

Состав работ по МС

1. Определение целей бизнеса, маркетинга, электронного маркетинга (по S.M.A.R.T)

2. Миссия, видение, ценности бизнеса.

3. Позиционирование, УТП.

4. Продажи.

- Состав оборота по географии и типу клиентов
- Состав оборота по продукту и типу клиента
- Ценовая политика и система лояльности
- Дилерская политика (если есть дилеры)
- Книга работы с возражениями (книга продаж)
- Стандарты работы магазинов и точек продаж
- Особенности фирменного стиля (айдентика)
- Продуктовая линейка или набор услуг. Сопутствующие товары
- Сравнение линеек продукции с конкурентами
- Товары-заменители, их плюсы и минусы
- Текущие каналы продаж, ресурсы, бюджеты
- Потенциальные клиенты, клиентская база и ее ведение
- Отдел продаж
 - Состав;
 - Есть ли обучение продукту/тренинги продаж;
 - Наличие автоматизации (СРМ, IP-телефония, авто воронка);
 - КРІ, аналитика.
- Стратегия продаж
 - План продаж на временные отрезки: неделя, месяц, квартал, полугодие, год;
 - План продаж по регионам, продуктам и услугам;
 - Цепочки до продаж от бесплатного к самому маржинальному.

5. Целевая аудитория.

-Типовые персонажи

-Построение пути клиента

6. Аналитика: рынок.

- Кабинетные исследования (сбор и анализ вторичных данных)

7. Аналитика: спрос.

- Анализ и кластеризация всех градаций спроса

8. Исследование конкурентов.

9. Seo-стратегия.

10. Контент стратегия.

11. Коммуникационная стратегия.

12. SMM.

14. CRM маркетинг.

15. Офлайн активности, система лояльности и интеграция ее с веб-аналитикой.

16. Аналитика и сквозная отчетность до продаж.

17. Автоматическая отчетность, Визуализация отчетности и дашборды для топ-менеджмента. (Tableau, Datastudio, PowerBI)

18. Прогностическая модель результатов реализации стратегии.

19. Медиаплан рекламной компании

20. Тестовая рекламная компания 1 месяц бесплатно, Вы платите только рекламным площадкам

21. Рекламное сопровождение

22. План работ по реализации маркетинговой стратегии

23. Документ стратегии