕ = ВОРОНКА
ПРОДАЖ**

ПРАВИЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГ – ИДЕАЛЬНО ПОДОБРАННАЯ КОМБИНАЦИЯ ДЛЯ ПОКУПАТЕЛЯ

Почему какой-то продукт хорошо
продаётся **с точки зрения** маркетинга?

Потому что комбинация из ключевых
элементов именно для этого продукта
(ниши) **собрана правильно**

ПРОДУКТ «БАКАЛАВРИАТ» В МЕЖДУНАРОДНОЙ АКАДЕМИИ БИЗНЕСА В 2014 ГОДУ: РЕКОРДНЫЙ НАБОР

- Нет взяток
- Качество обучения выше среднего
- Красивые парни и девушки (**важных акцент**)
- Активная студенческая жизнь (**важный акцент**)
- Много вечеринок
- Рядом есть МЕГА
- Хорошее задание для того времени
- Активный маркетинг
- Молодые лидеры (**лица маркетинга**)
- Некоторые преподаватели были реальными предпринимателями
- Цена обучения - средняя

ПРОДУКТ Tender First в 2017-2018 годах:

- Сложная тема объясняется на простом языке
- Агрессивный маркетинг
- Много постоянных бесплатных мероприятий
- «деньги» как главный конечный продукт
- Много кейсов
- Большой рынок
- Наличие инвестиций
- Много бесплатного контента, который раньше никто не создавал по данной теме

ПРОСЧЁТ ROMI

**ROMI = прибыль кампании – расходы / инвестиции *
100%**

Возврат маркетинговых инвестиций на 1 клиента

Конкуренция по цене – Плохая долгосрочная стратегия

Нужно конкурировать мозгами,
брендом, качеством и
ЭМОЦИЯМИ

В конце концов, *хотя бы не
дрель продавайте а дырку в
стене*

**ЧЕМ БОЛЬШЕ БЮДЖЕТ
И МАСТШТАБ, ТЕМ
БОЛЬШЕ ВЛИЯНИЕ
КАЖДОГО ПРОЦЕНТА
КОНВЕРСИИ НА
КАЖДОМ ЭТАПЕ**