

Стремление к комфорту и упрощению не только открывает возможности маркетологам

Мир вокруг нас становится все более утилитарным

Все знают что такое маркетинг и что нужно делать.

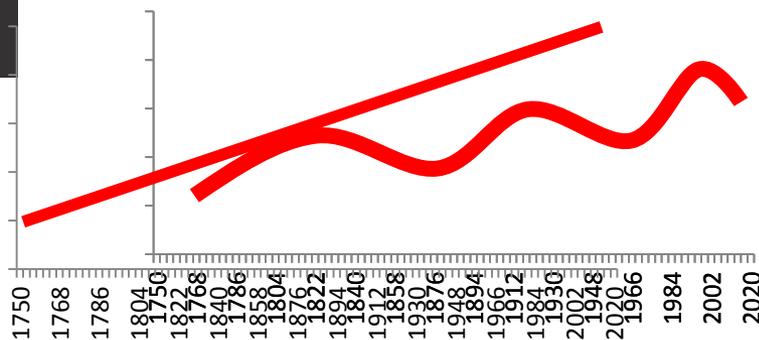
Низкий уровень компетентности и опыта маркетологов



Рыночная реальность способна преподнести сюрпризы

Экономика имеет волновой характер

Профессиональная жизнь в течение одной фазы



Если бизнес планирует остаться на рынке, необходимо повысить текущий уровень ответственности и доверия

Уровень доверия и уровень ответственности Маркетолога

Компании не готовы *Cost saving* Неэффективность

Маркетологи ждут от топ-менеджмента



Топ-менеджмент ждет от маркетологов



Принятие маркетологом лидерства



Если хотите профессионального признания и результатов, повышайте качество

Качество маркетинга

Анализ

*Как повлияли изменения в экономике на
Ваших клиентов / конкурентов / вас?*

Как изменилось поведение, доминирующие мотивы, выбор?

Почему?



Прогноз

Что будут делать

Ваши клиенты / конкуренты / сотрудники в перспективе

Месяц / Квартал / Полгода / Год / 3 года / 5 лет / 10 лет?



Если хотите профессионального признания и результатов, повышайте качество

Качество маркетинга

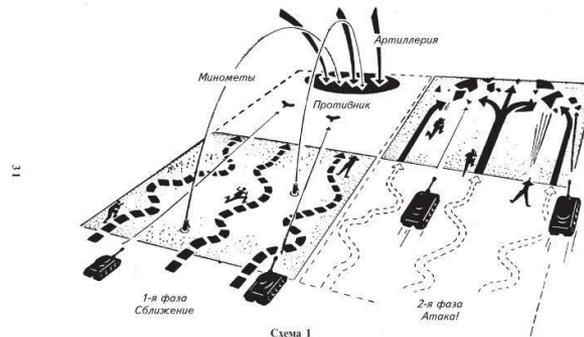
Стратегия

Проверьте себя: ЦА, продукт, сервис,
Product Mix, Market Mix, Дистрибьюция,
Price, Брендинг, Продвижение, Коммуникация



Тактика

Приоритезация всего: хорошее время проверки на эффективность.
Отказ от всего не нужного.
Умение фокусироваться на самом важном.



Результат никогда не гарантирован, но всегда заслужен

Результат маркетинга

2015 (на примере одной компании)

*B2C MS +3% (8% total year) #3, 9,5% Winter #1
Price increase 10% per year.
Production limit.*

*B2B MS +12% (16% total year) #2
Price increase 30% per year.
Production limit.*

