

Integrated Marketing Communications



Маркетинговый аутсорсинг



Передача большинства или всех маркетинговых функций под управление и реализацию специализированной компании ИМС. Аутсорсинг-договор подразумевает долгосрочные и партнерские взаимоотношения, в результате которых существенно повышается **эффективность** и **управляемость** маркетинговой активности компании.

Дополнительные элементы аутсорсинг-контрактов: передача управления контрактами с 3-ми сторонами (PR/рекламными/дизайнерскими/полиграфическими/исследовательскими/direct-mail агентствами, СМИ) компании ИМС

Преимущества маркетингового аутсорсинга



- Получить быстрый доступ к современным технологиям маркетинга и опыту их эффективного внедрения
- Контролировать и оптимизировать издержки на маркетинг
- Снижать размер затрат на содержание штата внутренних специалистов (премии, соц. пакеты, тех. обеспечение)
- Повышение контроля и снижение риска превышения запланированного бюджета в ходе реализации кампаний
- Снижение риска задержек сроков и результатов проведения кампаний

Как следствие, повысить качество маркетинговой поддержки по привлечению потенциальных клиентов и удержанию существующих и повысить конкурентоспособность компании

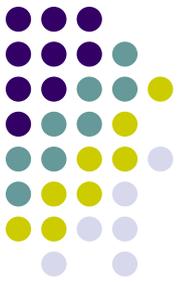
Ключевые компетенции ИМС



Стратегический маркетинг

- Определение качественных и количественных маркетинговых **целей** компании
- Определение стратегически важных **сегментов рынка** и их требований
- Разработка политики управления **портфелем** услуг/продуктов
- Развитие **каналов продаж** и географии присутствия компании
- Разработка политики повышения **лояльности** клиентов и взаимодействия с клиентами
- Разработка политики **коммуникаций** (внутренних и внешних)
- Разработка политики анализа рынка и **вытеснения** конкурентов

Ключевые компетенции ИМС



Оперативный маркетинг

- Анализ продаж и трендов развития рынка
- Проведение презентационных акций для клиентов компании
- Исследование требований клиентов/потребителей, стратегий конкурентов, разработка программ лояльности
- Корректировка продуктовой политики. Брендинг и ребрендинг продуктов
- PR и рекламная поддержка (семинары, конференции, презентации, событийный маркетинг)

Технология перехода на аутсорсинг



- Аудит маркетинга и оценка целесообразности аутсорсинга (2-3 недели)

Отчет

- Разработка плана перехода на аутсорсинг и согласование контракта (3-4 недели)
- Переходный период (1-3 месяца)
- Управление маркетингом компании (от 1 года)

Ценообразование маркетингового аутсорсинга



1. В соответствии с планом маркетинговой деятельности (бюджетом) и результатами операционной деятельности компании
2. Фиксированные платежи за отдельный проект

Integrated Marketing Communications



Служба клиентской поддержки

client@imc.ru

(499) 502-8221

109029 Москва

Михайловский проезд, д3