

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.



A photograph of four men in dark suits standing on a balcony or terrace in front of a modern building with a large glass facade. The building's glass reflects the sky and clouds. The men are engaged in conversation, with one man gesturing as he speaks. The sky is blue with some light clouds.

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;*

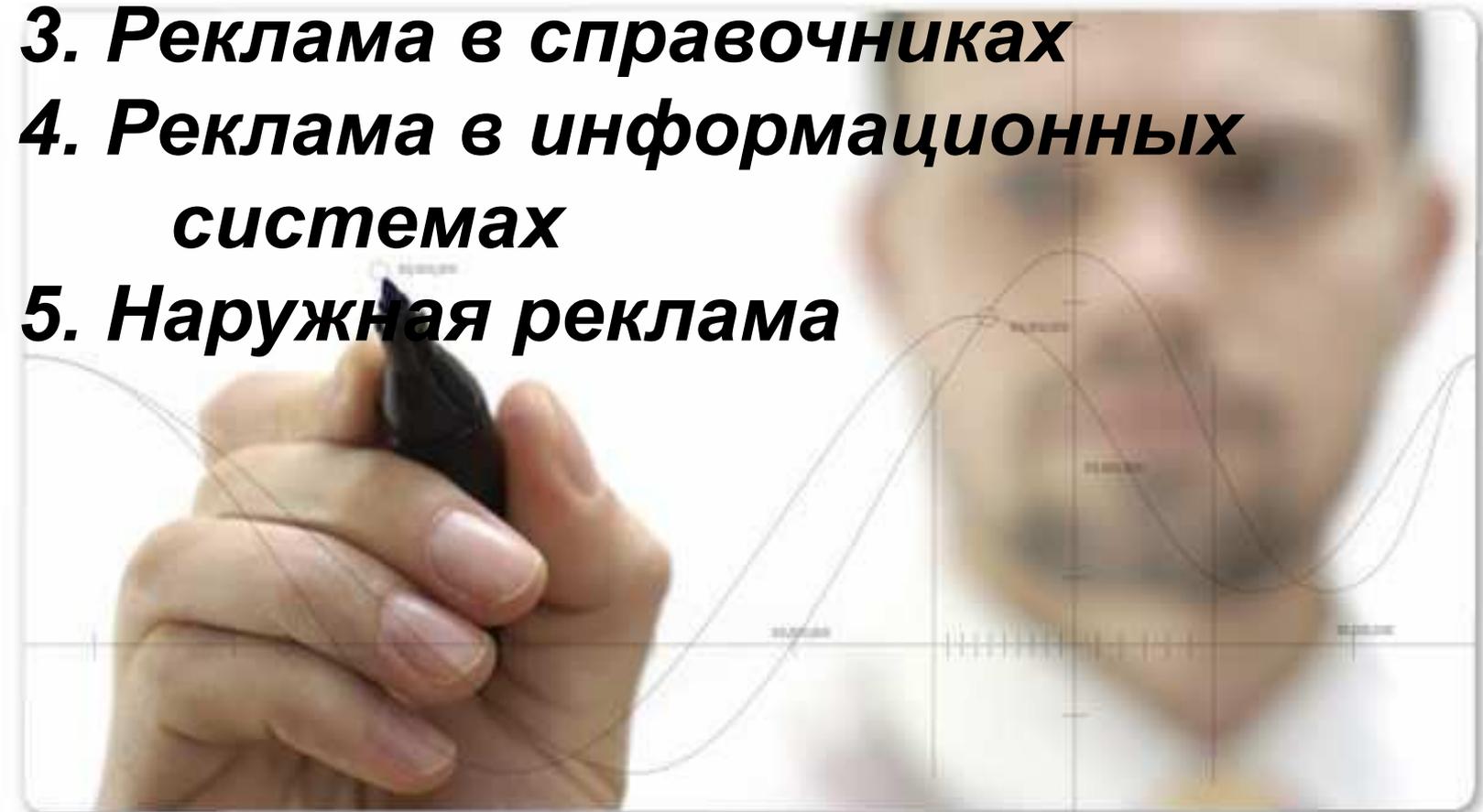
◎ *Около 80% клиентов*

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!**

