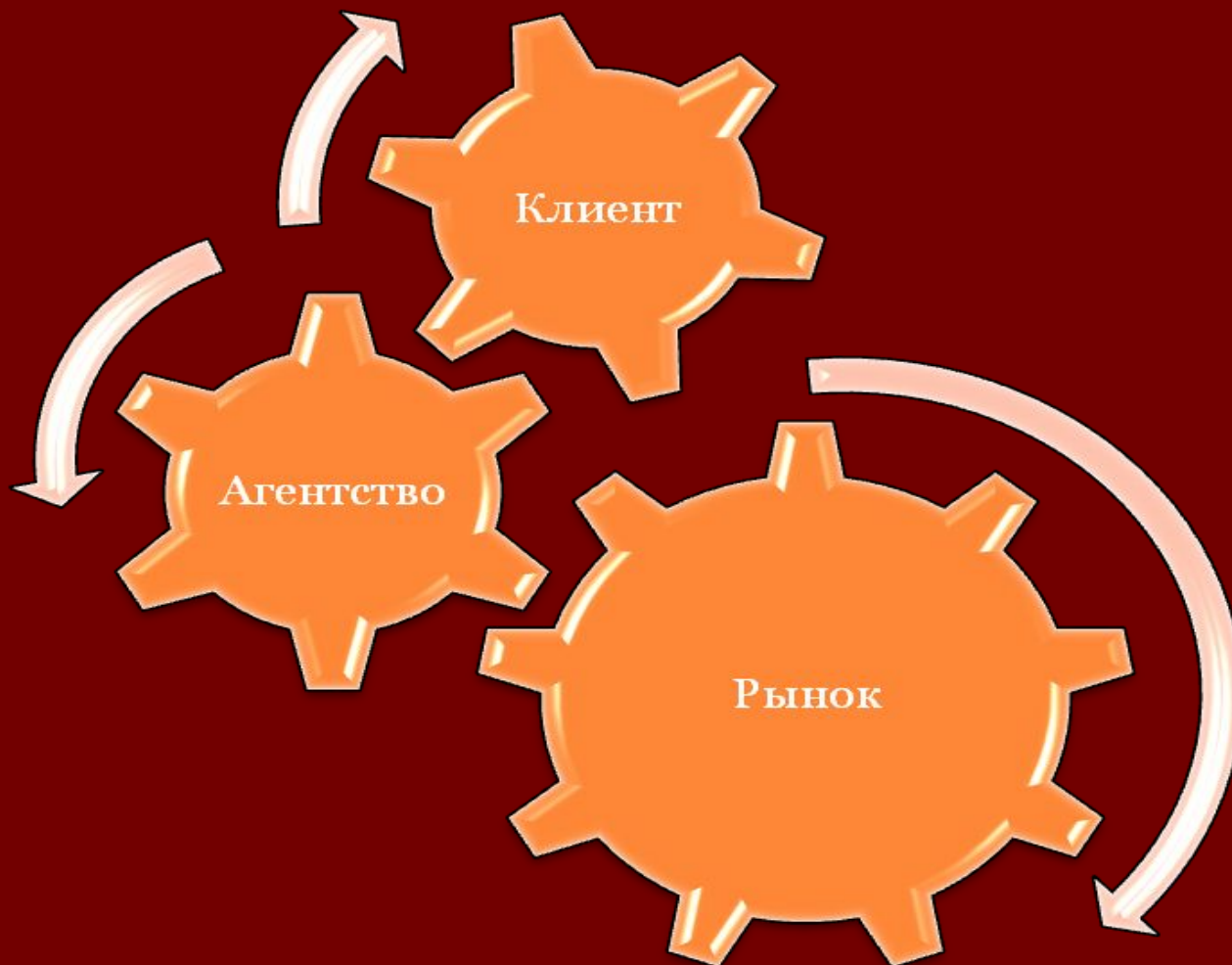


# Мы и сами с усами или лучше пригласить консультанта?

**Аутсорсинг в маркетинге  
Практическое применение**

# *«Outsourcing»- использование посторонних ресурсов*



# Преимущества аутсорсинга

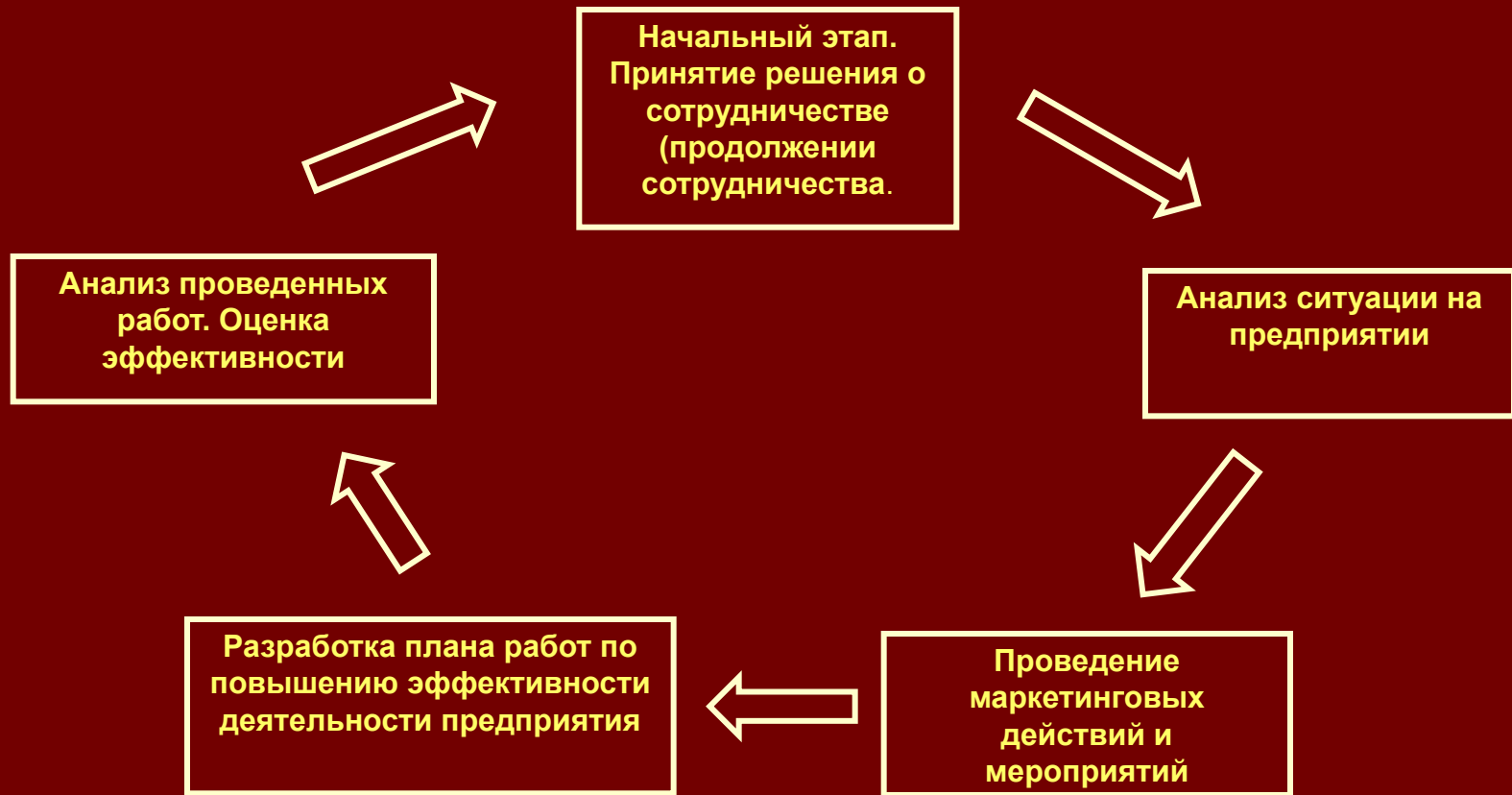
- Экономия времени и сил
- Экономия средств
- Возможность для маневра
- Повышение качества маркетинговой поддержки по привлечению потенциальных клиентов и удержанию существующих.
- Доступ к современным технологиям маркетинга

**Как следствие - повышение  
конкурентоспособности и  
клиентоориентированности  
компании!**

# Основные компоненты маркетингового сопровождения

- анализ рынка спроса и предложения
- анализ и систематизация маркетинговой политики предприятия
- разработка маркетинговой стратегии компании
- программы продвижения товаров и управления брендами
- систематизация маркетинговых коммуникаций
- позиционирование товаров и услуг
- разработка рекламных компаний и медиа-планирование

# Схема осуществления маркетингового сопровождения



# Начальный этап. Принятие решения о сотрудничестве.

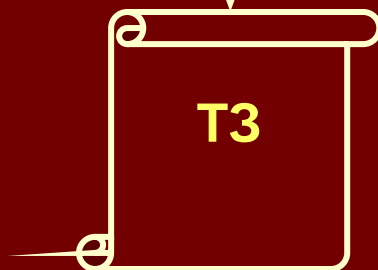
Ведение переговоров.  
Заключение договора



Назначение ответственных  
за ведение проекта. Как со  
стороны заказчика, так и  
исполнителя



ТЗ



# Анализ ситуации на предприятии





# Разработка плана работ по повышению эффективности деятельности предприятия

На основе отчёта о состоянии предприятия формируются цели, задачи и приоритетные направления развития

Составление плана работ по устранению выявленных недостатков и достижения поставленных целей

План работ



# Проведение маркетинговых действий и мероприятий

Оптимизация  
продуктовой  
линейки

Брэндинг

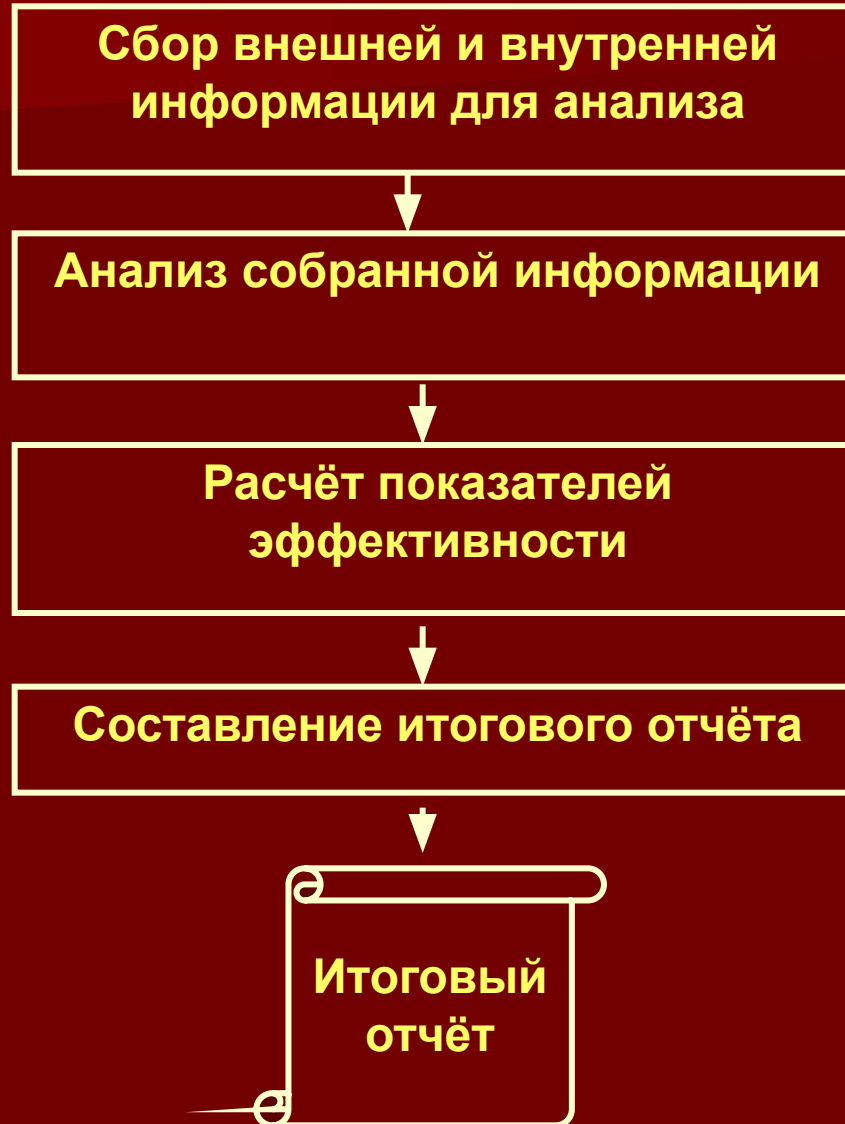
Мероприятия по  
стимулированию  
продаж и  
продвижению

Оптимизация  
каналов  
дистрибьюции

Создание и  
сопровождение  
сайта

Отчёты о  
каждом  
этапе работ

# Анализ проведенных работ. Оценка эффективности



# Кто пользуется маркетинговым аутсорсингом?

- **Компании, работающие в условиях активно растущего рынка;**
- **Компании, имеющие специфический рынок потребителей;**
- **Компании, имеющие специфический продукт;**
- **Компании с головным офисом в другом городе, желающие выйти на рынок, потеснить конкурентов или добиться лидирующих позиций.**

**Спасибо за внимание!**