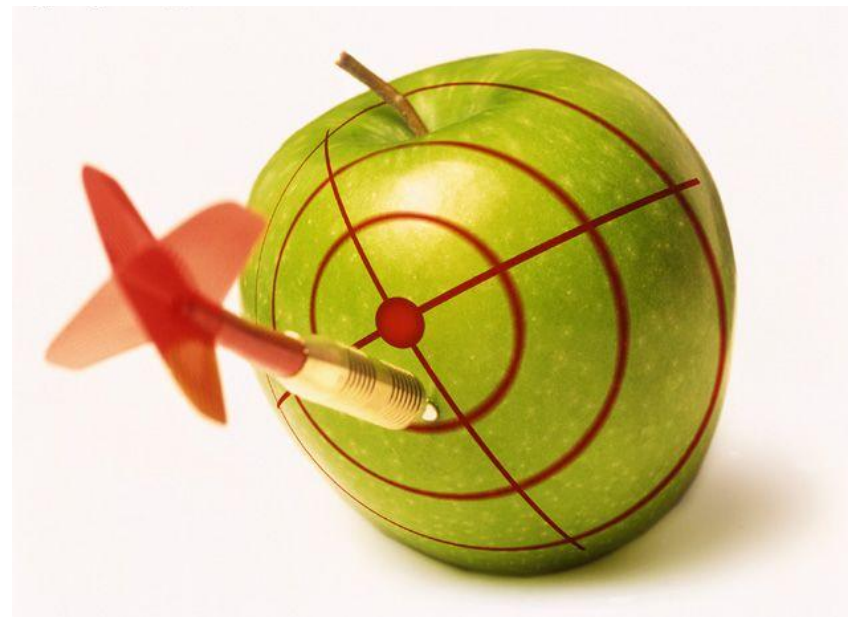


# «Пилот»: Маркетинг в компании





# О чем мы хотим рассказать?

- Почему сейчас внимание Рената к маркетингу особенно большое?
- Какие маркетинговые инструменты и каналы продвижения мы используем?
- Каналы продвижения на массовом рынке: собственный журнал, семинары, SMS и e-mail рассылка, публикации в СМИ, ТМЦ

# Маркетинг во время кризиса

**ДО**

**ПОСЛЕ**

Много денег

Маркетинговый бюджет ограничен

Простор для экспериментов

Ограниченное количество каналов продвижения

Эффективность каналов продвижения оценивать не обязательно

Обязательное отслеживание эффективности

# Не все маркетологи оказались готовы работать в новых условиях!



# Наши каналы продвижения

---

От чего мы отказались



ТВ-реклама



In-door TV



Радиореклама

Что используем сегодня

Собственное издание «Высший пилотаж»

Единый семинар «1С»

Семинары для владельцев бизнеса

Сотрудничество с налоговыми

SMS и e-mail рассылка

Публикации в печатных и электронных  
СМИ

Продвижение через ТМЦ

---

# Журнал «Высший пилотаж»



- **Помощь клиентам в решении повседневных задач**
- **Продвижение товаров и услуг ГК «Пилот»**
- **Укрепление лояльности существующий клиентов**
- **Привлечение новых клиентов**

# Характеристики издания

- Периодичность: 1 раз в месяц
- Формат: 18 \* 24 см
- Тираж: 4000 экз.
- Объем: 16 полос
- Форма распространения: почта, адресная доставка, распространение с дисками ИТС, аудиторские фирмы, налоговые инспекции
- Основная аудитория: бухгалтеры коммерческих организаций

# Содержание журнала

| Постоянная рубрика       | Содержание                                                                      |
|--------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|
| Письмо редактора         | Ренат Батыров о новостях компании, журнале и настроении                         |
| Новости законодательства | Новости и актуальные комментарии для бухгалтера                                 |
| Наши сотрудники          | О наших сотрудниках и о том, чем они могут быть полезны клиенту                 |
| Линия консультаций       | Ответы специалистов Линии консультаций на частые вопросы пользователей ПП «1С»  |
| Главный вопрос           | Подробное рассмотрение темы, нюансы ведения бухгалтерского и налогового учета   |
| Событие                  | Репортажи о семинарах и других мероприятиях для бухгалтеров и руководителей     |
| Колонка аудитора         | Комментарии ведущих аудиторов города с приведением конкретных примеров          |
| Эффективность            | Полезные инструменты для облегчения работы и жизни бухгалтера                   |
| История успеха           | Выполненные проекты – «до и после», отзывы клиентов о внедрениях, решениях и ПО |
| Психология               | Как быть хорошим бухгалтером и сохранить нервы                                  |
| Юмор                     | Профессиональный юмор, смешные истории из жизни бухгалтеров                     |
| Конкурс                  | Профессиональные и творческие конкурсы                                          |



# Сколько стоит журнал?

## ВЕРСТКА

16 полос – 5000 руб.

## ПЕЧАТЬ

16 полос, полноцвет

1 шт. – 16 руб.

4000 экз. – 64000 руб.

## РАСПРОСТРАНЕНИЕ

Через Почту России:

1 шт. – 2 руб. 80 коп.

3500 экз.\* = 9800 руб.

**ИТОГО: 78800 руб.**



**Еще 500 экз.**

**распространяются через:**

- налоговые
- аудиторские фирмы
- доставляются с дисками ИТС
- раздаются клиентам в офисе

# Единый семинар «1С»

Говорят, что формат себя изжил...  
Это не так!

## ЕДИНЫЙ СЕМИНАР это:

- **Продвижение продуктов и услуг**
- **Обратная связь с клиентами (анкетирование, вопросы-ответы)**
- **Средство повышения лояльности (розыгрыши призов, подарочные сертификаты)**



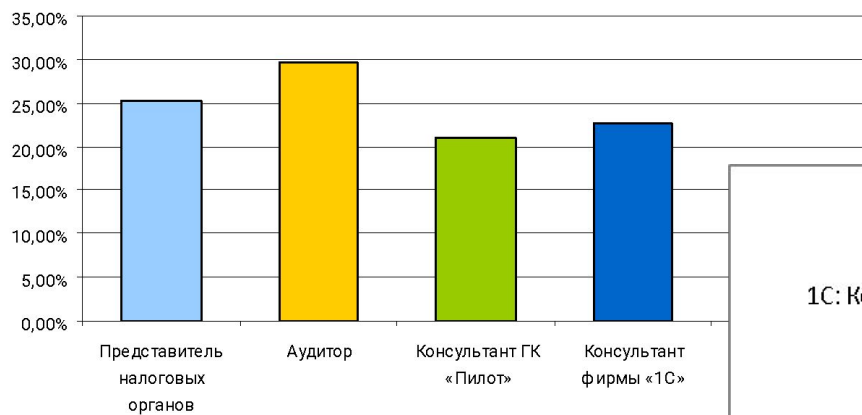
# Зачем мы проводим опросы на ЕС?



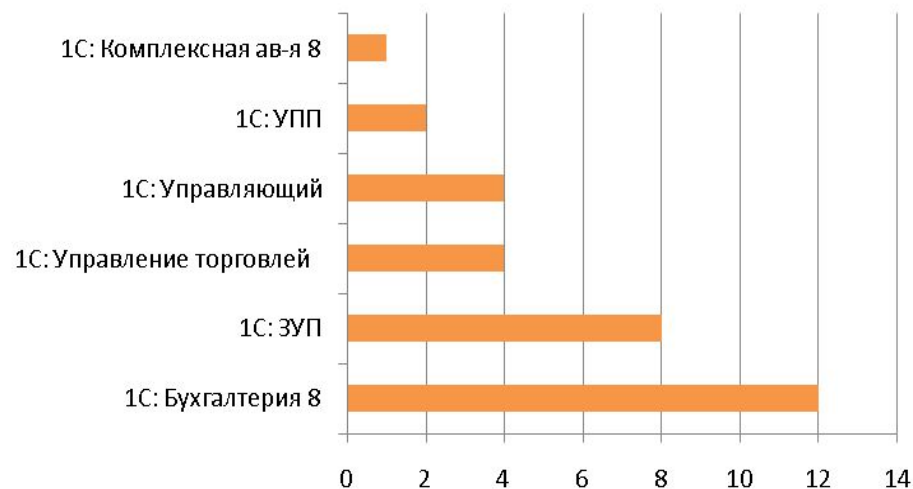
- 1. Оценка удовлетворенности семинаром (организация, лучшие докладчики, востребованные темы)**
- 2. Анализ заинтересованности в тех или иных продуктах и услугах ГК «Пилот»**
- 3. Оценка эффективности каналов коммуникации**

# Некоторые результаты анкетирования

## Желаемые докладчики



## Интерес к демонстрации ПП



# Оценка выступлений докладчиков



# Результаты ЕС в апреле 2009 г.

- **Количество заинтересованных в демонстрации ПП: 31 чел**
- **Количество подписчиков на новости ГК «Пилот» (SMS и e-mail): 102 чел.**
- **Количество заявок на подключение СОЧИ: 22 шт.**
- **Количество продаж с семинара: 24**



# Директорский семинар

«Ибу ибуди – хуйдао муди»

(毛泽东: «Шаг за шагом – достигнем цели»)

- Концепция мероприятия – семинар не для продажи конкретных решений, а для того, чтобы поделиться с друзьями своим опытом управления
- Участники – первые лица, владельцы бизнеса
- Темы: опыт Рената Батырова в управлении компанией, использование ИТ-инструментов в управлении



# Самые высоко оцененные темы

(по результатам анкетирования)

## ■ 1 место

Как добиться 90%-го контроля над исполнением поручений?

Система управления поручениями в компании

## ■ 2 место

Что помогло компании «Пилот» снизить расходы на 20 %?

Управление по бизнес-единицам

## ■ 3 место

Как компания «Пилот» успешно реализует крупные проекты?

Управление проектами: беспроигрышная игра по крупным ставкам



# К оценке результатов директорского семинара подход особый



- Количество пришедших на семинар супер занятых директоров: 62 чел.
- Количество вопросов «Где у тебя касса, Ренат?»: 12 шт.
- Количество продаж по семинару: 10
- Лучший отзыв: «Я даже не пожалел, что на 2 часа опоздал в баню!»

# Отзывы о семинаре



**Виктория Клыканова, директор «Энергогарант»:**

**Высокий уровень организации. Много полезной информации. А в целом - позитив и хорошее настроение! Кризиса нет! Есть желание работать дальше и с хорошим настроением! Успехов вам!!! Спасибо за семинар**

**Юлия Кулагина, директор ТЦ «Астор»:**

**Данный семинар помог систематизировать знания в каждой области менеджмента и узнать об автоматизированных "помощниках" для повышения уровня менеджмента компании**



# Главный секрет мероприятия

**Руководитель должен дружить  
с директорами компаний-клиентов!**

**Дружба возможна только между  
равными!**

# Сотрудничество с налоговыми инспекциями

- Приглашение представителей налоговой инспекции для выступления на семинарах ГК «Пилот»
- Размещение стендов с информацией о СОЧИ
- Получение рекомендаций от налоговых инспекторов
- Распространение журнала «Высший пилотаж» совместно с изданием Управления ФНС России



# SMS и e-mail-рассылка

## Что рассылаем?

Новости компании  
Информацию об обновлениях ПП  
Приглашения на мероприятия  
Информацию о рекламных акциях



## Как рассылаем?

Сбор номеров сотовых телефонов и e-mail-адресов  
(анкетирование, обзвон ТМЦ)  
Разработка механизма рассылки  
Разделение массива клиентов на группы рассылки  
Рассылка информации по группам клиентов

# Публикации в издании CRN



- **Размещение материалов о проектах по автоматизации**
- **Участие в рейтинге 100 крупнейших IT-компаний России**
- **Участие в исследованиях и обзорах IT-рынка**

## Что это нам дает?

1. **Присутствие в специализированном федеральном издании**
2. **Выход на более широкую аудиторию**
3. **Укрепление и поддержание имиджа серьезной компании среди профессионального сообщества**

# Телемаркетинговый центр



## ФУНКЦИИ

- Приглашение клиентов на мероприятия ГК «Пилот» (семинары и пр.)
- Формирование и актуализация базы рассылки (SMS, e-mail, для журнала)
- Информационная поддержка маркетинговых мероприятий
- Анкетирование клиентов с целью оценки удовлетворенности услугами компании
- Несложные презентации услуг  
Обработка анкет и занесение их УБД

# Процесс работы ТМЦ (обзвон клиентов)

Составление маркетологом речевки для обзвона



Тестирование специалистов по заданным критериям



Обзвон клиентов



Занесение результатов обзвона в УБД



Составление отчета по выполненной задаче



# Как получить от ТМЦ, то, что нужно?



- Точно описать целевую аудиторию (для правильной выборки клиентов из БД)
- Составить вопросы, отсекающие ненужную аудиторию
- Определить статус контактного лица, ответы которого вас интересуют
- Добавить вопросы по оценке готовности клиента (например, к покупке)
- Определить, какая информация предоставляется по результатам обзвона (список заинтересованных компаний, претензий к компании и т. п.)

# Метод оценки работы телемаркетолога

## «Таинственный звонок»

|   | Критерий                                        | Оценка    |
|---|-------------------------------------------------|-----------|
| 1 | Знание речевого модуля                          | 1-2-3-4-5 |
| 2 | Четкость и размеренность произношения           | 1-2-3-4-5 |
| 3 | Употребление «слов-паразитов» для связки беседы | Да/Нет    |
| 4 | Улыбка (эмоциональная составляющая)             | Да/Нет    |
| 5 | Привлечение и удержание внимания респондента    | 1-2-3-4-5 |
| 6 | Умение слушать респондента                      | 1-2-3-4-5 |
| 7 | Умение находить ответы на неожиданные вопросы   | 1-2-3-4-5 |
| 8 | Общая культура общения                          | 1-2-3-4-5 |

# Портрет телемаркетолога

**Пол: женский (обычно)**

**Возраст: 20-45 лет**

**Необходимые качества:**

- ✓ **навыки ведения телефонных переговоров**
- ✓ **грамотная речь**
- ✓ **приятный тембр голоса**
- ✓ **хорошая дикция**
- ✓ **коммуникабельность**
- ✓ **энергичность**
- ✓ **ответственность**
- ✓ **владение ПК на уровне пользователя**



**СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!**

