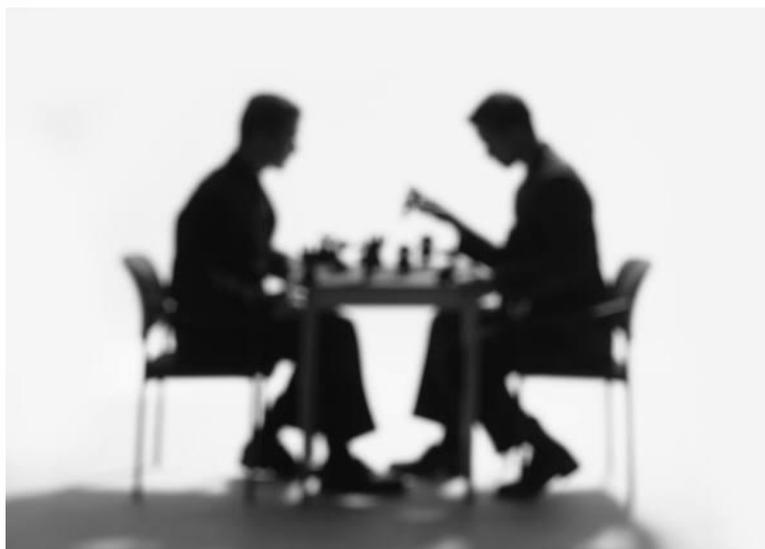


Новая роль маркетинговой службы: от поддержки к стратегическому партнерству



Ананьева Татьяна
«АГЕНТСТВО КОНТАКТ»

Особенности рынка B2B

- ограниченный круг клиентов
 - длительный процесс совершения сделки
 - многоуровневые связи
- ! ориентированность на менеджеров по продажам

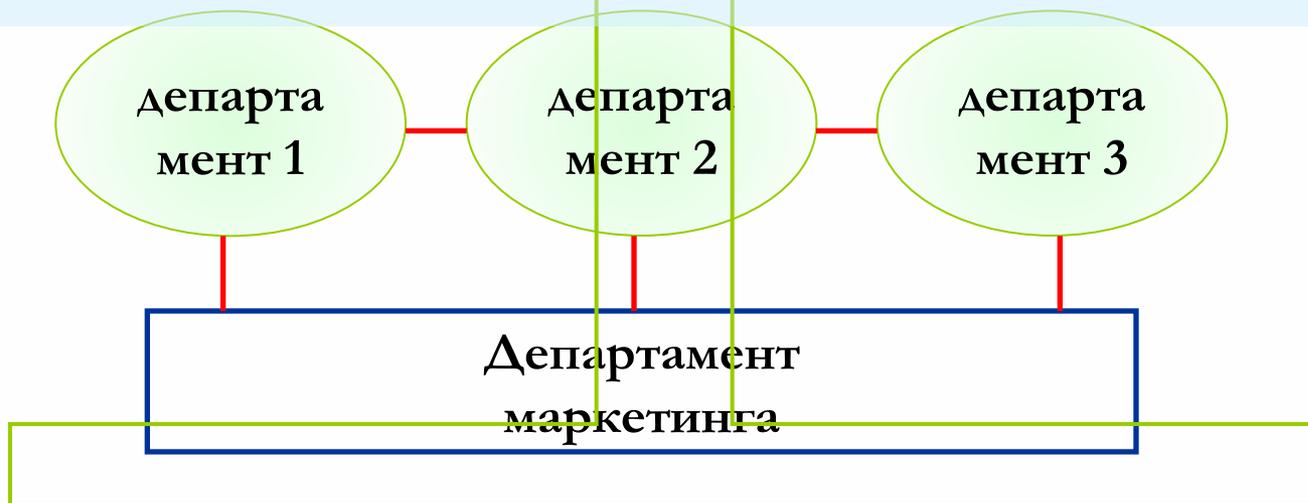


Особенность В2В



менеджер по
продажам

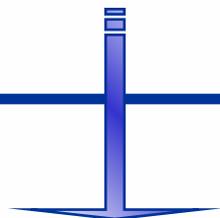
Главный риск - уход менеджера по продажам



Перепозиционирование маркетинговой службы



Традиционный
ПОДХОД



НОВЫЙ ПОДХОД

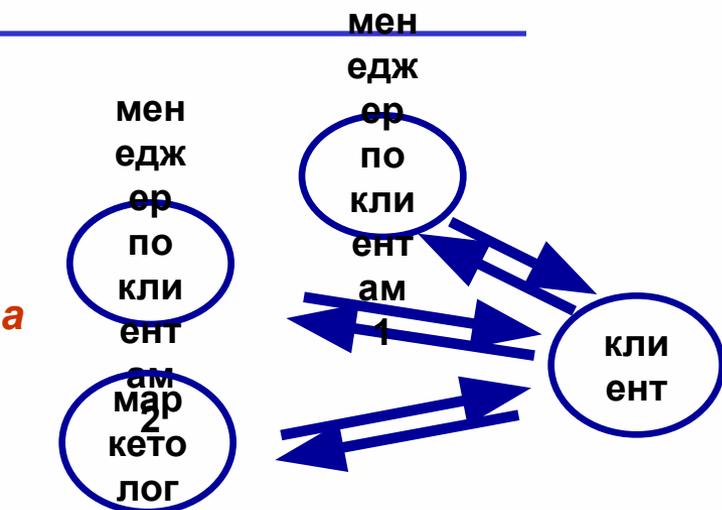


Организация маркетинга

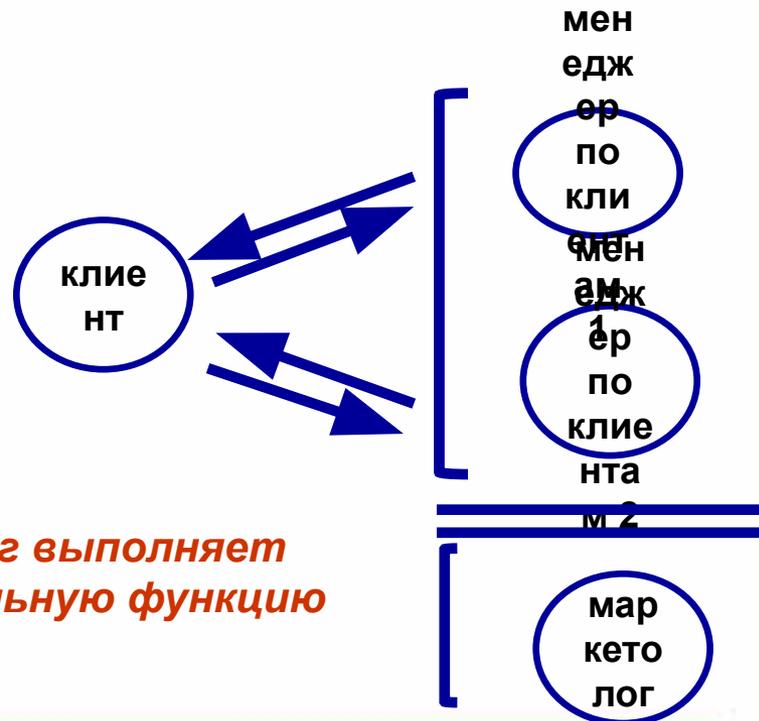
Задачи маркетолога – развитие бизнеса и работа с клиентами



Маркетолог выполняет поддерживающую функцию

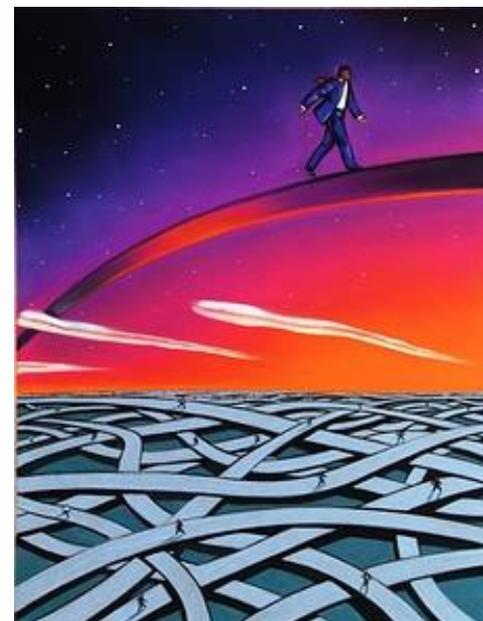


Маркетолог выполняет вспомогательную функцию



Приоритеты в работе маркетинговой службы

- Анализ рынка и выделение перспективных клиентов
- Организация выходов на новых клиентов и их привлечение
- Развитие отношения с существующими клиентами
- Развитие новых услуг и направлений



Стратегия маркетинга

Миссия и видение
компании



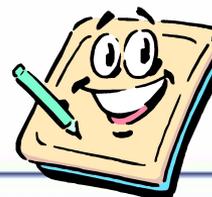
Ценности компании



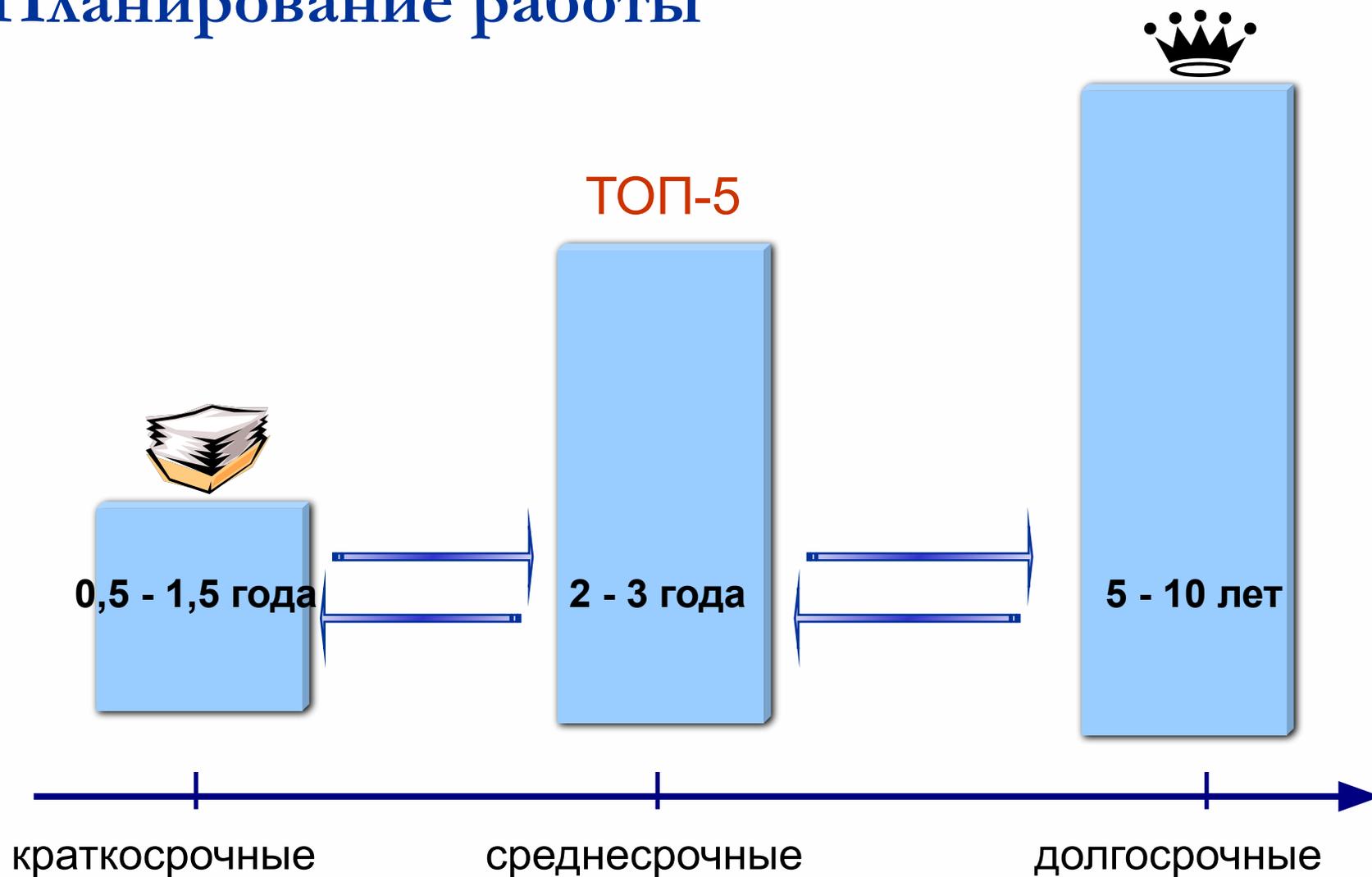
Стратегия компании



Стратегия маркетинга



Планирование работы



«Клиентская лестница»



Роль маркетинговой службы

Поддержка процесса продаж

- получение обратной связи
- создание позитивной атмосферы
- оценка запросов клиента
- выработка рекомендаций по взаимодействию с клиентами
- Формирование и предложение новых услуг

«подушка безопасности»

Работа по привлечению клиентов



Задача: выделение перспективных клиентов и обеспечение «входа» к клиенту

Маркетинговая служба: «первый контакт»

- Исследования и мониторинги, маркетинговый анализ
- Мероприятия – собственные и сторонние (организация докладов и т.п.)
- Программа «Продвижение HR-специалистов компаний-клиентов»: Работа со СМИ: подготовка комментариев, представление экспертов, совместные проекты и т.п.
- Информационные рассылки и спецпроекты
- Членство в Ассоциациях, специальные клубы

Поддержание отношений с клиентами

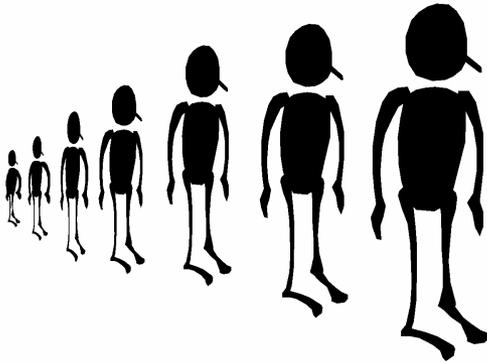


Задача: поддержка принятого решения и обратная связь

Маркетинговая служба: «подушка безопасности»

- Программа «Продвижение HR-специалистов компаний-клиентов»
- Мониторинги и специальные отчеты, бэнчмаркинг
- Исследования удовлетворенности
- Программы лояльности
- Информационный дайджест
- Круглые столы и семинары

Работа с лояльными клиентами



Задача: укрепление лояльности и развитие отношений (увеличение дохода на одного клиента)

Маркетинговая служба: вербовка «агентов влияния» и кросс-селлинг

- Программа «Продвижение HR-специалистов компаний-клиентов»
- Программы лояльности
- Сбор рекомендаций и исследования удовлетворенности
- Совместные проекты
- Специальные предложения и условия

Оценка эффективности маркетинга

1. Рыночные позиции
2. Результаты бизнеса
3. Прямой доход
4. Выполнение плана



Спасибо за внимание!

Ананьева Татьяна
Директор по маркетингу
«Агентство Контакт»
TAnanyeva@kontakt.ru
тел. (7 095) 291-5920