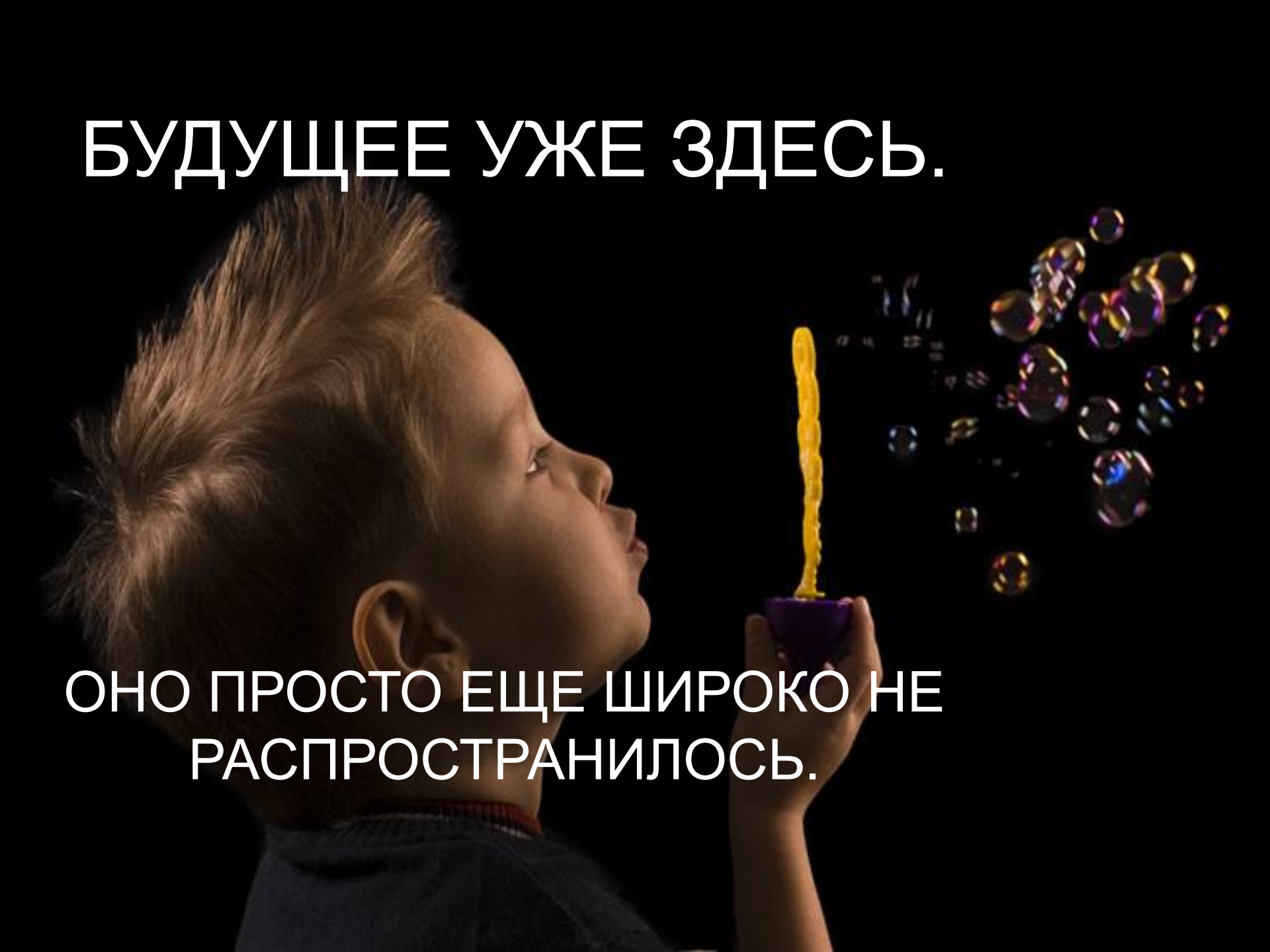
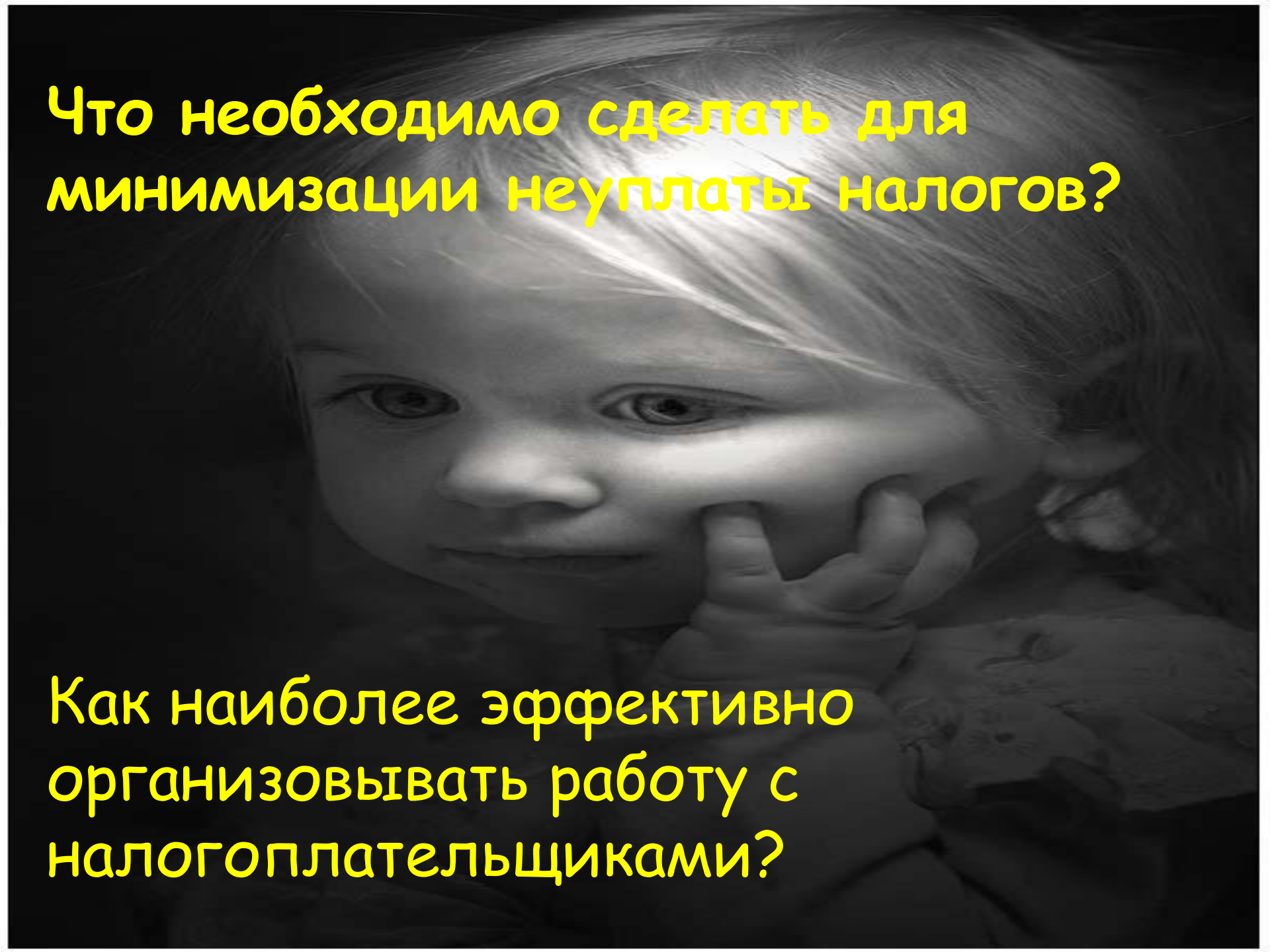
МАРКЕТИНГ В НАЛОГООБЛОЖЕНИИ


БУДУЩЕЕ УЖЕ ЗДЕСЬ.
ОНО ПРОСТО ЕЩЕ ШИРОКО НЕ РАСПРОСТРАНИЛОСЬ.



Что необходимо сделать для минимизации неуплаты налогов?

Как наиболее эффективно организовывать работу с налогоплательщиками?

МАРКЕТИНГ С ПОЗИЦИИ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ – ЭТО СОВОКУПНОСТЬ ДЕЙСТВИЙ, ПРИВОДЯЩИХ К РОСТУ СОБИРАЕМОСТИ НАЛОГОВ В БУДУЩЕМ.

ABV

ИСТОЧНИКИ ФИНАНСИРОВАНИЯ

БЮДЖЕТНЫЕ АССИГНОВАНИЯ	ИНВЕСТИЦИИ БИЗНЕСА

ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ МАРКЕТИНГОВОГО ОТДЕЛА ФНС

- изучение основных потребностей налогоплательщиков в сфере отношений инспекция – плательщик;
- исследование положительных и отрицательных отзывов о работе налоговой службы;
- укрепление репутации и имиджа налоговой службы в РФ;
- «продвижение» налоговых служб (реклама и содержание налоговых служб);
- стимулирование формирования законопослушного налогоплательщика (социальная реклама, web-marketing, директ-маркетинг и т.д);
- организация работы по информированию налогоплательщиков (почтовые рассылки, создание единой национальной службы информирования налогоплательщиков).

ABV

СИСТЕМАТИЧЕСКИЙ ПОДХОД МАРКЕТИНГОВОГО ПЛАНИРОВАНИЯ:

1) **Анализ налогоплательщиков;**

2) **Сегментирование**

налогоплательщиков;

3) **Разработка комплекса маркетинга.**

Укрепление репутации и имиджа налоговой службы

- Выявление основных положительных и отрицательных отзывов налогоплательщиков о работе налоговой службы.
- Изменение отношений с налогоплательщиками.

Налоговая служба работает ВМЕСТЕ с налогоплательщиками, а не против них!

ЗАПЛАТИ НАЛОГИ
И СПИ СПОКОЙНО

ЗАПЛАТИ НАЛОГИ,
ПРОВЕРЬ ПРАВИЛЬНОСТЬ ИХ
РАСХОДОВАНИЯ,
ПРИВЛЕКИ К
ОТВЕТСТВЕННОСТИ ТЕХ,
КТО ДЕНЬГИ РАСТРАТИЛ,
ЖИВИ И РАБОТАЙ ЛУЧШЕ!

БЛАГОДАРЮ ЗА ВНИМАНИЕ!