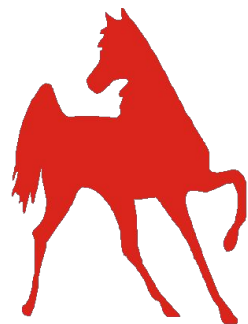


# Репьев

## Александр Павлович

[info@horses.ru](mailto:info@horses.ru)



**ШКОЛА А.РЕПЬЕВА**  
РЕКЛАМА И МАРКЕТИНГ

[www.repiev.ru](http://www.repiev.ru)



[www.mekka.ru](http://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

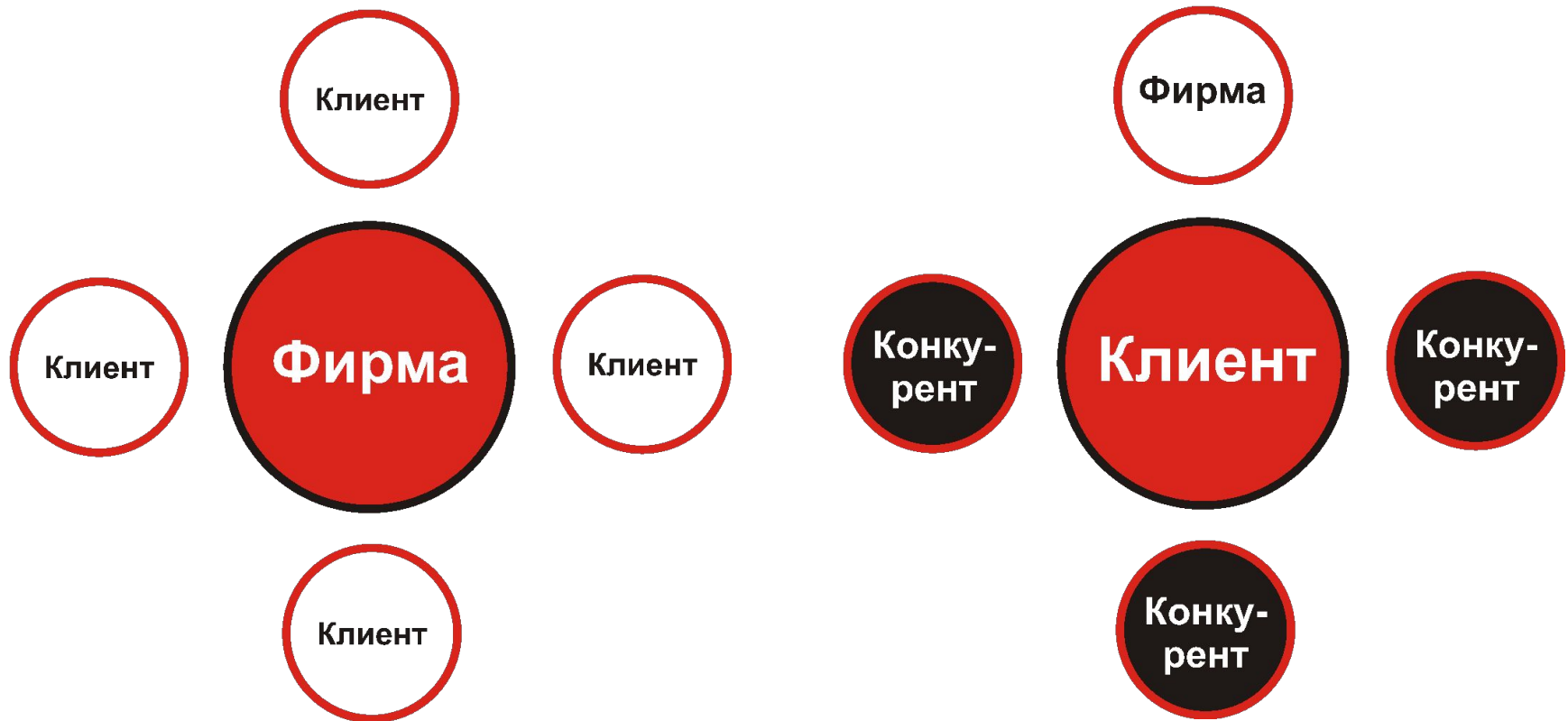
и

**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
Digital Equipment Corporation . . . . . 2	Штаб-квартира: Мейлхэд, Массачусетс, США
Digital в банковской инд. . . . . 2	Пред-во в Москве: 125178 Москва, Ленинградский пр.
Digital и банки России . . . . . 3	дом 30, стр. 5, этаж 4
Общая стратегия . . . . . 4	Тел.: (095) 244-95-40/1/2/3/ Факс: (095) 244-95-30/55
Банковские пакеты . . . . . 4	
Платформа Digital . . . . . 7	Пред-во в С.Петербурге: Тел.: (812) 298-23-70
Архитектура сетей . . . . . 7	Факс: (812) 298-07-48
Меры защиты . . . . . 8	
Организованные инвестиции . . . . . 8	Пред-во в Китае: Тел.: (044) 293-60-41
Пенetration и продажи . . . . . 9	
Услуги систем . . . . . 10	
Технологические . . . . . 10	
Поддержка персонала . . . . . 11	
Банк-клиенты фирмы Digital . . . . . 11	



**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!