

Электронный маркетинг в диверсифицированной компании

Алина Сафонова

16.11.2017





Коротко о компании 3M



Более 55,000 продуктов



Одна треть продаж приходится на продукты, выпущенные в течение последних 5 лет



90,000 сотрудников по всему миру



Операции в 70 странах и продажи в 200



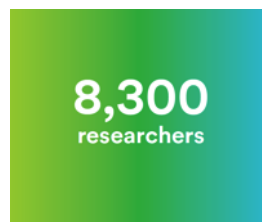
Скорее всего вы встречаете продукцию 3M около 100 раз в день



Около шести процентов ежегодно мы инвестируем в R&D по всему миру



В течение последних пяти лет мы инвестировали \$8.5 млрд в R&D



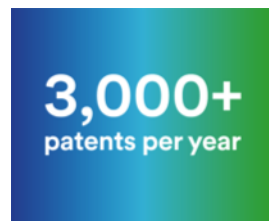
8,300 ученых работает в компании по всему миру



85 R&D лабораторий в 36 странах



54 клиентских технологических центров по всему миру

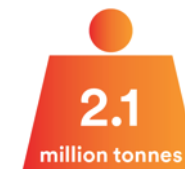


У нас 105,000+ зарегистрированных патентов

Ежегодно мы регистрируем более 3,000 патентов



200 производственных площадок в 38 странах



Более 2.1 млн тонн загрязнений устранено с 1975 года

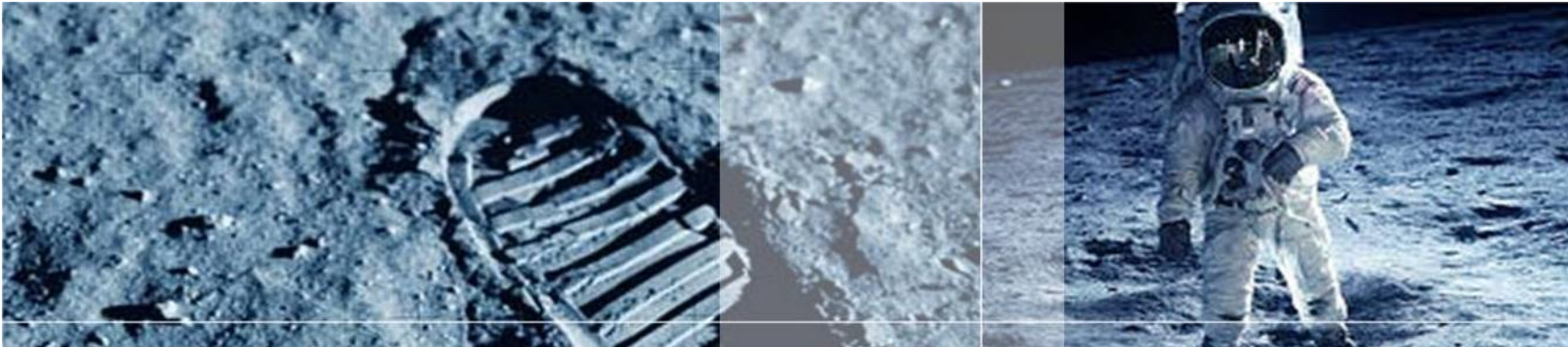


Скорее всего вы находитесь в трех метрах от места, где использован продукт 3M

Один маленький шаг для 3М, один гигантский прыжок для человечества

Знаете ли вы, что первый след на луне был оставлен с помощью компании 3М?

В 1969 году американский астронавт Нил Армстронг сделал свой первый шаг на луне в специальной космической обуви, подошва которой была сделана из материала компании 3М.



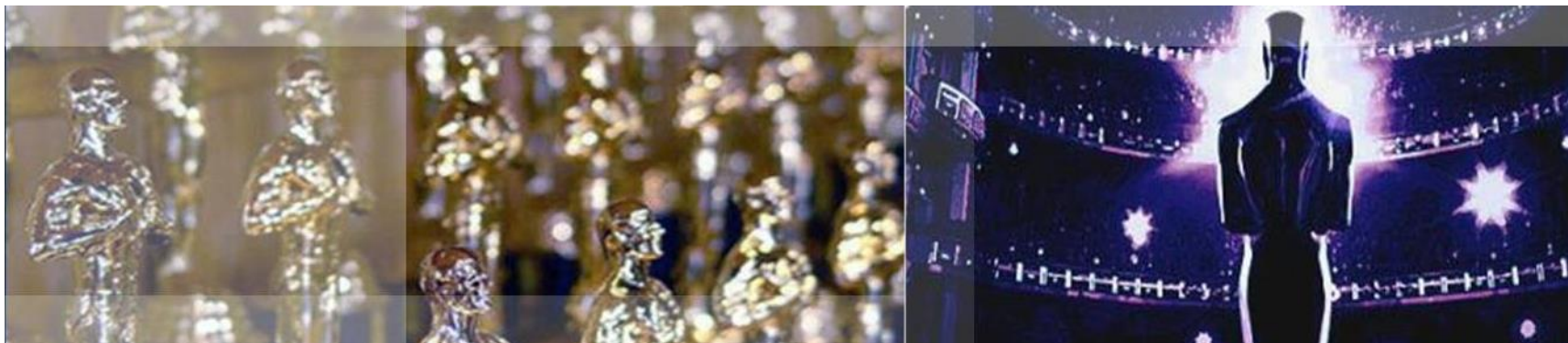
Великий момент в новейшей истории. «След 3М» появился там, где не ступала нога человека

И Оскар достаётся...

Знаете ли вы, что компания 3M получила 2 премии Оскар?

В 1969 году компания 3M получила свой первый Оскар за разработку проекционного экрана с помощью световозвращающей технологии Scotchlite™

В 1985 компания 3M была снова отмечена премией Оскар за разработку магнитной плёнки для звукозаписи



Вручение премии Оскар – это одно самых значимых мировых событий каждый год

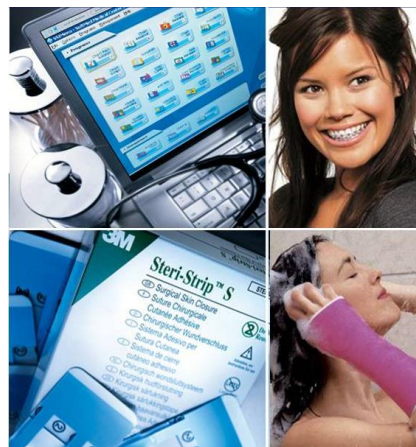
46 технологических платформ

Ab абразивы											
Ad адгезивы	Fi пленки										Md медицинские данные
Am Специальные материалы	Fl Флуоресцентные материалы								Ec энергетические компоненты	Mf механические системы крепления	
Ce Керамика	Nt нано-технологии							Ac акустический контроль	Fe адаптивная электроника	Mi поиск микробов и контроль	
Co композиты	Nw нетканые материалы	Mo Литье под давлением	Pe инженерное проектирование	Rp радиационная обработка	An аналитические	Fc резка и высечка	Pr контроль за процессами	Bi биотехнологии	Fs фильтрация, сепарация, очистка	Op опто-электроника	
Do материалы для стоматологии	Po пористые материалы и мембраны	Mr микро-репликация	Pm Полимерные процессы	Su Модификация поверхности	As прикладные программы	In измерения и контроль	Se сенсоры	Dd доставка лекарств	Im создание изображений	Tt мониторинг и отслеживание	
Em электронные материалы	Sm Специальные материалы	Pd Диспергирование	Pp Прецизионная обработка	Vp Напыление	Es программное обеспечение в электронике	Is интегрированные решения	We ускоренное старение	Di дисплеи	Lm управление светом	Wo обработка ран	
Материалы		Процессы			Измерения			Применения			

Продуктовые направления бизнеса 3M Россия



Материалы для промышленности



Здравоохранение



Безопасность и графика

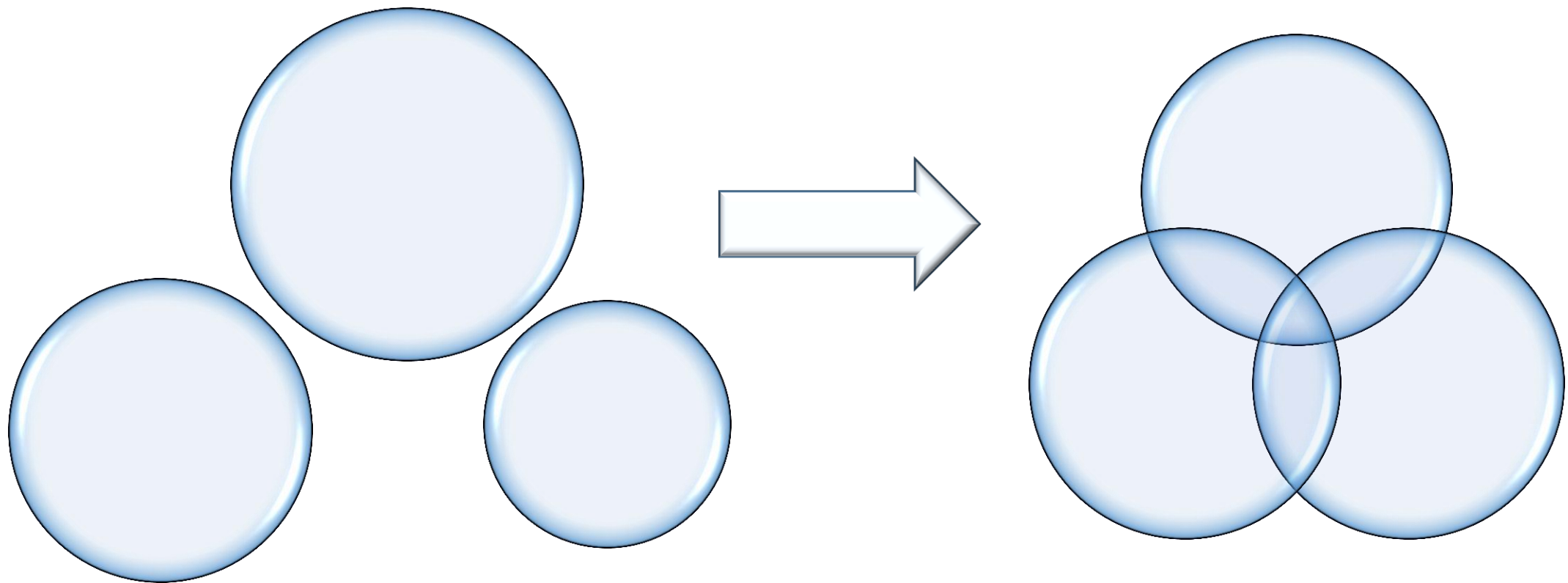


Электроника и энергетика



Потребительские товары

Трансформация маркетинга в 3М



- Продвижение продуктов.
- Кампании ориентированы на профессию сотрудников в различных сегментах.
- Ведущая роль в коммуникации у продуктового маркетолога.

- Продвижение решения.
- Кампании ориентированы на различные профессии в определенном сегменте.
- Ведущая роль в коммуникации у сегментного маркетолога.

ПРОДУКТЫ ДЛЯ
БИЗНЕСА

ПРОДУКТЫ ДЛЯ
ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

О КОМПАНИИ 3M

Поиск



Рынки

ВСЕ ПРОДУКТЫ

Все продукты 3M

АВТОМОБИЛЕСТРОЕНИЕ

БЕЗОПАСНОСТЬ

ГОРНОДОБЫВАЮЩАЯ И
НЕФТЕГАЗОВАЯ
ПРОМЫШЛЕННОСТЬ

ЗДРАВООХРАНЕНИЕ

КОММЕРЧЕСКАЯ РЕКЛАМА

ПРОМЫШЛЕННОЕ
ПРОИЗВОДСТВО

СТРОИТЕЛЬСТВО И ДИЗАЙН

ТЕЛЕКОММУНИКАЦИИ

ТРАНСПОРТ

ЭЛЕКТРОНИКА

ЭНЕРГЕТИКА

ПРОДУКТЫ

[Абразивные материалы](#)

[Аускультация и диагностика](#)

[Материалы специального
назначения](#)

[Решения для фильтрации](#)

[Промышленные ленты и клеи](#)

[Решения для дорожной
безопасности](#)

[Хирургия](#)

[Трассопоиск и маркировка](#)

[Уход за пациентами](#)

[Стерилизация и мониторинг](#)

[Материалы для авторемонта](#)

[Пленки](#)

[Электротехнические изделия](#)

[Продукты для стоматологии](#)

[Продукты для ортодонтии](#)

[Продукты для ухода за кожей и
ранами](#)

[Стетоскопы Littmann®](#)

[Иммобилизация](#)

[Пищевая безопасность](#)

[Средства индивидуальной
защиты](#)

[Решения для индустрии HoReCa](#)

[Решения для обслуживания
зданий](#)

[Системы крепления Command®](#)

[Продукция Post-it®](#)

[Монтажные клейкие ленты
Scotch®](#)

[Губки для тела Nexcare®](#)

[Товары для уборки](#)

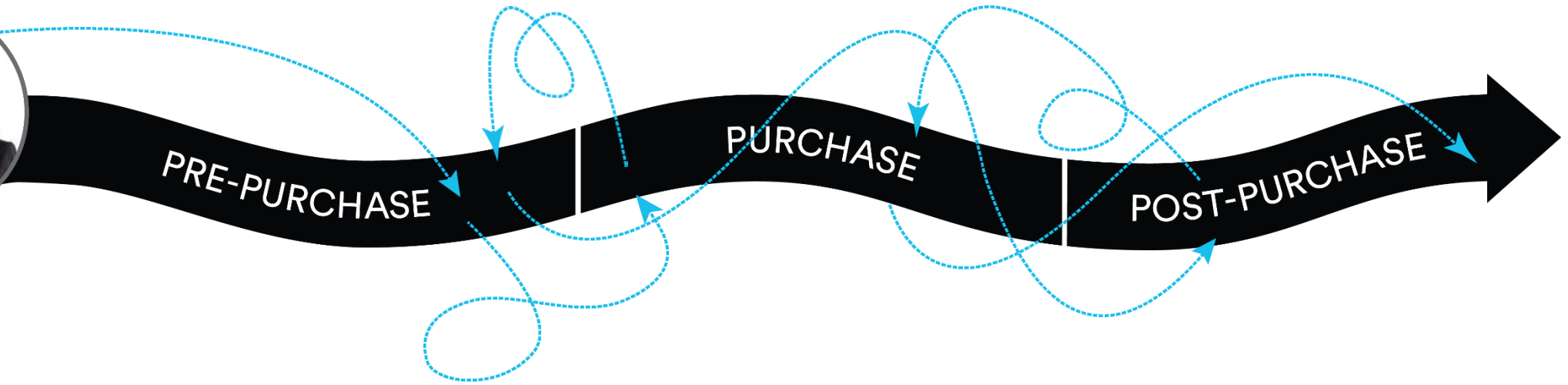
Продукты



Суть концепции Customer Journey



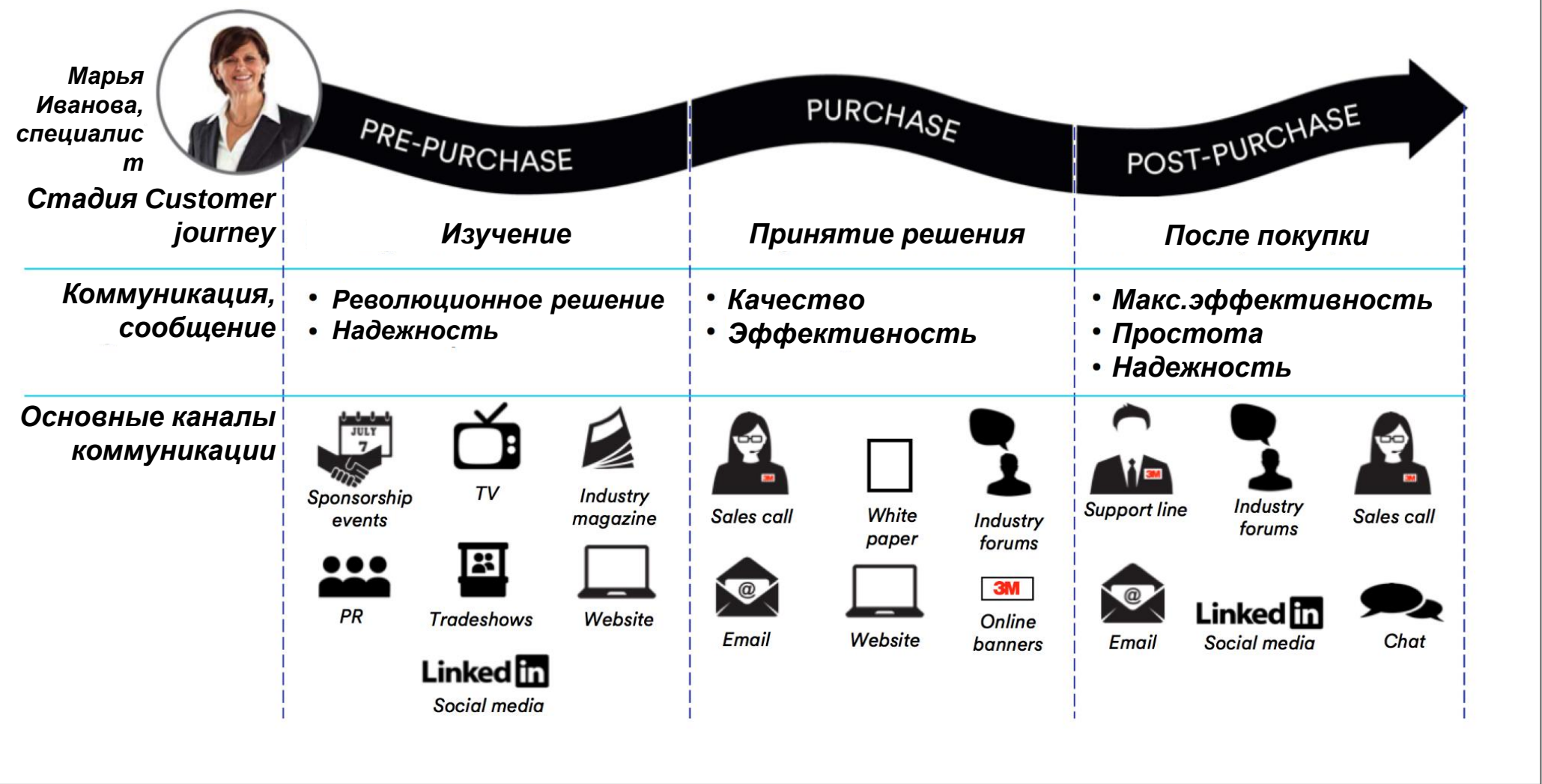
Марья Иванова,
специалист



1. Предварительная стадия перед покупкой (до момента принятия решения).
2. Процесс покупки (с момента заказа до получения).
3. Послепродажное обслуживание и последующий контакт с клиентом.

Инструменты маркетинга Customer Journey

ПРИМЕР



Persona кампании – кто наш клиент?

Architect
Specialist
Middle class
Higher education
30-50 years
Creative, innovations oriented
Visits many trade shows, searching for ideas



Pain
Many ideas are not fulfilled due to high costs
Competition among designers/engineering companies
End User brief and budget constraints
Temperature/weather limitations of material usage
(?) Ecology
Comfort-beauty equilibrium

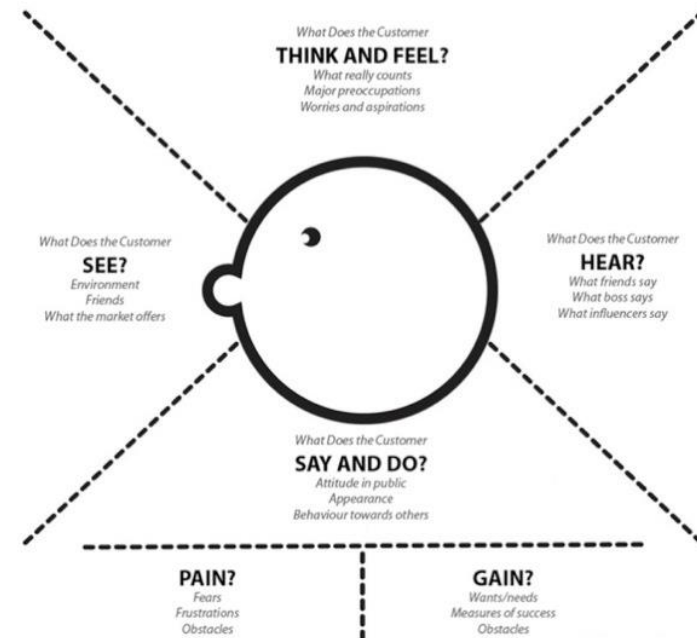
Gain	3M response
Public recognition	Opportunity to communicate on PR events
Strong reference list	Success stories
Freedom of creativity and trust of customers	
Innovative design	
Wide set of tools	Attract partners
Various ways of design	Overview of techniques

Engineer
Specialist
Technical, mathematical oriented thinking
Higher education
Conservative
Introverted

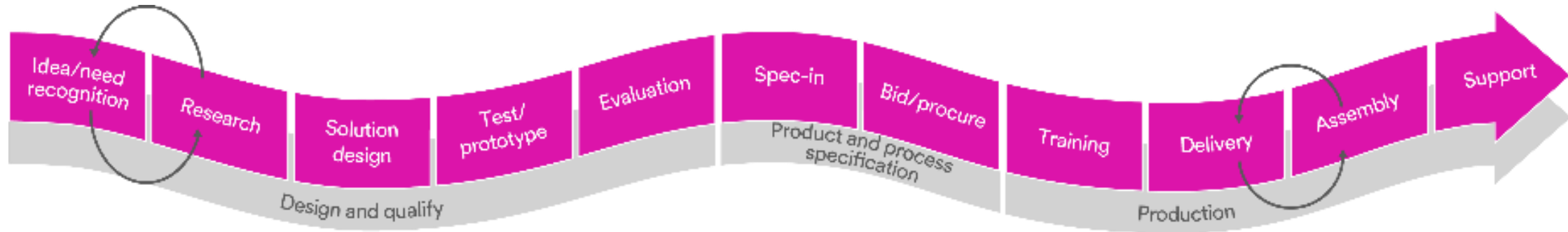


Pain
Complicated projects, contradictory technical requirements
Lack of time for calculation, specification
Responsibility for exploitation characteristics
Price-efficiency equilibrium
Ecology is totally out of scope

Gain
Knowledge of new technologies
Warranted quality of materials and therefore, high exploitation characteristics
Ease of picking options and specification calculation
Clear solution diversification, advantages justification
Proven reliability of technologies
Universal solutions that can be applied for other projects

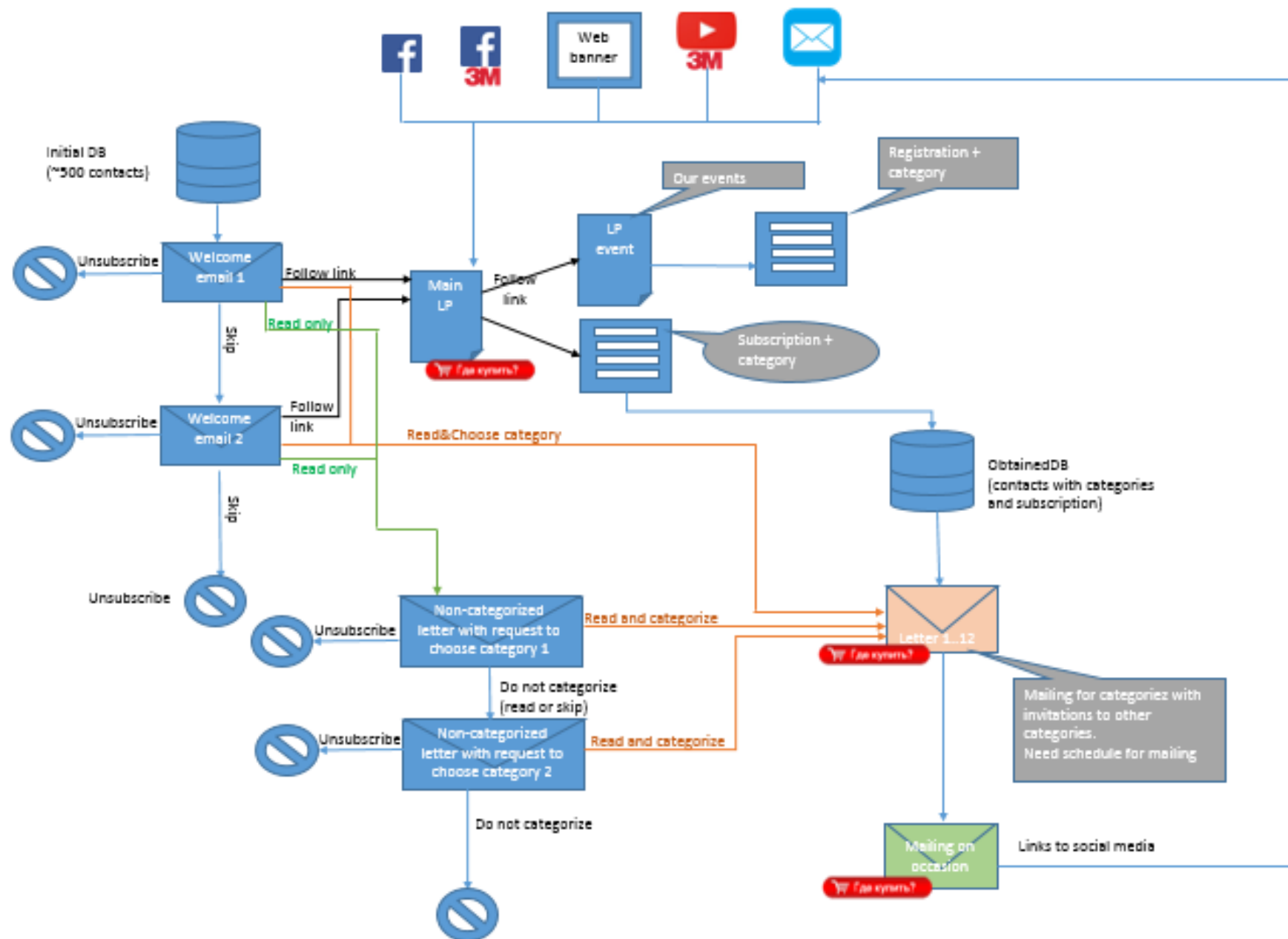


Как мы можем взаимодействовать с нашим клиентом?



Awareness (focus stage)					Specification		Service/project support	
Idea/Need recognition	Education on need	Research (deep dive into the topic)	Solution design (show/test)	Evaluation	Spec-in	Bid	NPI training	Events/shows
Trade shows/events	Web-surfing (SEO, context)	Catalogues online and offline, brochures	CTC	CapEx calculator	Spec-in training for the project	Pricing, discounts	Newsletters	Customer events for construction
Online forums and portals	Youtube, social media	Data sheets	Trade shows	TCO calculator	Design guides	Customization	Invitations to events	Professional forums
Industry magazines (online/offline)	Promo page	Workshops	Demo-shows during sales visits	Tests results	VAD, installers, converters' training		Joint publications	
Workshops by other market participants	Success stories (PR)	Reference list	Demo-stands	Certificates			Creative competitions, nominations	
	Technical articles, datasheets			Specialized tests for the customer				
				Tech rep visit				

Карта сценария взаимодействия с клиентом



Спасибо! Вопросы?