

Тренинг

Любите прибыль? Любите системный маркетинг!



Рабочая тетрадь

24 января

План тренинга:

9:30 – регистрация, кофе

10:00 – начало

1. Системный маркетинг – товар, услуга или эмоция
2. Есть ли у вас план? (исследования, анализ и планирование в маркетинге)

11:45 – 12:00 – перерыв на кофе

3. Позиционирование (Кто я? Где я? Чего я хочу? Сколько я стою? Кто за все это будет платить?)
4. Целевая аудитория: анализ, сегментирование, психотипы и подходы
5. Клиентоориентирование

13:30 – 14:30 – обед

6. Заклинание на прибыль (маркетинговые коммуникации и стратегии продвижения)
7. Маркетинговый бюджет и его эффективность (ROMI).
Ценообразование

17:00 – Домашнее задание, выводы и обратная связь окончание тренинга

1. Определение маркетинга

Маркетинг (англ. *marketing*) - это деятельность, направленная на достижение целей предприятий, учреждений, организаций путем формирования спроса и максимального удовлетворения потребностей потребителей. (Википедия).

Существует около 3000 определений маркетинга. Дайте ваше определение:

2. Сам себе маркетолог

Реалии современного делового существования такие, что без профессионального маркетинга бизнесу не выжить никак. Самым успешным будет тот бизнес, где те, кто им руководят, - врожденные и талантливые маркетологи, даже если есть наемные специалисты по маркетингу. Если же у вас пока нет возможности нанять профессионалов, вам просто придется стать маркетологом самому себе.

Что по вашему мнению должны делать сами себе вы, а что – ваш маркетолог:

Вы	Маркетолог

3. Я маркетолог в

1. Создаем бизнес или берем существующий (вид деятельности)

2. Как называется

3. Идентификаторы бренда (точки контакта)

4. Локация (как вы видите, какой он есть, свой офис)

5. Есть ли сотрудники? Кто они?

4. SWOT анализ

Сильные стороны	Слабые сторон
Возможности	Угрозы

4.1 Выводы по SWOT анализу

(как при помощи наших сильных сторон и возможностей мы можем превзойти опасности и достичь целей):

1.
2.
3.
4.
5.
6.
7.
8.
9.
10.
11.
12.
13.
14.
15.
16.
17.
18.
19.
20.

5. Разработка стратегии

1. Цели	2. Возможности
3. Способности	4. План действий
5. Действия	6. Контроль

6. Маркетинг план

Расходы	Расходы 2018 План		Расходы 2018 Факт		Комментарии
	Дата	Сумма	Дата	Сумма	
Штат					
Членства					
Публикации					
Мероприятия					
Представительские расходы					
Выступления					
Сувенирная продукция					
Реклама (включая SMM)					
Печатная продукция					
Брендирующая канцелярия					
Спонсорство					
КСО					

7. **Позиционирование**

Какой ваш бренд? Чем вы занимаетесь и какова ваша миссия?	Для кого создан ваш бренд?	Какую потребность удовлетворяют товары или услуги вашего бренда?	Кто ваши основные конкуренты?	В чем ваше отличие от них и каковы ваши преимущества перед ними?	Какую выгоду ваш бренд принесет потребителю?

Итак:

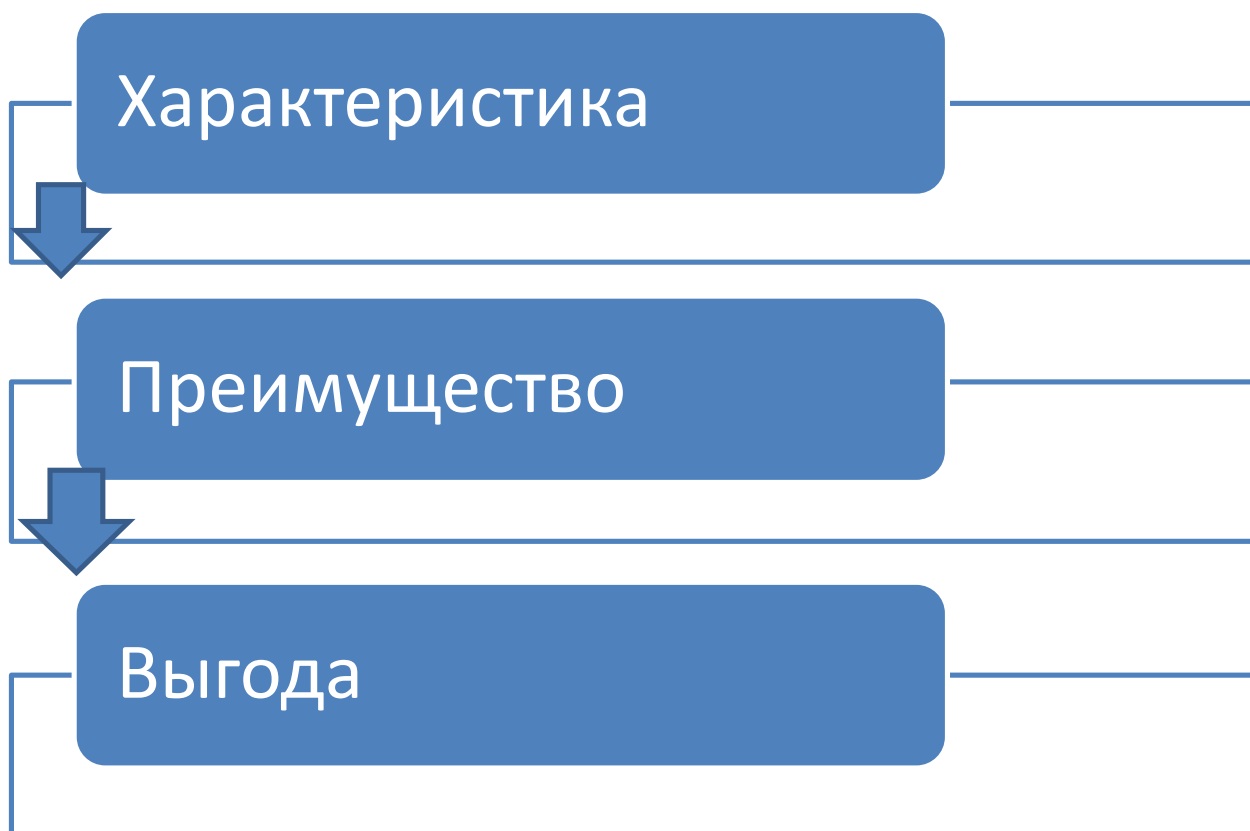
7.1 **Позиционирование**

Почему клиент должен купить именно у вас?

8. Аватар целевой аудитории:

1. Какие ваши клиенты	
2. Где они "живут"	3. Что у вас есть для них
4. Что они хотят	

9. FAB стратегия



10. Стратегия конкурентного преимущества

По цене	
Диверсификация	
Фокусировка	
Первопроходец	
Дифференциация	

11. Маркетинговые коммуникации

Реклама	
Стимулирование сбыта	
PR	
Прямой маркетинг	
Личные продажи	
Упаковка	
Сувениры	
Спонсорство	
Лицензирование	
Сервисное обслуживание	

11.1 Каналы коммуникаций offline:



11.2 Каналы коммуникаций online:

