

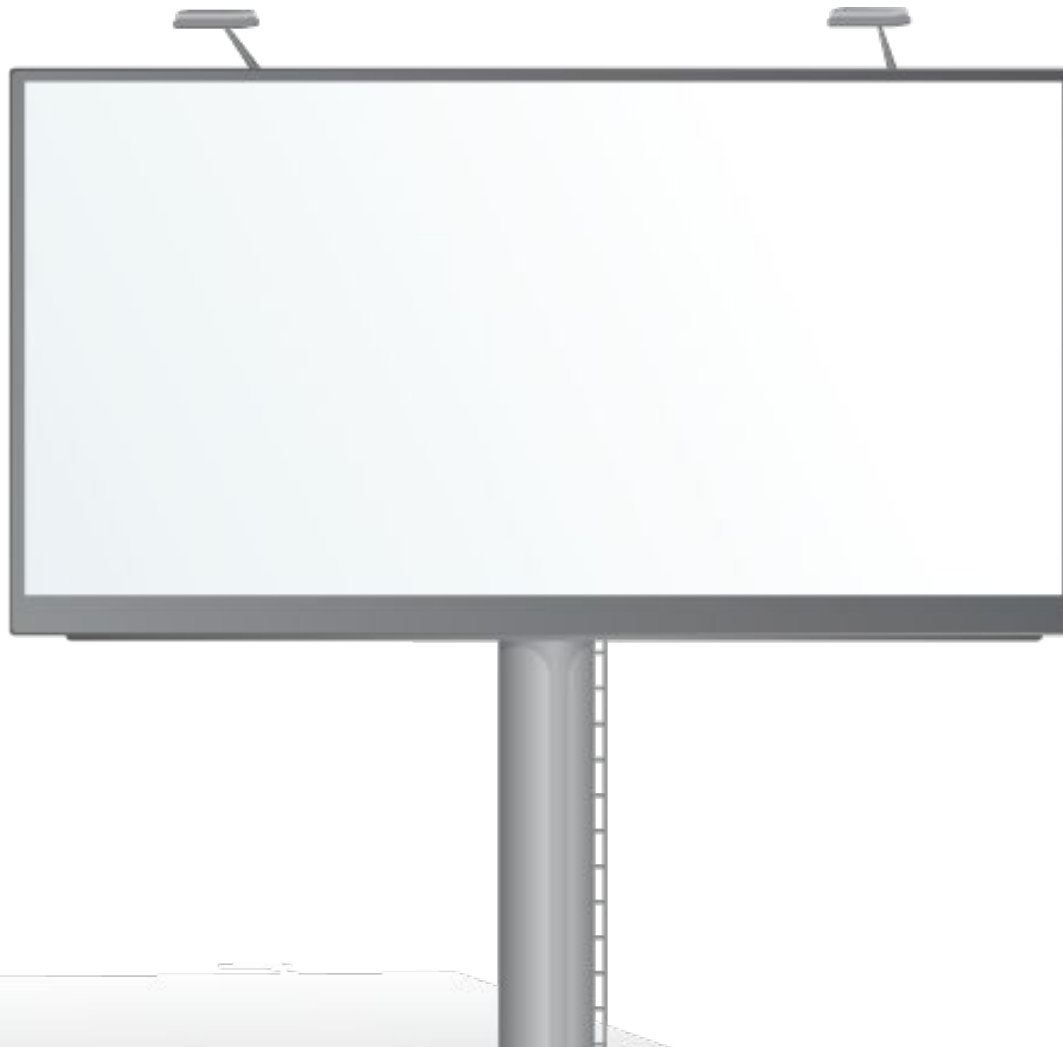
Сбыт строительной ХИМИИ

Я расскажу о **маркетинге**. О том, как **обеспечить** максимальный сбыт строительной химии. Выйти на **крупных заказчиков**.

Клиент
ы

Привлекательный
продукт

Для начала поговорим о том, как получить хоть какие-нибудь заказы.
Что у нас есть. Известно, кто наши клиенты. Нам известно **все о нашем продукте.** Нужно их всего лишь **соединить.**
Какими способами можно это все сделать?



Билборд. Крупный заказ. Билборд и крупный заказ. **Какова вероятность,** что генеральный директор какой-нибудь фирмы в общем потоке машин, едя с работы, остановится, выйдет из машины, прочитает рекламное сообщение, спишет телефон и позвонит вам? Билборд может привлечь **физических лиц,** но так мы **не выйдем на крупные заказы.**

СТРОИТЕЛЬНАЯ ОРБИТА

ВСЕРОССИЙСКИЙ ОТРАСЛЕВОЙ ЖУРНАЛ | www.stroyorbита.ru | №1(87) | январь 2011 г.



А.Е. Козак. Пути развития рынка доступного жилья



Н.П. Абдуллаев. 60 лет гимну строительного сотрудничества



Набеева Р.К. Совместительство как транзитный этап



Ю.Л. Данилов. ИТ-ПОСО – надежный партнер для строительства

Безграничные
возможности
комбинирования



ЭГОПЛАСТ

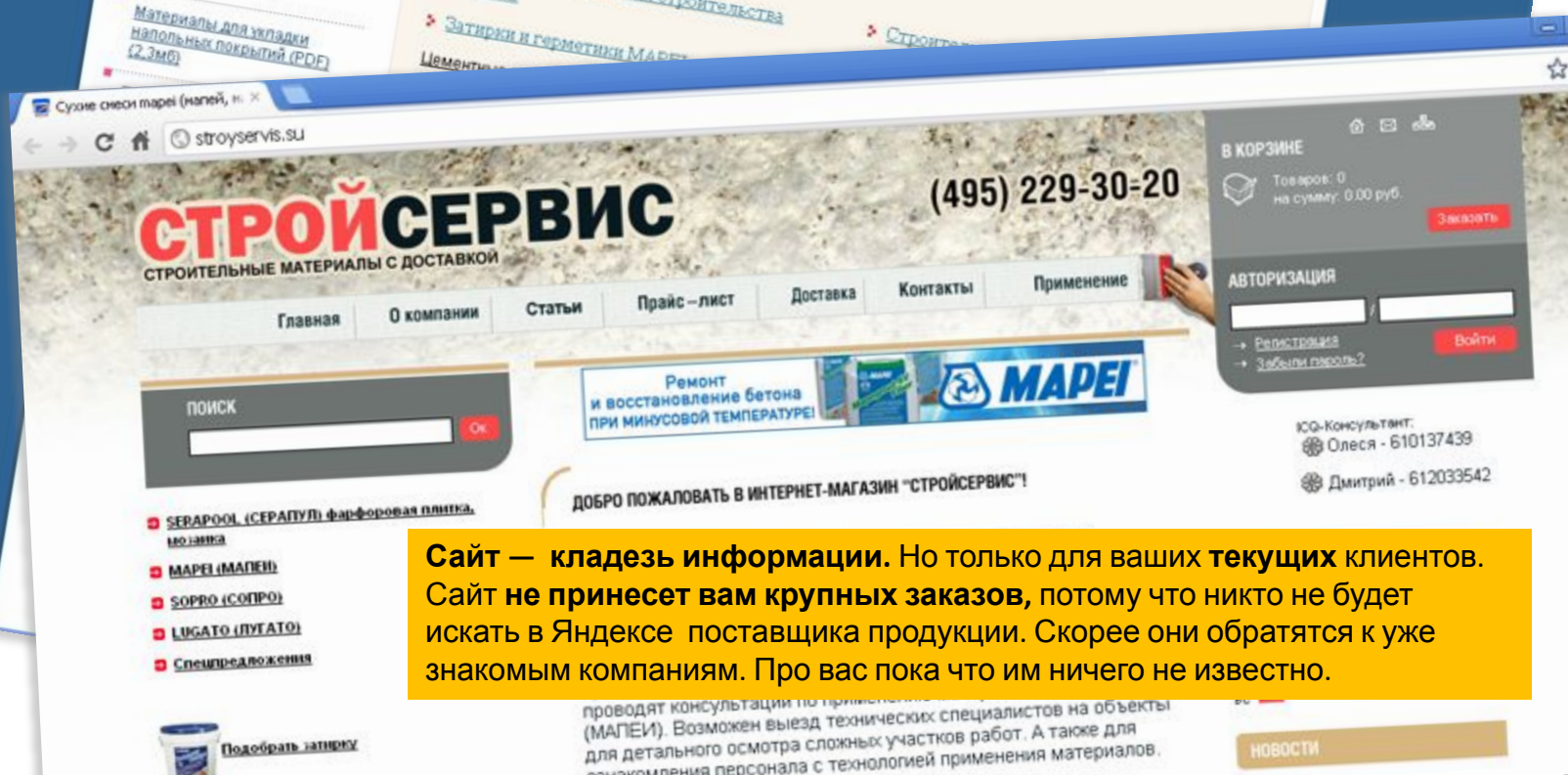
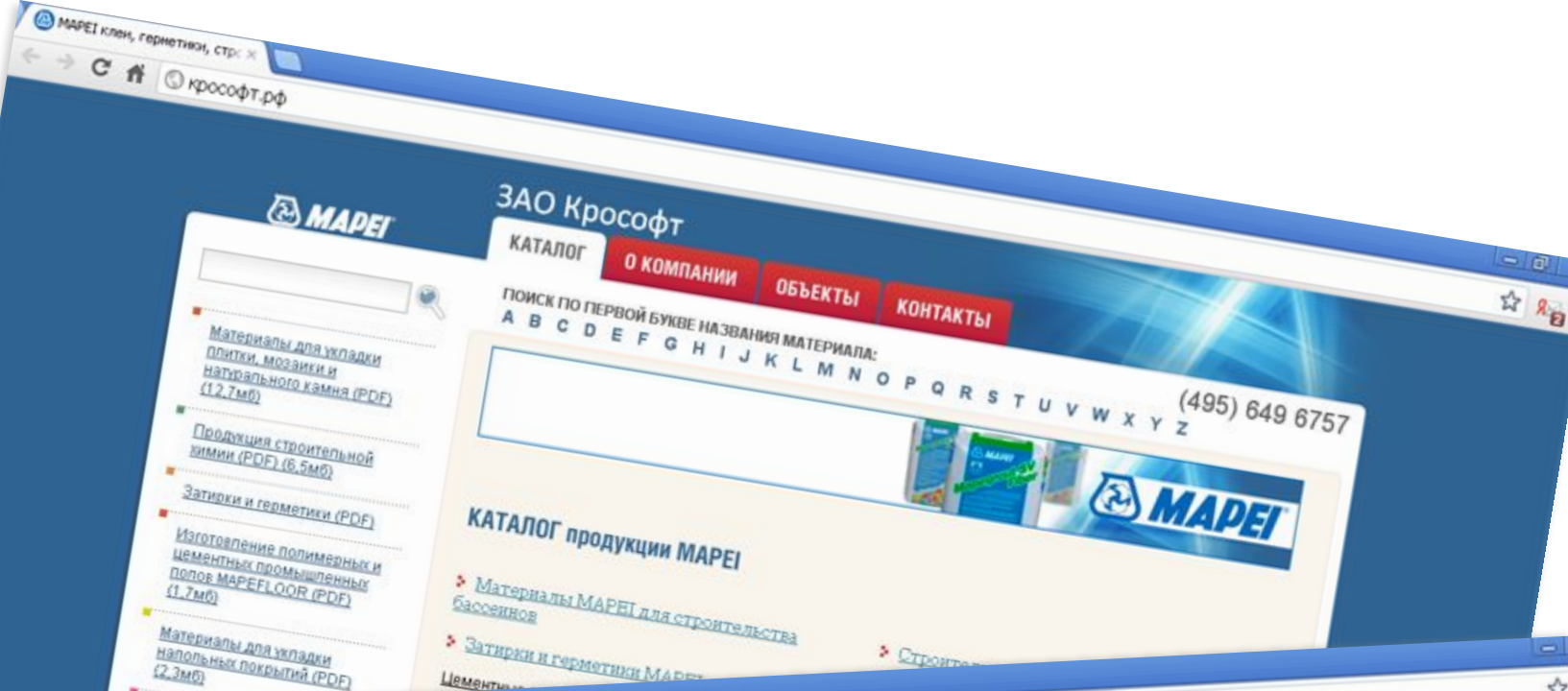
водоснабжение
отопление
канализация
вентиляция
изоляция
крепёж

«Эгопласт»
127026
Тел./факс
383 40111
«Эгопласт»
195279
Тел./факс
383 40111
«Эгопласт»
144000
Тел./факс
383 40111

Журнал. Помещаем принт на развороте. **Тираж большой,** сумма размещения терпимая. **Поможет ли** это выйти на большой заказ?

Допустим журнал **отраслевой,** в аудиторию вы попали. И ваш постер увидел генеральный директор. **В чем загвоздка? Мы не можем быть уверены** в том, что ему именно сейчас нужна огромная партия строительных смесей и герметиков.

Этот вариант хорош для поддержания имиджа и сообщения о сумасшедших акциях. Журнал — не помощник.



Сайт — кладезь информации. Но только для ваших текущих клиентов. Сайт не принесет вам крупных заказов, потому что никто не будет искать в Яндексе поставщика продукции. Скорее они обратятся к уже знакомым компаниям. Про вас пока что им ничего не известно.

Крупные заказы



Так все таки как попасть в яблочко? Где взять крупные заказы? Как продвигать строительную химию?



Первое, с чего начнем — **выход на застройщиков**. Нам нужно найти **планируемые к строительству объекты** и тех, кто **договаривается с поставщиками**. В случае успешного сотрудничества **все работы в ванне, по полу, по стенам в каждой квартире** будут делаться с применением **вашей продукции**.



Номер два. Строительно-монтажные фирмы. **Те, кто ремонтирует квартиры.** У таких компаний есть **огромный плюс** — ремонт квартир у них поставлен на поток. **Им выгодно покупать средние и большие партии** вашей продукции, и хранить её у себя на складе.



Номер три. Компании, которые занимаются **строительством бассейнов.** Эти компании могут делать **вполне себе крупные заказы.** Ваши **герметики им понадобятся в большом количестве.**

Застройщик
и

Ремонт
квартир

Бассейн
ы

Итак, **три направления**: застройщики, компании по ремонту квартир, компании по строительству бассейнов.
Застройщики. Ремонт квартир. Бассейны.

ИЮЛЬ						
пн	вт	ср	чт	пт	сб	вс
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

АВГУСТ						
пн	вт	ср	чт	пт	сб	вс
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31		

Нам понадобится два месяца, чтобы наладить связи с этими тремя видами компаний.

Для крупных заказов необходимо выходить на лиц, которые принимают решение о закупке продукции. Мы готовы общаться с каждой компанией, которая является вашим потенциальным клиентом и которая согласится нас выслушать.

Долгосрочное сотрудничество

Уверен, что выстрелы будут по компаниям по ремонту квартир и компаниям по строительству бассейнов.

Главная задача — не просто хватать любых заказов, а сделать так, чтобы клиенты заказывали средние партии, но всегда.

Спасиб
о!

Этим мы и готовы заняться!