

Мáркéтинг^[1] (от [англ. marketing](#) — в буквальном переводе с английского означает «действие на рынке», «рыночную деятельность»^[2]) — это организационная функция и совокупность процессов создания, продвижения и предоставления продукта или услуги покупателям и управление взаимоотношениями с ними с выгодой для организации^[3]. В широком смысле задачи маркетинга состоят в определении и удовлетворении человеческих и общественных потребностей.

МУЦ ИПЭГ преимущественно использует следующие виды маркетинга

- ✓ Исходящий телемаркетинг по неподготовленной базе контрагентов (холодные звонки)
- ✓ Исходящий телемаркетинг по подготовленной базе контрагентов (теплые звонки)
- ✓ Исходящий e-mail маркетинг (рассылки из CRM) по контактам и контрагентам
- ✓ Интернет маркетинг (контекстная реклама, размещение на тематических порталах, тематические группы в социальных сетях)
- ✓ Исходящий direct mail это адресная (по офисам города) и безадресная (веерная, по почтовым ящикам) доставка рекламных материалов (евробуклетов) на территории заданного города или его района.

Как посеешь – так и взойдет



Воронка продаж

- Например из 1000 холодных звонков у Вас 500 контрагентов запросили Общее коммерческое предложение
- Из 500 отправленных Общих КП у Вас 250 контактов запросили Индивидуальное коммерческое предложение
 - Из 250 Индивидуальных КП у Вас купили услугу 20 контрагентов

(Из практики продаж – продажа обр. услуг не требует личных встреч – это исключительно «телефонные продажи»)

Цифры указаны для примера и не являются ориентиром к реальным сделкам

