

МАРКЕТИНГ И ПРОДАЖИ

Денис Креминский
ceo@profitum.ru
@arteregn

PolarDay Startup Community

Мурманск · 13 июля 2013 г.





ЧТО ЖЕ ДЕЛАТЬ?

Апплемания

ТЦ Детский мир,
0 этаж у фонтана



*Эксклюзивные чехлы
из дерева и керамики
аксессуары по ценам производителя*

АУДИТОРИЯ



Apple iPad mini

...ОК, АУДИТОРИЯ И ВСЕ?

НАТЯЖНЫЕ ПОТОЛКИ

*Бесшовные, европейские,
тканевые, фотопечать*

Низкие цены, реальные скидки, кредит,
рассрочка от компании без переплаты,
профессиональные опытные мастера,
полезные подарки при заказе через сайт!*

*энергосберегающие
ОКНА, БАЛКОНЫ, ЛОДЖИИ
ВХОДНЫЕ ДВЕРИ
весь модельный ряд на сайте*

г. Мурманск, пр. Ленина 3, офис 18
www.ecodom51.ru 60-18-88 , 60-19-99



*ООО «Хоум Кредит энд Финанс Банк», «ОАО ОТП Банк»

ФОКУС СООБЩЕНИЯ



ATLANTA'S HOMEGROWN CREDIT UNION WITH GLOBAL REACH.

For over 80 years, Credit Union of Atlanta has worked to cater to the financial needs of its members. And as Atlanta has grown from a sleepy southern town into an international city, our products and services have grown as well.

Products and Services:

- Business Savings and Checking Accounts
- Share/Savings Accounts
- Club Accounts – Christmas and Vacation
- Share Certificates CD
- Individual Retirement Accounts (IRAs)
- Share Draft/Checking
- Share Plus Money Market Accounts
- Overdraft Protection
- Direct Deposit and Payroll Deduction
- Automated Teller Machines (ATMs)
- Virtual Branch
- CUA Audio Response
- Mortgages
- Home Equity Loans
- New and Used Auto Loans
- VISA Credit Card
- Signature Loan
- Personal Lines of Credit.

CUA is part of the CU Service Centers Network. Locations include Ecuador, Germany, Guam, Italy, Japan, Korea, Puerto Rico, United Kingdom and the United States. The United States has over 4,200 locations.



Homegrown. Member-owned.

104-658-6465

www.cuatlanta.org

ОК! Я ВСЕ ПОНЯЛ!
ПОБЕЖАЛИ ДЕЛАТЬ
ВИЗИТКИ!

КАНАЛЫ ПРОДВИЖЕНИЯ

А ЧТО КРОМЕ ВИЗИТОК?..

- Аутдор
 - Транспорт, билборды, плакаты, тумбы и т.д.
- BTL
 - Листовки, визитки и т.д.
- Media
 - Онлайн, оффлайн
- *Сарафанное радио*

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ

- Сколько стоит один контакт с клиентом?
- Сколько стоит одна совершенная продажа?
- Сколько времени проходит между началом кампании и результатом?
- Сколько клиентов теряется по пути?
- Есть ли сезонная, географическая, зависимость между кампанией и результатом?

О ЧЕМ ПОМНИТЬ

- Аудитория
- Фокус сообщения
- Каналы продвижения
- Оценка эффективности
- *Дизайн*

ПОУПРАЖНЯЕМСЯ

- Финансовый кооператив
- «Проветриватели»
- Социальная сеть для молодых мам
- Услуги по разработке веб-сайтов

ПРОДАЖИ:
ВСЕГДА ЛИ ПРАВ КЛИЕНТ?

CASE #1

- Министерство хочет заказать презентацию своего ведомства в Москве. Видно, что сроки поджимают, очень важно «произвести впечатление», четкого понимания содержания нет, бюджет ограничен.
- Предварительное изучение проекта (в форме подробной анкеты) показывает, что работы будут стоить в 4 раза дороже, чем весь выделенный бюджет.
- В чем проблема? Как ее решить?

CASE #2

- Клиент заказал длинный проект по разработке сложного многоэтапного сайта
- На каждой встрече возникают проблемы вида «Давайте подвинем кнопочку вверх, моей жене так нравится!»
- Бюджет ограничен, почасовая оплата работы разработчиков не принимается
- В чем проблема? Что делать?

ВАШИ ПРИМЕРЫ!

СПАСИБО!
ВОПРОСЫ?