

Приложение 1.

Маркетинг за 24 часа

Первый маркетинговый коробочный продукт «Маркетинг за 24 часа» (или «Маркетинг24») создан специально для малого и среднего бизнеса, руководители которого хотели бы получить полную диагностику своего маркетинга и рекомендации, что улучшить и как. И получить это быстро.

Содержание продукта

«Маркетинг24» состоит из трех частей.

1. Аудит
2. Представление результатов
3. Коррекция (исправления)

Аудит проходит в течение трех рабочих дней (отсюда и название этого продукта).

В случае необходимости мы можем провести аудит и за фактические 24 часа.

Например, начнем работать в 9 часов утра во вторник, а уже в 10 часов утра в среду будем готовы представить вам результаты. Но наша практически бессонная ночь будет стоить вам 100% прибавки к цене. Впрочем, для заказов из других городов это оправданно.

Направления для аудита

1. Точки контакта компании (порядка двадцати, мы с вами обсудим их заранее, чтобы быть на одной волне).

2. Команда маркетинга (структура, профессионализм, мотивирование, потенциал развития).
3. Ценовая политика компании (как вы назначаете цены, используются ли красивые, магические, контрастные цены, как вы даете скидки).
4. Продуктовая политика.
5. Каналы продаж (что вы используете и как, что еще можно использовать).
6. Продвижение (сайт, ваши рекламные материалы).
7. Позиционирование компании.
8. Конкуренты.
9. Клиенты.
10. Отрасли, опыт которых можно перенять.

Как это работает (этапы, содержание)

1. Инструктаж

Мы подробно объясняем, что и как будем аудировать по каждому направлению.

2. Приоритеты

Вы расставляете приоритеты.

Например, первые три топовые позиции (из десяти) для аудита с вашей точки зрения выглядят так:

- каналы продаж;
- команда маркетинга;
- позиционирование компании.

Именно им и будет уделено особое внимание при проведении аудита.

3. Подготовка

Мы просим вас подготовить к аудиту нас и компанию (по каждой позиции свой список).

Например, аудит точек контакта потребует, чтобы в курсе происходящего были коммерческий отдел, отдел маркетинга, бухгалтерия.

Аудит клиентов потребует подготовки встреч с несколькими вашими клиентами.

Хлопотно?

Есть и хорошая новость: например, для аудита сайта не требуется ничего. А для аудита рекламных материалов нам нужны только сами материалы.

4. Начало аудита

По согласованному графику мы начинаем аудит.

5. Представление результатов

В назначенный день и час по завершении аудита мы встречаемся с вами и представляем результаты.

Что вы видите?

Каждое направление оценено нами по 10-балльной шкале (10 — максимум).

Вернемся к нашему примеру.

Ваши каналы продаж — 8.

Ваша команда маркетинга — 7,5.

Позиционирование — 9.

Поздравляем.

Если ваша оценка 8–10, то мы не видим повода бить тревогу. Мелкие изъяны исправить можно легко и быстро.

С оценками 5–7 понятно, что имеются проблемы, но браться за их решение или пока подождать — решать вам.

А вот если оценки 0–4, наша рекомендация — срочно принимать какие-то меры, потому что вы теряете возможности и деньги.

6. Список проблем

Помимо оценки вы также получаете перечень проблем, обнаруженных при проведении аудита. Например:

- ваши менеджеры по маркетингу сильно отстали в своем развитии;
- ваши клиенты недовольны тем, как вы себя ведете;
- ваши скидки слишком высоки;
- ваш сайт — отстой;
- ваши рекламные материалы ужасны;
- ваш слоган необходимо срочно менять;
- ваша миссия никакая.

И так по каждому направлению.

Но есть и положительные моменты.

7. Quick wins (быстрые победы)

Вслед за перечнем изъянов мы даем quick wins — советы, следуя которым вы можете быстро, недорого и просто решить свои проблемы.

Например, вам следует:

- добавить кнопку обратной связи на сайте;
- поставить в офисе автоответчик;
- провести внутренний тренинг по маркетингу;
- срочно ввести работу по плану «Топ-5»;
- провести акцию «Таинственный покупатель»;
- раз в неделю встречаться с клиентами;
- выбросить и больше не печатать буклет о компании;
- уволить секретаря на ресепшн и взять другого (и не девушку, а парня; мы объясним почему);
- переделать ваш прайс-лист.

Но не все так просто.

8. Системные задачи

Системные задачи невозможно решить «косметическими» способами, quick wins здесь недостаточно. Потребуется значительная дополнительная работа, которую необходимо будет выполнить

самостоятельно, с нами или с теми, кого мы вам порекомендуем. Оплачивается такая работа отдельно.

Например, вам потребуется:

- полностью переделать сайт;
- обучить ваших менеджеров по продаже;
- создать систему аудита ваших конкурентов;
- сменить ассортимент вашей продукции;
- привлечь нового дистрибьютора;
- изменить фирменный стиль;
- сменить упаковку.

Итак, после того как был проведен аудит и представлены его результаты, у вас на руках оказались:

- оценка каждого направления по 10-балльной шкале;
- список проблем по каждому направлению;
- список quick wins (быстрых побед) по каждому направлению;
- список системных задач.

Стоимость пакета «Маркетинг24» будет названа после сделанного заказа.

Заказ по электронной почте (пожалуйста, укажите в заголовке «Маркетинг24») — marketing@MarketingMachine.ru

Анна Турусина

Алла Грибанова

Игорь Манн

«Маркетинг машина»

Делаем маркетинг лучше

Marketing@MarketingMachine.ru