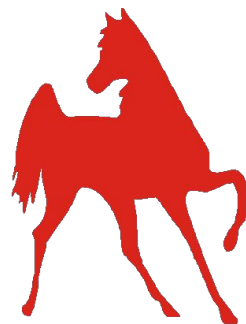


Репьев

Александр Павлович

info@horses.ru



ШКОЛА А.РЕПЬЕВА
РЕКЛАМА И МАРКЕТИНГ

www.repiev.ru



www.mekka.ru



«Первая российская книга о маркетинге,
которую стоит прочитать».

Павел Шубин,
МВА, Рига

Александр Репьев
**Маркетинговое
мышление, или
Клиентомания**



Что отличает маркетолога от маркетингового робота?

Новая книга
автора бестселлера
«Мудрый рекламодатель»

MARKETING THINKING or Clientomania



What distinguishes
a real marketer
from a marketing robot

Alexander Repiev

Маркетинг и реклама при кризисе

Ничего нового:

Работать

мега-МОЗГАМИ

а не

мега-БАКСАМИ!

Маркетинг – это
удовлетворение
потребностей
клиента
с выгодой для себя

**Главный в маркетинге –
это клиент**

Его Величество Клиент

Маркетинг
«делается»
в сознании Клиента!

**Маркетинг – это весь
бизнес, рассматриваемый
с точки зрения клиента.**

Питер Друкер

Продающие МОМЕНТЫ

Определение ПМ

**Все, что выгодно отличает товар
или фирму от конкурентов
(иметь все труднее)**

**Просто достоинства
(могут быть и конкурентов)**

«Язык» ПМ – простой человеческий язык:

- Лучше
- Дешевле
- Быстрее
- Выгоднее
- Проще
- Интереснее
- Вкуснее
- Удобнее
- Прочнее
- Тише
- Экономичнее
- Безопаснее
- Красивее
- И т.д.

ПМ и характеристики

Характеристиками занимается разработчик.

ПМ занимается маркетолог.

Выявление и создание ПМ

**Анализ характеристики –
а что получает от нее Клиент?**

Это творческий процесс.

Другие способы:

- **Маркетинговое руководство** и **руководство по продажам.**
- **Обсуждение с продавцами** всего, что **влияет на выбор продуктов** Клиентами.
- **Участие в продажах.**
- **Воображение и интуиция.**
Эксперименты.

Маркетинговое мышление

Клиентомания

Привычка

ПОДХОДИТЬ БУКВАЛЬНО

КО ВСЕМУ В БИЗНЕСЕ

ТОЛЬКО С ОДНОЙ ПОЗИЦИИ –

С ПОЗИЦИИ ЕГО ВЕЛИЧЕСТВА КЛИЕНТА.

Эмоциональный анализ

Умение

думать за Клиента

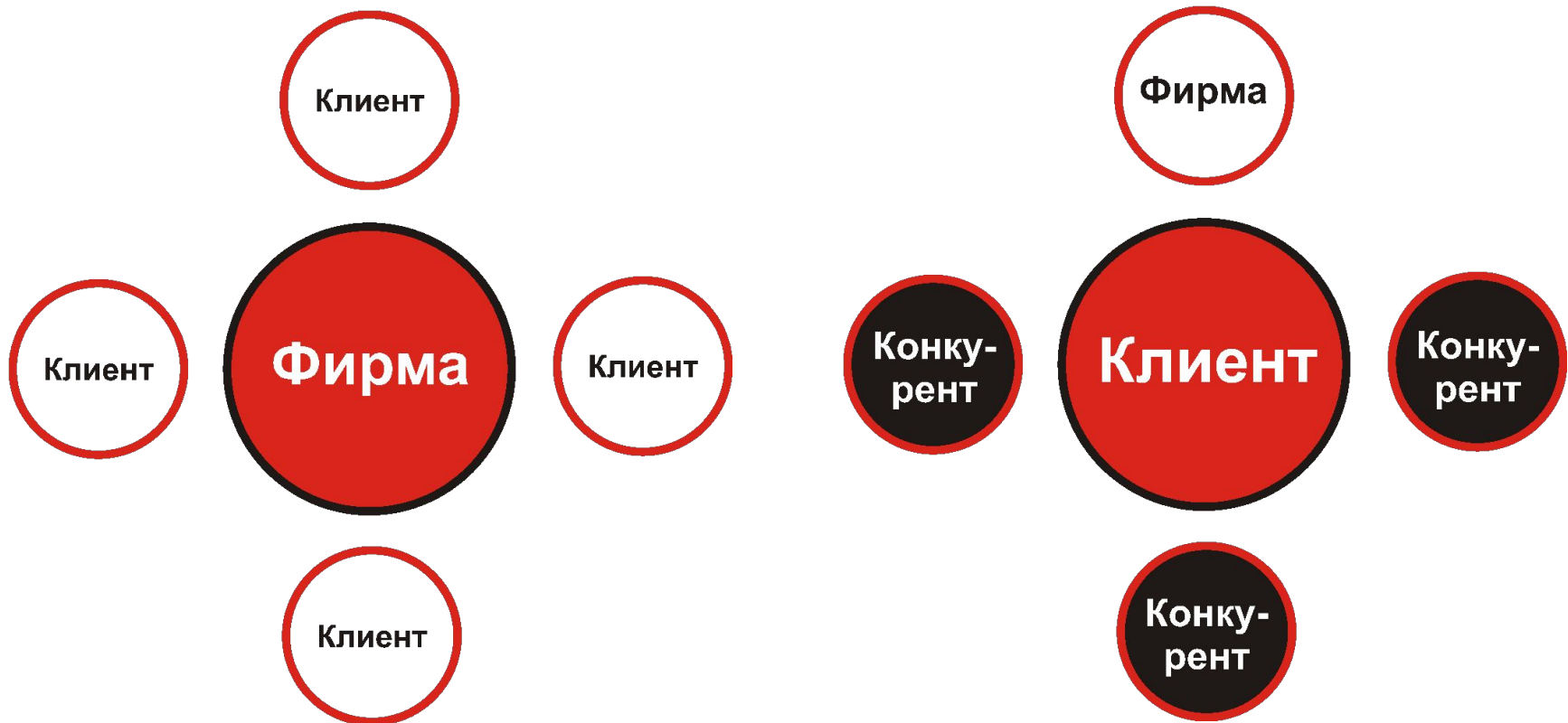
и

чувствовать за Клиента

Маркетинговый аудит (диагностика)

Переход на маркетинговое мышление

Переход на маркетинговое мышление



Клиенто-ориентированная КОМПАНИЯ



Типичная российская ситуация



Как покупают данный продукт?

Покупка:
простая
или
сложная

Сложная покупка



Продукт «спокойная жизнь»

- Трубы Волжского завода для нефтяников
- Платиновые катализаторы для нефтеперегонных заводов

Реклама

ОСНОВЫ

Нужно ли делать рекламу?

Какую рекламу?

Реклама:

- **Обязательная**
- **Дополнительная**
- **Мыльный пузырь**

Обязательная реклама

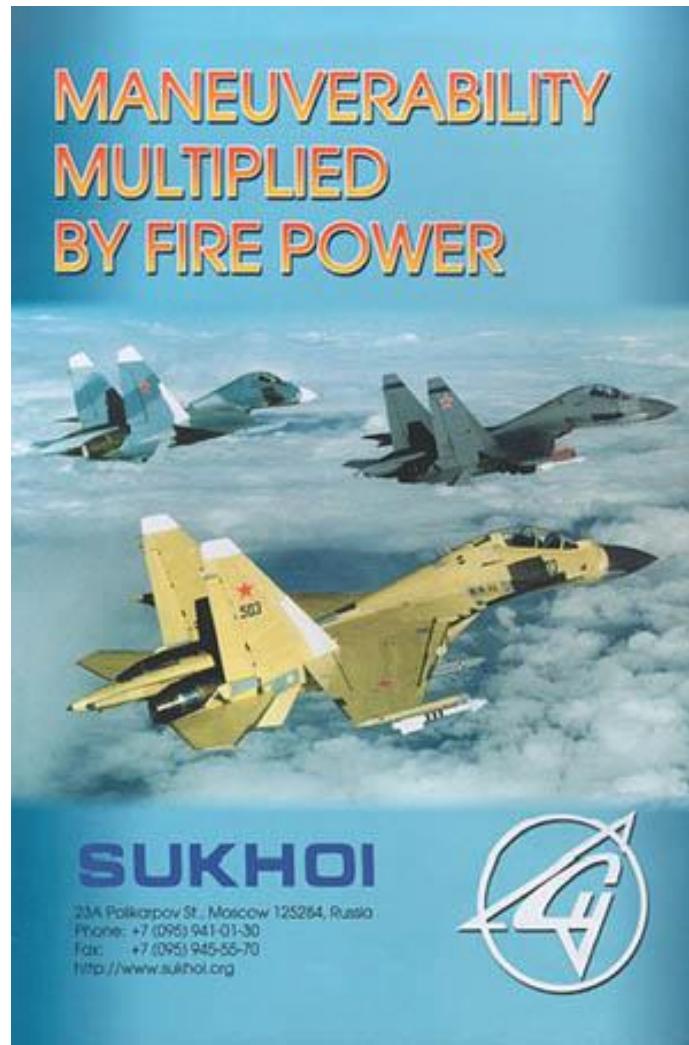
• Сайт

- Упаковка
- Прейскуранты
- Каталоги
- Проспекты
- Объявления
- Визитки
- Коммерческие предложения
- Тендерные пакеты
- Пособия по продаже
- Многоуровневая электронная (факсовая) реклама
- Выставочные материалы

Мыльный пузырь



«Реклама» в российском журнале



**MANEUVERABILITY
MULTIPLIED
BY FIRE POWER**

SUKHOI

23A Polikarpov St., Moscow 125264, Russia
Phone: +7 (095) 941-01-30
Fax: +7 (095) 945-55-70
<http://www.sukhoi.org>

Создание рекламы

Интернет

Наружка

**Базовый
текст**

Проспекты

Статьи

Печать

Метро

Предложения

ТВ

Электронная торговля

Электронная торговля:

- Интернет

- Торговля

- Торговля

- Интернет

**Электронная магазин –
это, прежде всего, торговля.
Это маркетинговый проект!**

Интернет-реклама:

**Это сайт,
а не баннеры, «контекст» или SEO.**

Продажа

это венец бизнеса

Продажа

**Дело всей фирмы,
а не только отдела продаж.**

**Рассматривать
продажу
комплексно!**

Продажа

в клиенто-ориентированной компании

**Не продавать, а
помогать покупать!**

Решение о покупке

Анализ

Клиентом соответствующей информации

Источники информации:

- Сайты продавцов
- Форумы и ЖЖ
- Предложения, коммерческие и тендерные
- Выставки
- Семинары
- Памятки «как выбирать»
- Прочие рекламные материалы
- Личная продажа

Digital Equipment Corporation заключила несколько крупных контрактов с российскими банками.

Digital и банки

Материалы для руководства банков

Сегодня все предопределяет не лишь знание финансов, а уровень технической инфраструктуры, которой вы располагаете.

Yehiel Benjer
Marketing Director
Generale Bank

В МИРЕ 70% банков используют оборудование и матобеспечение Digital, и процент этот постоянно растет. Компания является ведущим поставщиком технологий и комплексных решений, от разработки ТЭО до сервиса и модернизации установленных комплексов для всех видов банков, электронных бирж, «дилерских комнат» и систем обмена сообщениями.

В настоящее время Digital работает с 30 банками России. Скоро финансовый институт, не использующий технологию Digital станет раритетом. Настоящие материалы содержат краткое описание решения Digital для банков. Они рассчитаны на администраторов.

Достоинства решений Digital для банков:

- Они хорошо себе зарекомендовали в банках всего мира.
- Они удовлетворяют специфическим потребностям банков при минимальном уровне риска.
- Они обеспечивают защиту ранее сделанных капиталовложений.
- Они основаны на инфраструктуре «клиент/сервер», что делает систему открытой и дает банку возможность расширяться.
- Они обеспечивают отделением/филиалом доступ к данным, хранящимся в штаб-квартире и обмен информацией между собой; штаб-квартира получает доступ к данным удаленной/филиалов.
- Они устойчивы к нештатным ситуациям.
- Они основаны на апробированных системах VAX, новых платформы Alpha AXP и на хорошо зарекомендовавших себя банковских пакетах, что сокращает затраты средств и времени на разработку и сводит к минимуму риски.
- Digital может предложить комплексный пакет для поддержки крупных банковских операций (wholesale banking package).

Содержание	
Digital Equipment Corporation . . .	2
Digital в банковской инд.	2
Digital и банки России	3
Общая стратегия	4
Банковские пакеты	4
Платформа Digital	7
Архитектура сетей	7
Матрицы навигации	8
Организационное обеспечение	8
Политика и цены	9
Услуги и услуги	10
Технологические решения	10
Поддержка персонала	11
Банки-клиенты фирмы Digital	11

Digital Equipment Corporation	
Штаб-квартира:	Майнард, Массачусеттс, США
Пред-во в Москве:	125178 Москва, Ленинградский пр. дом 30, стр. 5, этаж 4 Тел.: (095) 244-95-40/1/2/3/ Факс: (095) 244-95-30/55
Пред-во в С.Петербурге:	Тел.: (812) 298-23-70 Факс: (812) 298-07-48
Пред-во в Бирмингеме:	Тел.: (044) 293-60-41

**Роль личной продажи
в информационном мире
снижается.**

Некоторые ошибки:

- **Исключительно дело отдела продаж**
- **Отрыв от маркетинга**
- **Отсутствие маркетинговой поддержки**
- **Непонимание «сложной покупки»**
- **Продажа – это манипулирование и даже насилие**
- **Главное – это конкурсы продавцов**

Продажа
Предоставление
Клиенту продающей
информации

Вебинары (Интернет-семинары)

Спасибо!