Обсуждение стратегии

Гильдии Маркетологов

7 ноября 2011 г.

Вместе мы сможем больше!

info@marketologi.ru
www.marketologi.ru

Цели Гильдии

- Содействие личному профессиональному росту членов Гильдии;
  Профессиональное общение и обмен: опытом, мнениями, знаниями, информацией, технологиями; проведение дискуссий, круглых столов, обсуждение в он- и офф-лайне; привлечение к проектам.

- Развитие маркетинга в России.
  Совместная реализация и поддержка в реализации социально значимых проектов. Поддержка системы маркетингового образования. Поддержка конференций по маркетингу. Деятельное участие в формировании цивилизованного рынка маркетинговых услуг, установлении взаимопонимания между участниками рынка, урегулировании споров и конфликтов.

- Поддержка формирования социально-ориентированной рыночной экономики в России.
  Содействие экономическому росту и повышению благосостояния населения путем повышения качества: товаров и услуг, управления и распределения; информационного обмена и популяризации идей.

Принципы Гильдии

- Членами Гильдии являются профессионалы маркетинга, а не компании и / или организации
- Основным источником финансирования являются членские взносы.
- Президент, члены Совета, Комитетов работают на общественных началах.
- Гильдия не конкурирует со своими членами.
- Коммерческие проекты Гильдия реализует через профессиональных партнеров.
- Равенство членов
- Добровольность взятых на себя обязательств

Целевые аудитории
(членства в Гильдии)

УПРАВЛЕНИЕ	Руководители служб/отделов маркетинга, ведущие специалисты производственных, торговых, сервисных предприятий, учреждений, организаций; владельцы/совладельцы, директора средних и небольших предприятий, учреждений, организаций, с выраженным маркетинговым мышлением
ИССЛЕДОВАНИЯ	Руководители и ведущие специалисты исследовательских фирм
КОНСАЛТИНГ	Руководители и ведущие специалисты консалтинговых компаний; независимые консультанты по маркетингу / брендингу
ОБРАЗОВАНИЕ	Преподаватели, Тренеры, Авторы книг по маркетингу, менеджеры в системе маркетингового образования
КОММУНИКАЦИИ	Специалисты по маркетингу рекламных и PR-агентств, деловых СМИ, общественных организаций, объединений, представители выставочного бизнеса, DM, BTL, event- менеджеры

Контактные аудитории
(информационные)

- Собственники, директора и руководители предприятий, учреждений, организаций
- Деловые и общественно-политические СМИ
- Общественные организации и объединения
- Студенты, изучающие общественно-политические дисциплины, экономику и менеджмент

Потенциальные партнерские аудитории

- Персоналии и организации, способные содействовать предназначению и достижению целей Гильдии

Самая главная аудитория

Члены Гильдии Маркетологов

Стратегия Гильдии сегодня:

«Независимого органического роста за счет собственных ресурсов»

Она состоит в расширении численного состава Гильдии за счет профессионалов маркетинга (от "новичков" до "гуру") и увеличении наших информационных возможностей.

Одобрена большинством голосов (при трех воздержавшихся и одном против)

Альтернативные стратегии

- Альянсы и слияния (РАМ, РАМУ - АКАР, Сомар и т.д.)
- Гранты и "пособия"
- Экспансия и "профсоюз"
- "Элитарный клуб«

Были обсуждены и неприняты подавляющим большинством голосов Членов Совета

Что конкретно мы делаем:

- Ежегодный опрос «О состоянии и перспективах развития рынка маркетинговых услуг». С 2001-го года.
- Цикл Авторских Консультационных Дискуссионных Семинаров, с компанией «Академия маркетинга». 2003-2008: 12 циклов. MBA-Программа с РЭА им. Г.В. Плеханова – осень 2010.
- Сайт Гильдии, как информационная площадка профессионалов, с 2002-го года.
- Новостная рассылка Сайта Гильдии. С 2004-го года. С ноября 2008-го – еженедельная.
- Дискуссионный клуб Гильдии. С 2005-го года.
- Конкурс Дипломных работ, с РЭА им. Плеханова (Валерий Никишкин). С 2004-го года.
- Поддержка значимых конференций. Не только в Москве. С 2004-го год.
- Справочник Гильдии: 2004, 2005, 2006, 2007
- Евразийский Форум Маркетологов: 2005, 2006, 2007, 2008, с компанией «Ивент-Маркетинг».

Возможности членов Гильдии

- Размещать свои статьи, рецензии, интервью на сайте Гильдии.
- Включать новости о себе и своей компании в еженедельную рассылку Сайта Гильдии.
- Отвечать на вопросы рубрики «вопрос – ответ».
- Сделать «маркетинговый портрет» родного города и разместить его на сайте Гильдии.
- Участвовать в он-лайн обсуждении, дискуссиях, а теперь еще и в нашей социальной сети www.marketingpeople.ru и группе на Facebook.
- Участвовать в опросах, проводимых Гильдией
- Организовать в своем городе: семинар, учебную программу, конференцию; и получить информационную и интеллектуальную поддержку Гильдии.
- Организовать в своем городе: клуб маркетологов, «круглый стол бизнеса и маркетинга», городское объединение членов Гильдии (min – 7 чел).

УТП Гильдии

- Только в Гильдии Маркетологов Вы представляете себя как профессионала-маркетолога, а не организацию, в которой Вы работаете
- благоприятная среда для профессионального роста и создания индивидуальных брендов ее членов
- Именно в нашем профессиональном объединении лично представлены и доступны для общения «звезды маркетинга» (эксперты, профессионалы, «гуру»)
- Лифт профессиональный и социальный

Продукты Гильдии

- Личности (уточнение и закрепление профессиональной самоидентификации)
- Знания
- Идеи и концепции
- Услуги
- Связи
- Экспертиза
- Статус
- Опросы, рейтинги
- Внимание к собственным членам
- Реклама, аудит, организация событий (в будущем)

Предложения поступившие ранее

1. Формирование нового цеха.

Рабочее название - «Персональный маркетинг»

Инициаторы формирования – Ирина Денисова, Николас Коро

Кого объединит – специалисты по деловому этикету, персональному маркетингу / брендингу .

В стадии формирования

Предложение по опросу

2. Сократить и изменить номинации для награждения по результатам ежегодного опроса:

- Лучший маркетинг потребительских товаров
- Лучший маркетинг потребительских услуг
- Лучший маркетинг финансовых услуг
- Лучший маркетинг в розничной торговле
- Лучший маркетинг в в2в сфере
- Лучший маркетинг образовательных услуг
- …

Принято, выполнено

Предложения, Яценко

3. Проведение онлайн-встреч и годовых собраний всех членов Гильдии Маркетологов.
4. Организация и проведение бесплатных онлайн-семинаров (вебинаров) на маркетинговые темы для членов Гильдии (спикерами могут быть ее члены). Возможность презентаций и обсуждения книг, статей и научных работ и т.п.
5. Организация платных онлайн-семинаров под эгидой Гильдии Маркетологов (для руководителей бизнеса, специалистов по маркетингу и рекламе).

*Это расширит возможности региональных членов Гильдии, позволит им более активно участвовать в ее деятельности.

*Это повысит уровень привлекательности и ценности организации в глазах потенциальных и действующих членов.

*Это хороший информационный повод для новостей и статей о Гильдии.

Инициатор предложения – Наталья Яценко.