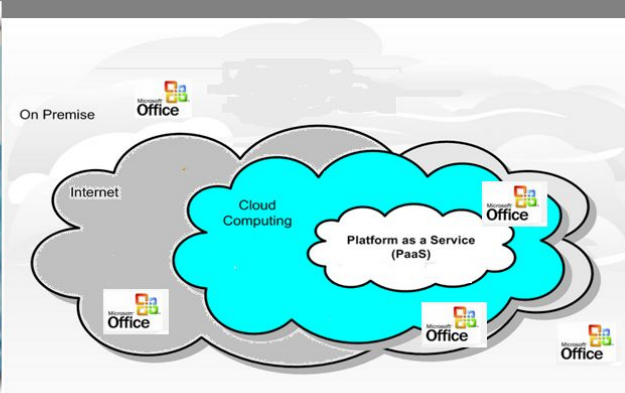




Маркетинговая стратегия



Haustova Elena
Amerhanov Alan
Ulyanycheva Maria
Strukov Dmitry



За что мы платим?

~~Лицензионное ПО~~

от \$135 (бессрочно)

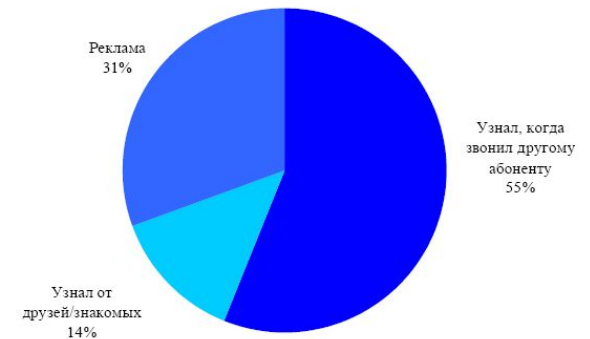
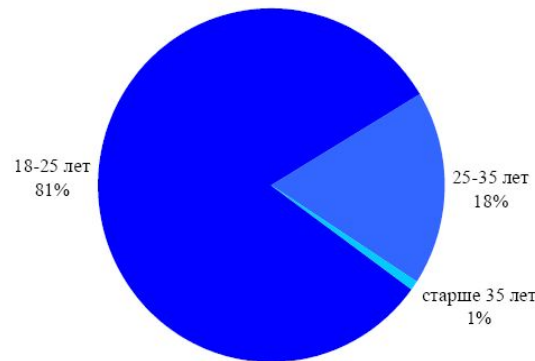
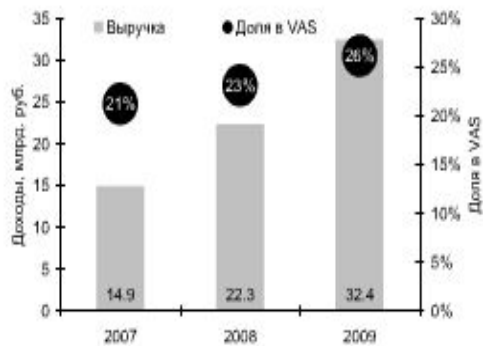
Мобильный контент

Объем рынка = 20 млн. человек
 Выручка = 32,4 млрд. руб.
 Итого на человека = 1620 руб/год (\$40)

Причины:

- 1) низкий единовременный платеж,
- 2) некоторая осязаемость покупки,
- 3) удобство оплаты,
- 4) доступность и удобство самой покупки,
- 5) «есть у друзей»/мода
- 6) fun

Доходы от контент-услуг, 2007-2009



цена не является основной преградой в приобретении лицензии

Стратегия снижения пиратских установок MS Office

Promotion	Place
<p>Основные сообщения: бессрочный характер лицензии, доступность цены, социально ответственное поведение Microsoft, технические и экономические риски пиратских программ, выход новых версий и возможность испробовать их онлайн. Каналы продвижения: наружная реклама, поисковая реклама (по запросам «вирусы», «компьютерная помощь»), продвижение в местах продаж (акция «\$10 на поддержку детских домов»), документальные фильмы о юридических рисках пиратства (без указания на производителя ПО), системные интеграторы (возможность удаленной работы).</p>	<p>Новые ПК: расширение сети партнеров, включающих Office в набор предустановленного ПО. Replacement market:</p> <ul style="list-style-type: none">• создание системы сертификации компьютерных мастеров и единой справочной службы• ограничение доступности пиратского Офиса онлайн (договоры с поисковиками) и в традиционных магазинах (лоббирование)
Price	Product
<ol style="list-style-type: none">1) рассрочки платежа / постепенная оплата2) Использование системы скидок наподобие Groupon3) Упрощение способов оплаты – через мобильные телефоны/продвижение системы PayPal	<ol style="list-style-type: none">1) более жесткая версии Office Genuine Advantage2) Совместные продажи с книгами и обучающими программами, которые обучают навыкам работы с MS Office.3) Встроенная система оплаты PayPal

Office как SaaS приложение

Расходы носят непрерывный характер



- генерация постоянной выручки
- снижение сезонности

Переход на Cloud computing



Создание инфраструктуры для оплаты (мобильный платеж, PayPal, пластиковые карты)

Привлекательность низких ежемесячных платежей, возможность перехода пиратских пользователей



Разные каналы продаж позволяют избежать сокращения продаж лицензий: лицензии – предустановленное ПО, SaaS – обновления и легализация

Высокие затраты на продвижение новых продуктов, недостаточное распространение.

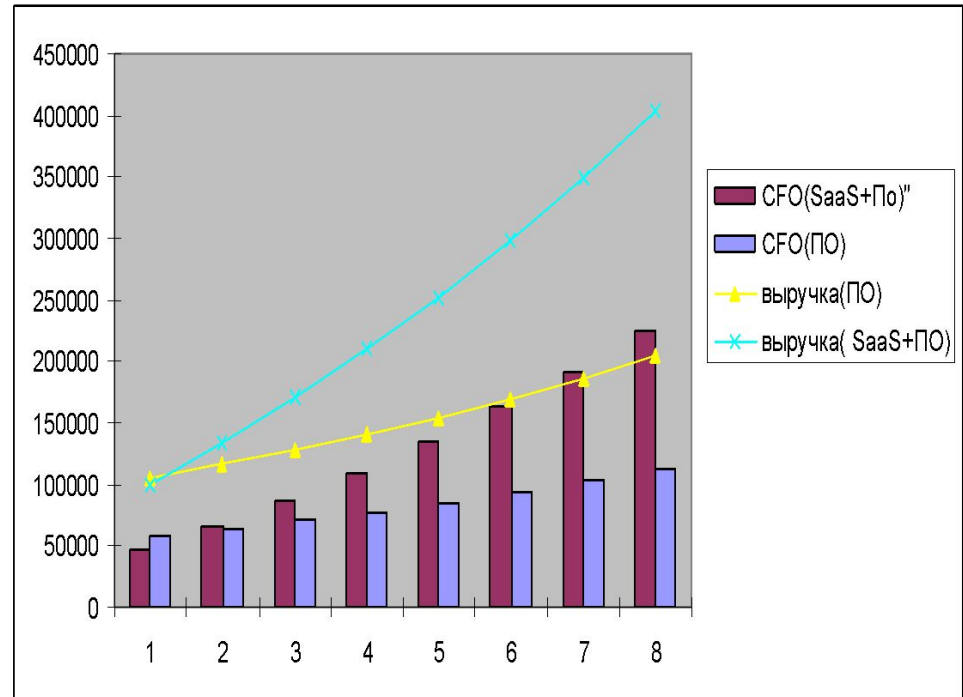


- позволяет увеличить использование новых версий
- расходы растут медленнее доходов

Сосуществование двух моделей возможно и выгодно для Майкрософт

Эффективность новой модели

Годовой прирост рынка	2% - SaaS 5% - ПО
% перешедших на SaaS	2% от неохваченного рынка
ARPU(SaaS)	\$45
ASP(ПО)	\$105
% отказавшихся от покупки ПО	50% новых пользователей
Затраты на привлечение	25 долларов /пользователь



Переход на новую модель позволит увеличить операционный денежный поток уже начиная со второго года

Маркетинг в социальных сетях

Преимущества

много пользователей + много времени

активная, молодая и технически подкованная аудитория

высокий уровень лояльности к соц. сетям

небольшое число рекламы

лавинообразный способ передачи информации («цепная реакция»)

широкие возможности для «вирусного маркетинга»

готовность тратить на технологические инновации

Недостатки

низкая «click though rate» (0,08 % Facebook против 7% Google)

обострение негативной реакции на спам и навязчивую рекламу

цена

сложность оценки эффективности затрат на рекламу



Основные направления

- 1) Продемонстрировать пользователям более продвинутые функции office. Увеличить издержки перехода на конкурирующие продукты
- 2) Катализировать переход на более продвинутые версии
- 3) Способствовать миграции на office on-line
- 4) Сократить издержки предоставления технической поддержки
- 5) Фокус на социальных сетях с разнообразным содержанием(**vkontakte**, **facebook**, **moikrug**).

Мероприятия

1. Группы Microsoft: фокус на развитии навыков использования, а не на информировании о продукте:

- ✓ оживление существующей группы,
- ✓ создание тематических групп («Excel для финансистов»)
- ✓ форумы и обсуждения
- ✓ статьи и конкурсы
- ✓ профессиональное видео
- ✓ доступ к trial версиям
- ✓ Word-интерфейс для текстовых редакторов.

2. Возможность передачи файлов внутри сети только лицензионными версиями программы.

3. Плагин для Word, позволяющий отправлять сообщения или файлы в социальную сеть, не выходя из программы.

4. Тематические flash-mob акции.

5. Обучающие игры (на скорость печати, запоминание и т.д.) как приложения в социальных сетях.

Стратегия продвижения Microsoft Office 2010 в рамках программы Student Select

Реклама в вузах

Реклама на кафедрах информатики ВУЗов, участвующих в программе Student Select

Проведение семинаров для студентов о новых возможностях Microsoft Office 2010 в рамках программы.

Расширение числа ВУЗов-партнеров, бесплатное ПО в обмен на обучение новым функциям

Возможность оплаты через автоматы оплаты услуг в помещениях ВУЗов.

Реклама через интернет

Использование сайтов вузов для продвижения Microsoft Office 2010 в рамках программы Student Select

Реклама в социальных сетях через группы студентов вузов.



Не отказывай себе в лицензионном программном обеспечении.

Microsoft Office 2010 за \$69 навсегда с тобой



- Уважаемые студенты, преподаватели и аспиранты, ваш вуз участвует в программе Student Select. Это даёт вам уникальную возможность приобрести лицензионный пакет программ Microsoft Office 2010 со скидкой 80%. Подробности на сайте <http://www.microsoft.com/rus/studentoffice/>.



Успевай больше с MS Office 2010.

Профессиональная версия - всего за \$69 в
твоем ВУЗе.



Не ограничивай себя.

Лицензионный Microsoft Office
2010 для студентов – на 80%
дешевле, на 100% надёжней

Спасибо за внимание!

