

# *Проектная работа на тему: «Маркетинг консалтинговых услуг»*


Выполнили: студентки д/о экономич.  
факультета, специальности «менеджмент  
организации», 571 гр., Малахова Т.И.,  
Загуляева Д.А.,  
Гильфанова Д.И.

# Консалтинг

(от англ. "consulting" – консультирование, предоставление консультации) – это предоставление платных услуг

фирмам по оптимизации и актуализации своего бизнеса.





Маркетинг  
консультационных  
услуг

обычно направлен  
на формирование  
определенного  
имиджа  
консалтинговой  
компании, а не  
конкретные продажи  
услуг.

# Главная задача маркетинга консалтинговых услуг

- обеспечение таких коммуникаций с целевыми группами потребителей, которые позволят продемонстрировать уровень компетенции ключевых специалистов компании.




# МАРКЕТИНГ КОНСАЛТИНГОВЫХ УСЛУГ ИМЕЕТ СЛЕДУЮЩИЕ ЧЕРТЫ:

- ◎ **Неосвязаемость**
- ◎ **Неотделимость**  
**от источника**
- ◎ **Непостоянство**  
**качества**
- ◎ **Несохраняемость**





# СПЕЦИФИКА ПОТРЕБИТЕЛЕЙ КОНСАЛТИНГОВЫХ УСЛУГ:

- ◉ Добиваясь увеличения эффективности своего бизнеса  удовлетворяют свои собственные потребности;
- ◉ Высший менеджмент компании - профессиональный потребитель;
- ◉ Обычно консалтинговыми услугами пользуются ведущие, находящиеся в стадии роста или развития компании;
- ◉ Обычно стоимость консалтинговых услуг составляет незначительную долю в расходах клиента.

◎ *государственный рынок - один из наиболее привлекательных для многих отраслей консалтинга;*

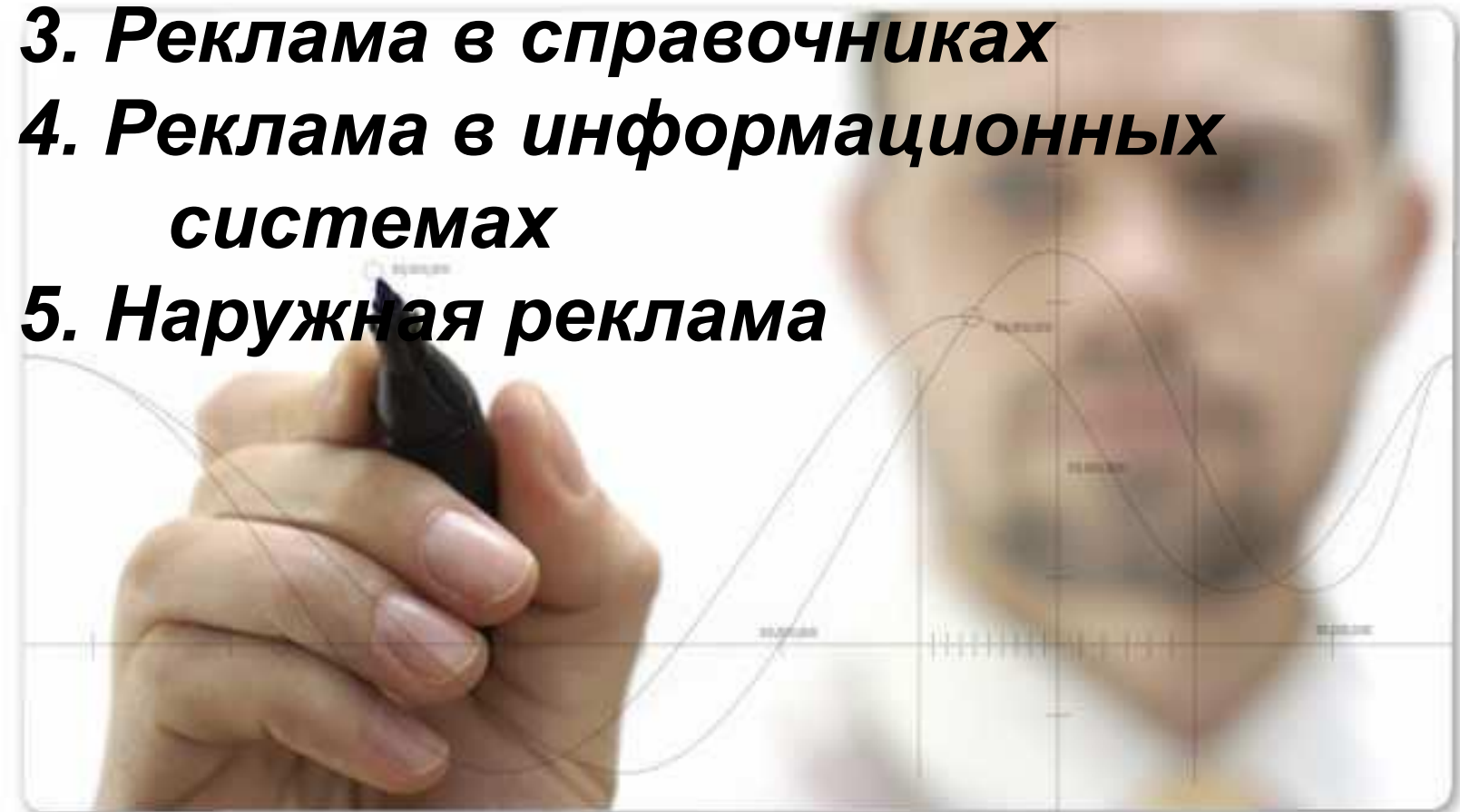
◎ *Около 80% клиентов*

*приходят в компанию повторно.*



# Методы привлечения новых клиентов:

- 1. Выбор звучного имени (по Ф.Кросману)**
- 2. Реклама в печати**
- 3. Реклама в справочниках**
- 4. Реклама в информационных системах**
- 5. Наружная реклама**





## **5. Реклама в Интернет**

**- информационные  
каталоги**

**- поисковые системы**

**- баннерная  
реклама**



## **6. Спонсорская деятельность**

- профессиональные конференции**
- культурные и спортивные мероприятия**



- проекты Pro-bono**

## **7. Рекламный бюджет**



**8. Разбить свои консалтинговые возможности на несколько «подразделений», позиционировать себя как «узкого» специалиста (по Ф. Кросману)**



# ОСНОВНЫЕ СТРАТЕГИИ, КОТОРЫЕ ИСПОЛЬЗУЮТСЯ КОНСУЛЬТАНТАМИ В РОССИИ:

- Демонстрация профессиональных знаний и престижа;
- Использование сети друзей и друзей друзей;
- Коммерческая реклама;
- Производство нового консультационного продукта для потенциальных клиентов.





# Варианты целей консалтинговых проектов:

- оптимизация системы управления;

- оптимизация  
отдельной  
функциональной  
области;

- разработка  
методологии  
ведения  
деятельности.





## Ошибки в рекламе:

- неверный выбор носителей рекламы

- невнимательное отношение к  
собственной рекламе

- использование в рекламных  
материалах  
типовой графики



# Заключение



**Спасибо за  
внимание!**

