Продвижение товара на рынок

Прощальная лекция

О чем мы не говорили

- Продукт
- Анализ конкурентов по продукту
- Что делать, если продукт – говно
- О мотивации маркетолога
- О взаимоотношении маркетолога и руководителя

Что должно остаться в наших головах

- Клиент платит нашу зарплату
- Идем от потребностей клиента
- STP наше все!
- Маркетинг есть логика
- Smart постановка задач (цели, сроки, критерии оценки эффективности)
- Реклама
- Система стимулирования сбыта
- PR
- Сервис
- Личные продажи

В КОНЦЕ КАЖДОГО ПЕРИОДА

- ЧТО БЫЛО
- ЧТО СТАЛО 1 (СКОЛЬКО ПОТРАТИЛИ-ЧТО СДЕЛАЛИ)?
- ЧТО СТАЛО 2 (СКОЛЬКО ПОТРАТИЛИ-ЧТО СДЕЛАЛИ)?
- ЧТО СТАЛО 3 (СКОЛЬКО ПОТРАТИЛИ-ЧТО СДЕЛАЛИ)?
- ЧТО ПРОДОЛЖАЕМ? ПОЧЕМУ?
- ЧТО МЕНЯЕМ? ПОЧЕМУ?
- ЧТО ИСКЛЮЧАЕМ? ПОЧЕМУ?

ЗАЧЕТ

- Строительная компания
- 7 бригад (отделка, сантехник, электрик, прораб, разнорабочий)
- Сайта нет, работают по рекомендациям
- Нанимают еще 7 бригад – необходимо обеспечить их клиентами
- Задание: на уровне стратегического маркетинга задать цели, сроки, критерии, ЦА, STP.