

Маркетинговый анализ работы веб-студии:

**ищем способы повышения
эффективности работы**

Андрей Коновалов

Консультант по маркетингу

Что? Где? Когда?

Что такое маркетинговый анализ?

«Где анализируется?»

Когда возникает необходимость в нем?

Что такое маркетинговый анализ?

**Основная цель маркетинга –
максимизация дохода
компании**

**Маркетинговый анализ –
поиск путей и препятствий в
достижении этой цели**

«Где» – что анализируется?

**Все, что может влиять на
прибыль компании**

Когда необходим?

Правило жареного петуха:
**Обычно необходим не тогда,
когда применяется...**

Лучше незаметная профилактика,
чем решительная ампутация.

Критерии оценки

Наша мера – эффективность!

Отношение затрачиваемых сил
и средств к получаемому
результату

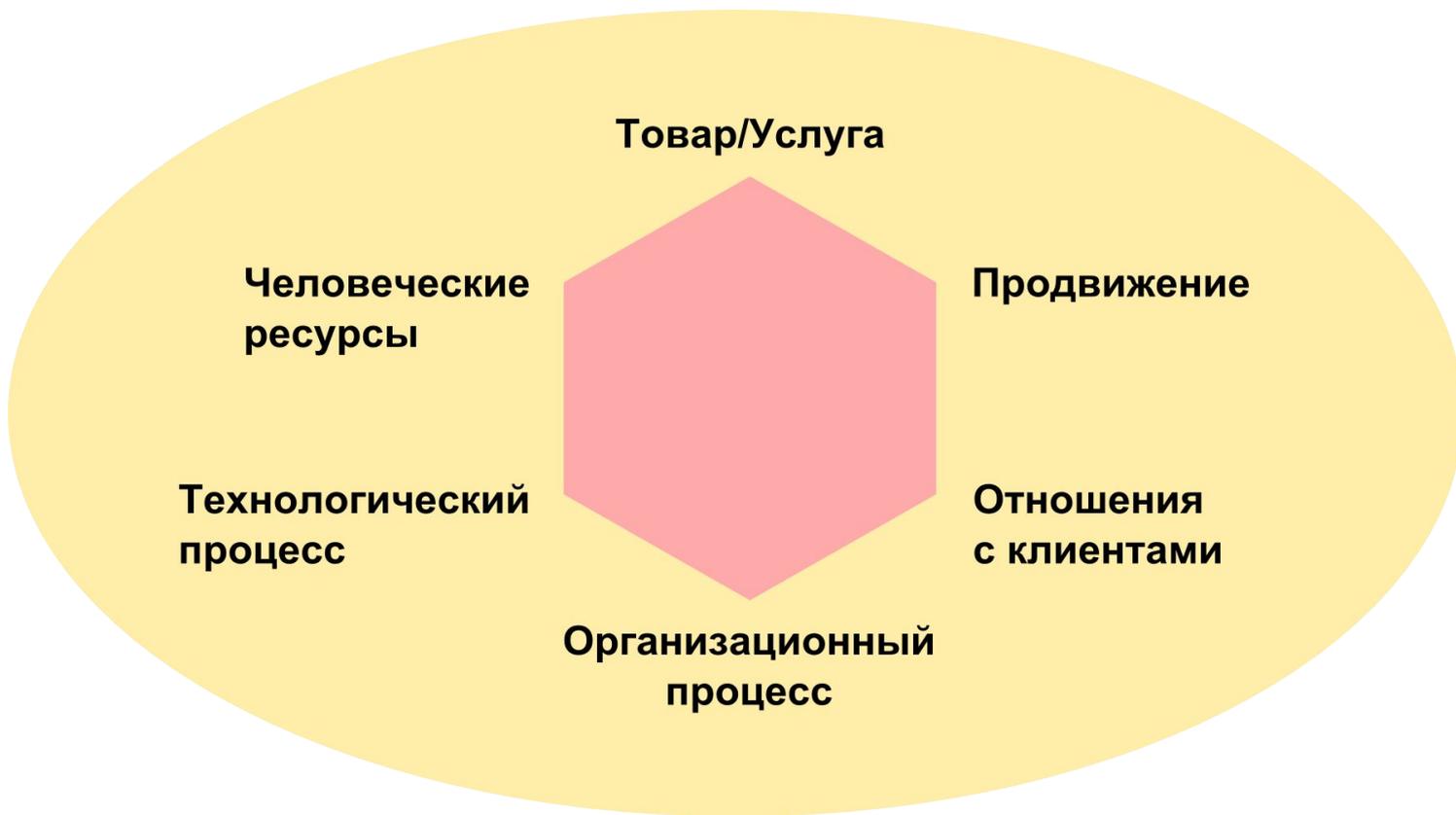
NB!

**Эффективность –
НЕ РАВНО
успешности!**

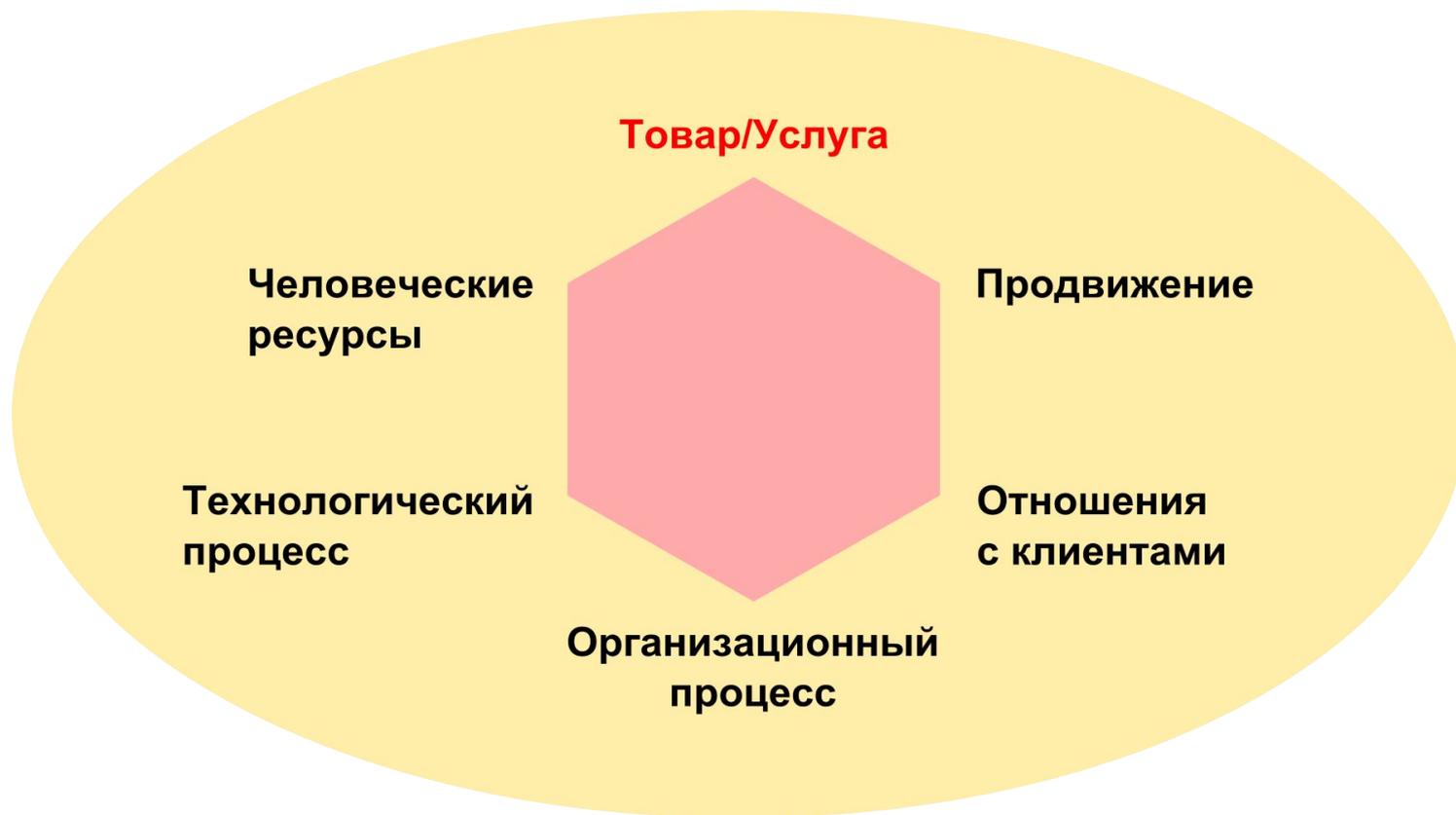
Главный калибр

**Сегментированное
рассмотрение – нарежем
компанию на дольки!**

Шесть кусочков студии

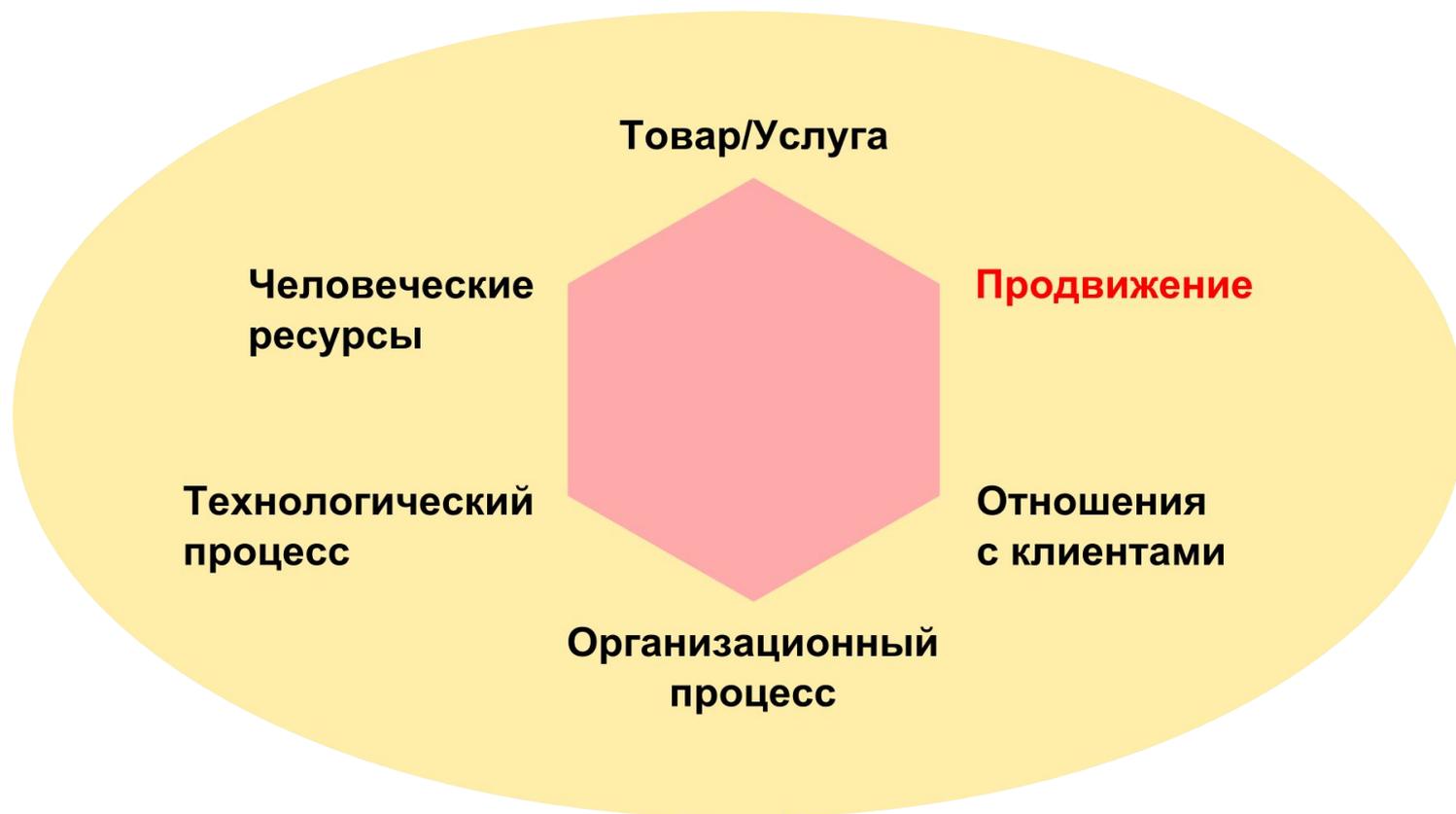


Производим



«Услужная» линейка, наличие потребителей, сформированность спроса, потребительские характеристики товара/услуги (цена, качество)

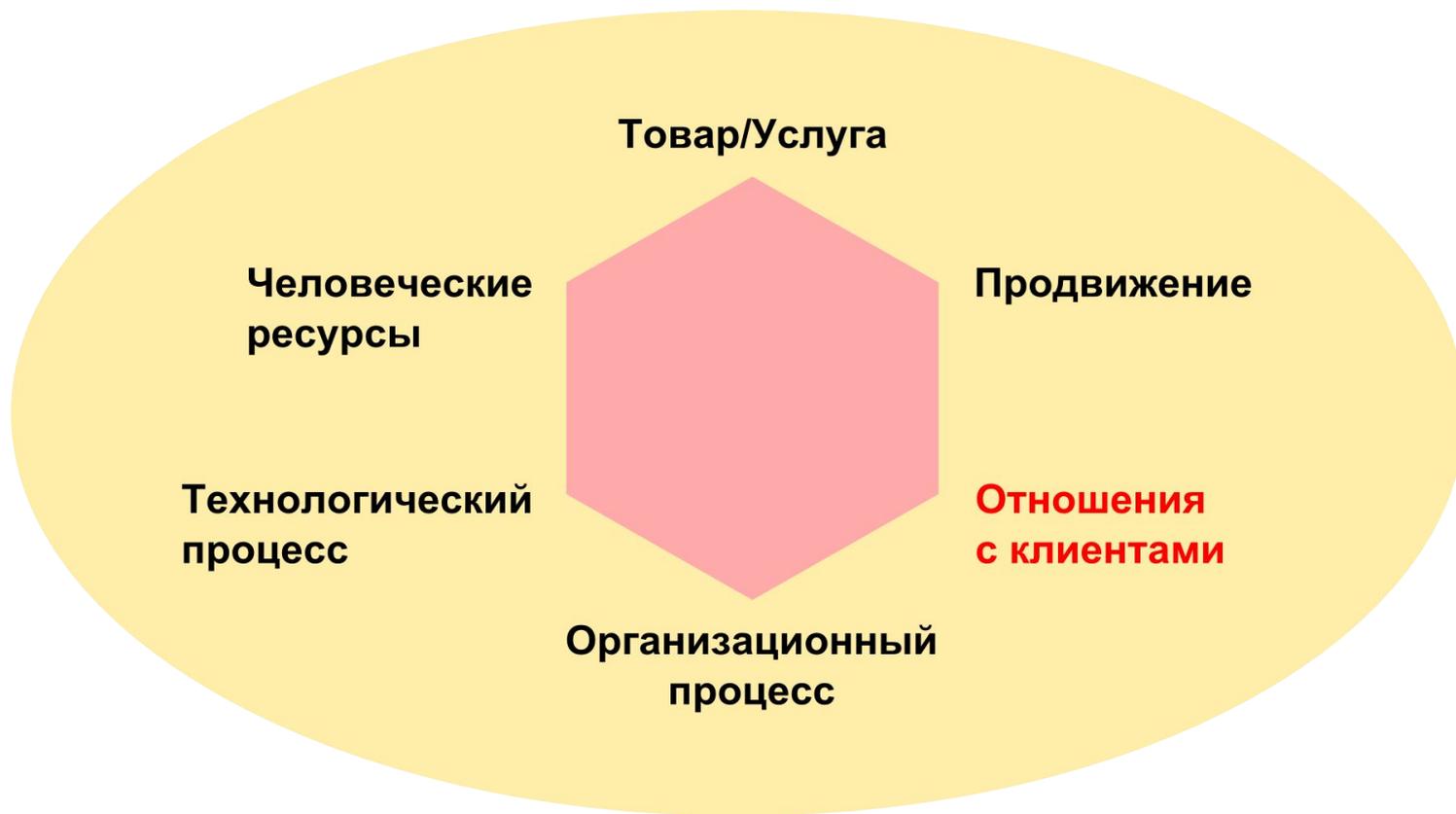
Двигаем



Выбранные сегменты потребителей, соответствие позиционирования, каналов информации, реклама, PR.

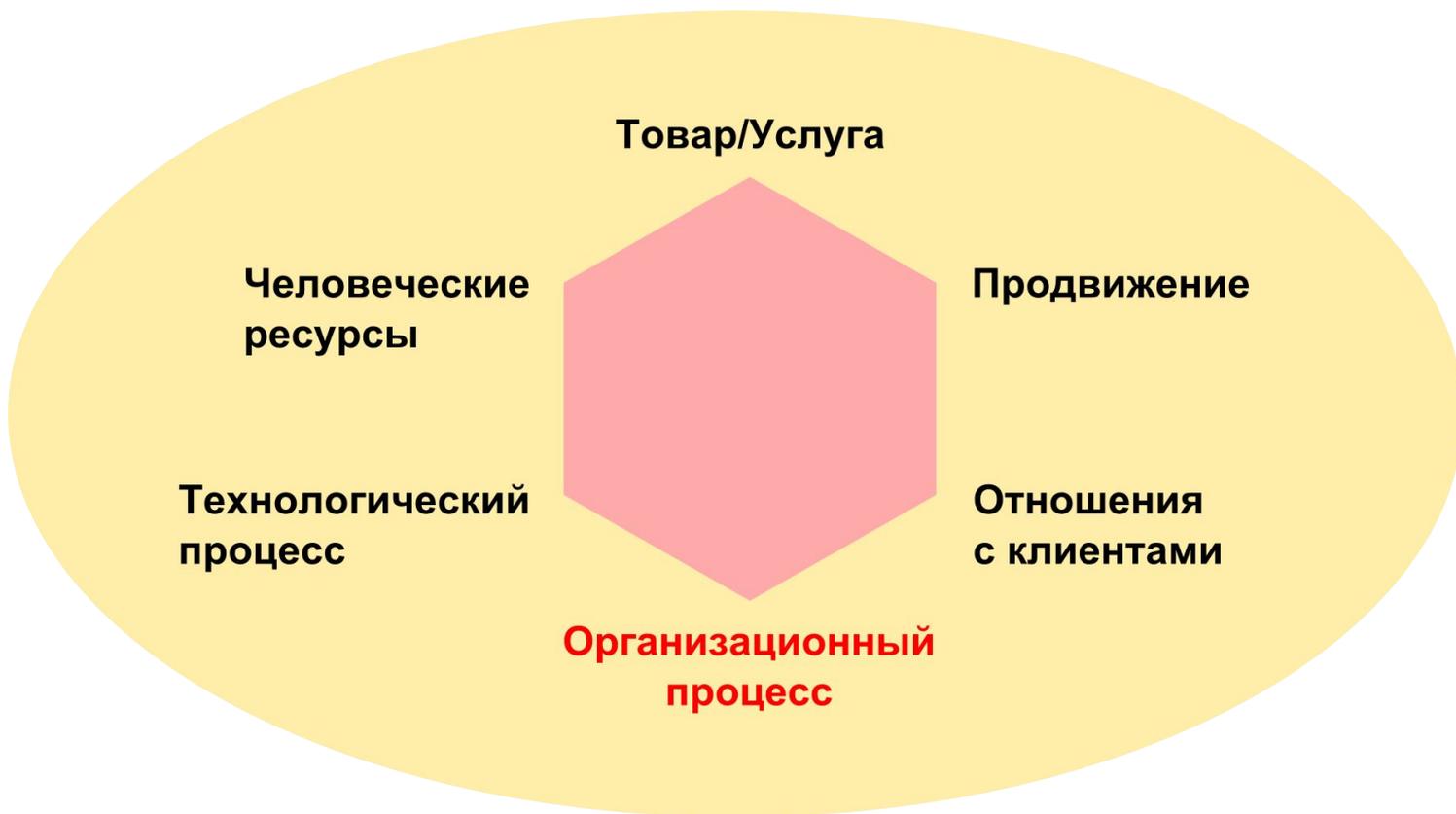
Существующие источники клиентов

Взаимодействуем



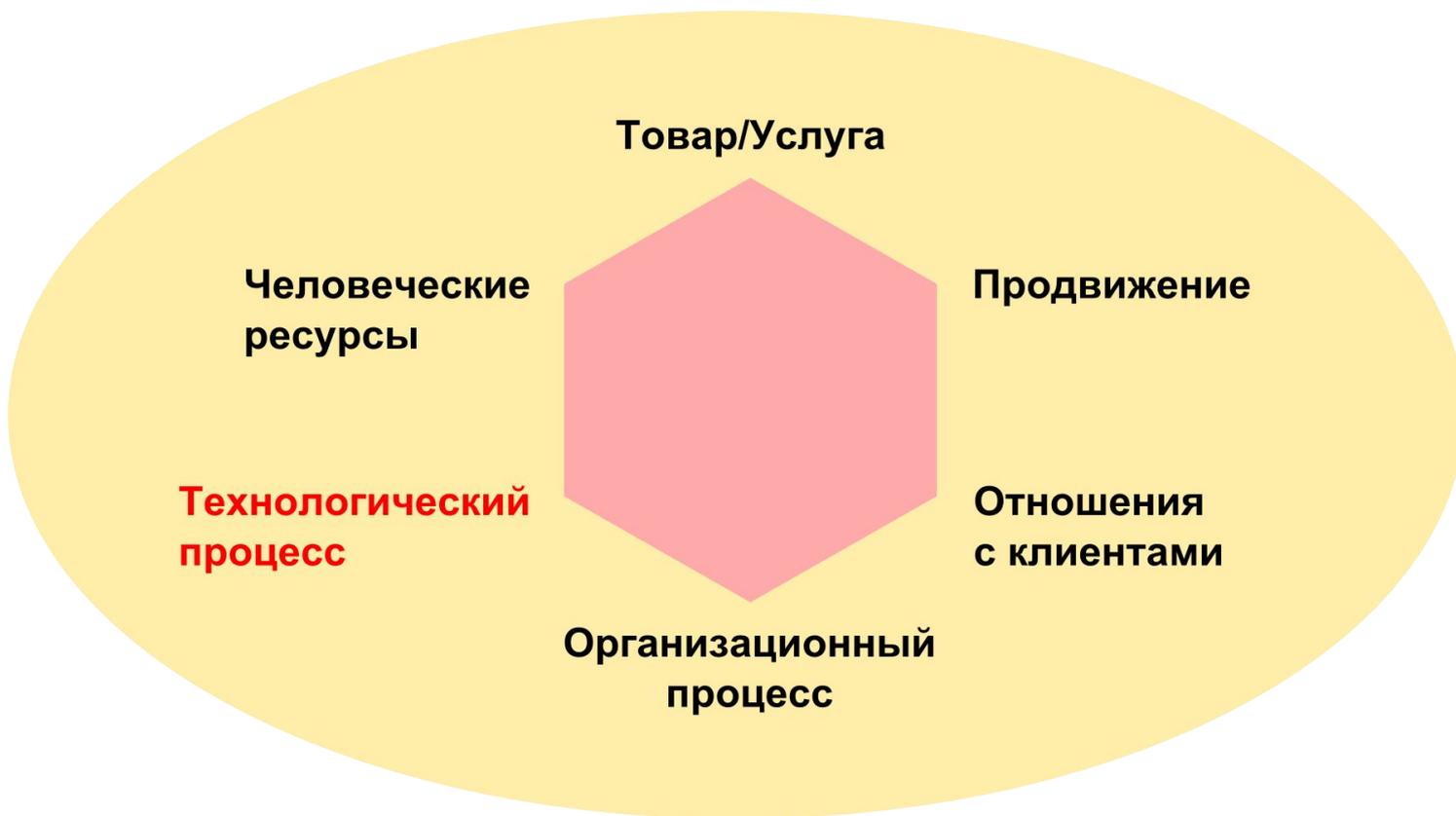
Понимание бизнес-задач клиента, выстраивание продаж и отношений, документирование, процесс информационного обмена, возражения и пожелания, прекращение отношений

Организуемся



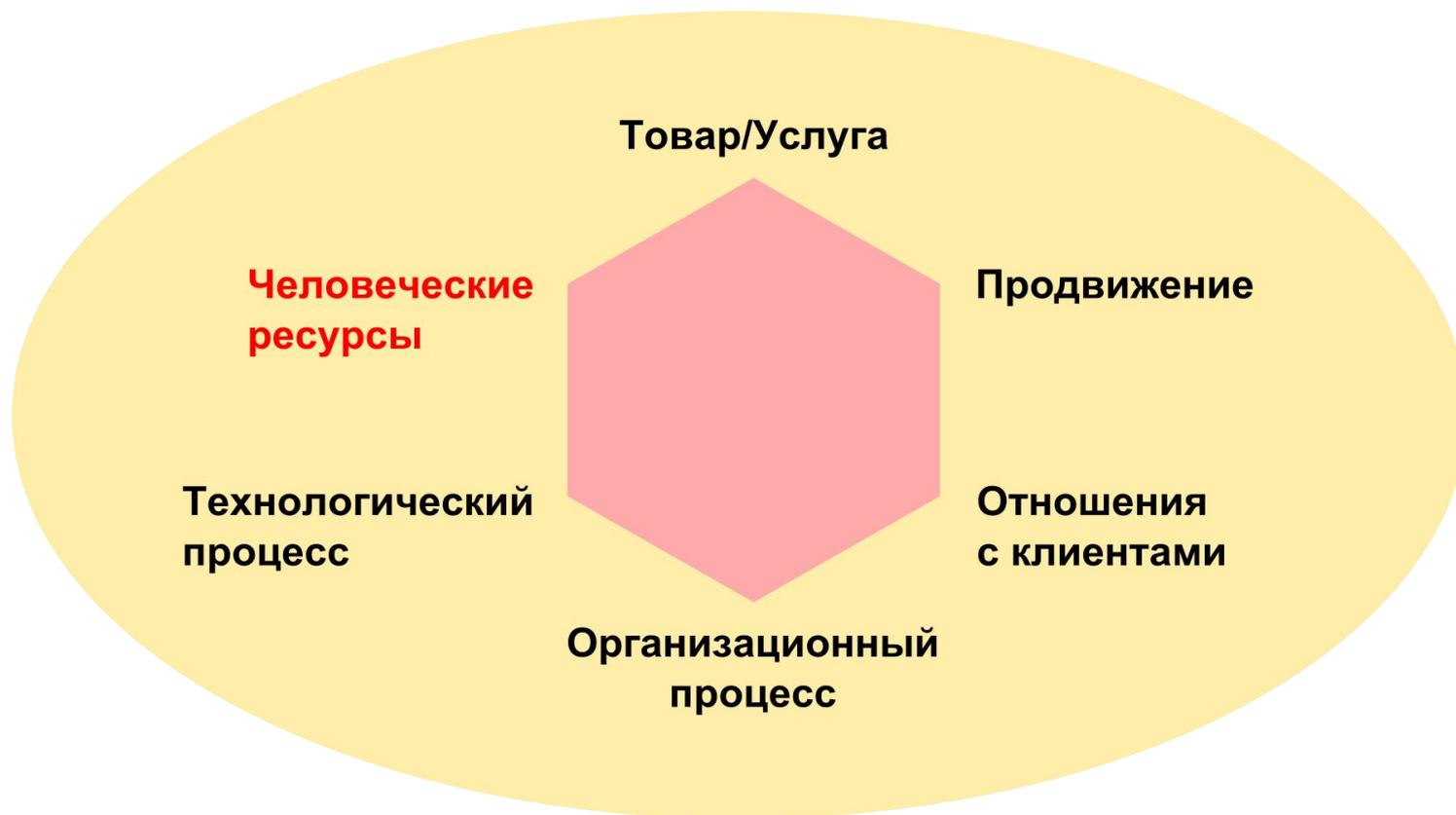
Управление проектами, задачами, контроль загрузки сотрудников, упорядоченность работы

Наши напильники



Инструменты разработки, отработанность взаимодействия, реплицируемость и масштабируемость технологий. Использование готовых инструментов

Помним о человеках



Квалификация и соответствие, финансы, корп. стиль, удовлетворенность и лояльность. Разделение по значимости. Лишние люди. Наличие зависимостей. Кадровый резерв.

Вопросы?

Задавайте!