

FITSALES

UPROCK



Брендинг

ЮРИЙ СОКОЛОВ

Опыт работы в продажах - 11 лет

Опыт в маркетинге - 6 лет

Количество клиентов и консультаций - 40000

Основные вехи в карьере:

2003-2008: Розничная торговля

2008- 2014: Автомобильный бизнес

2012: Коучинг, консалтинг, консультации

2010 - РОП «Капитал Авто Кудрово»

2011 - Директор по продажам и маркетингу
«Авто гамма»

2013 - Директор по корпоративному сектору
ДОМ.РУ

2014 - Коммерческий Директор «Лаура»



Текущая деятельность и проекты

Управляющий партнер FitSales

Директор по развитию Uprock

Эксперт Санкт-Петербургской ассоциации бизнес ангелов

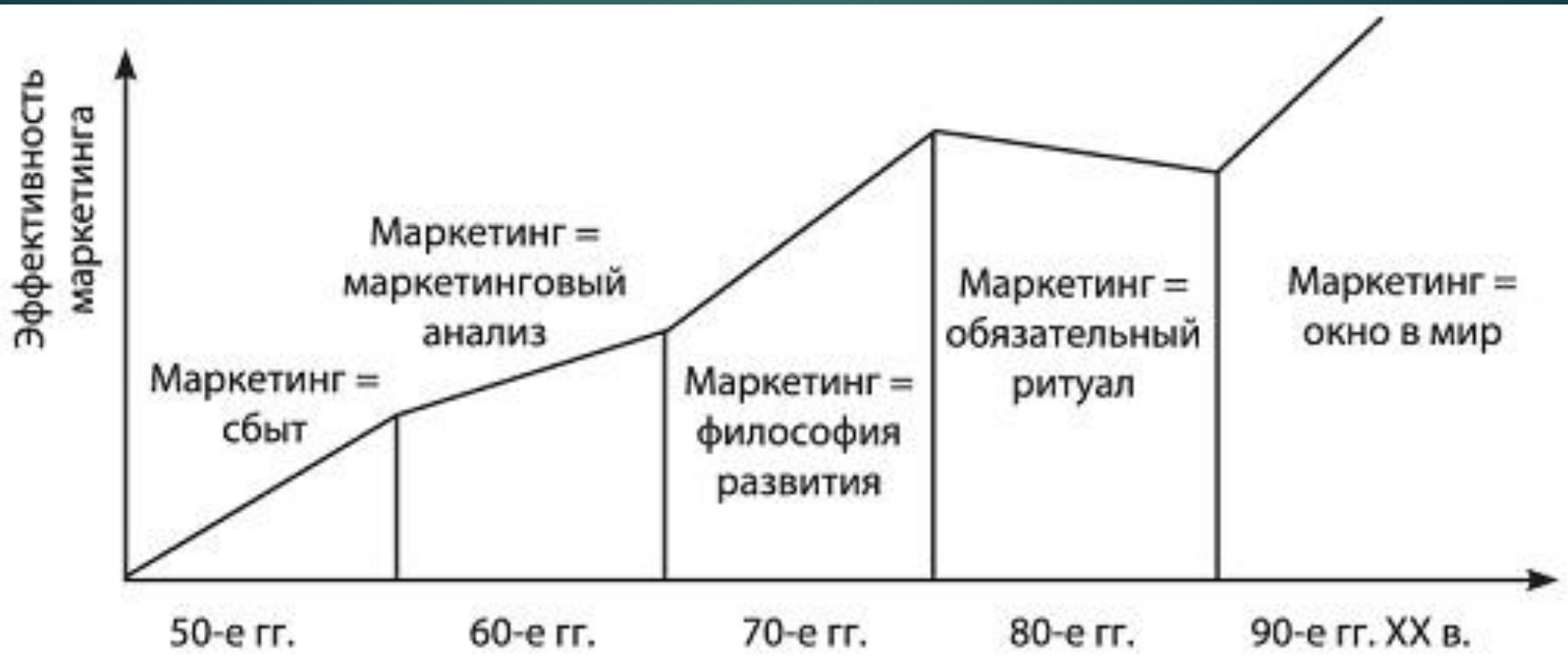
Идеолог и основатель «Школа продаж Sales Star»

Директор по маркетингу Smart WiFi





Развитие современного маркетинга



Бренд – сублимация амбиций собственника











DON'T JUST
MARKET.
NEUROMARKET.




Маркетинговая стратегия

- ▶ Маркетинговая стратегия — это начальная точка отсчета в процессе планирования деятельности предприятия.
- ▶ Целью планирования маркетинга является определение позиции компании: каких количественных показателей она хочет достичь и как ей добиться этих целей.

Матрица рыночного успеха

Привлекательность для потребителя	Высокая	Частичная неудача <i>Новые потребители приходят на место старых потребителей</i>	Успех <i>Продажи и прибыль растут с максимально высокой скоростью</i>	
	Низкая	Полный провал <i>Продажи падают по мере того как уходят потребители</i>	Частичная неудача <i>Продажи замедляются или падают из-за недостатка потребителей</i>	
		Низкая	Удержание потребителей	Высокая



Целью продвижения бренда является создание
монополии в данном сегменте рынка и
сознании потребителей

Бренд - ЭТО

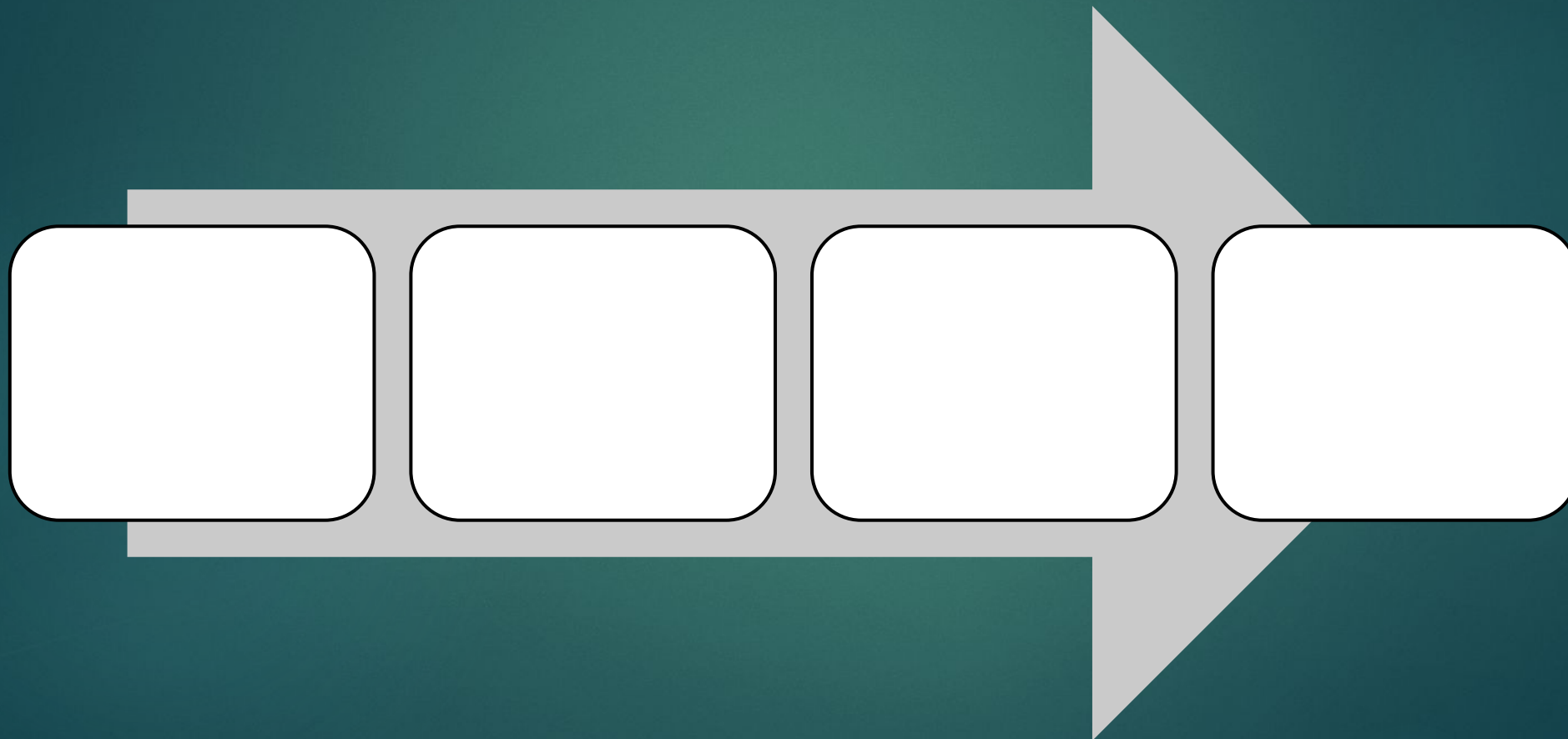
Бренд - это торговая марка (личность), которая обладает следующим набором свойств:

- ▶ Широко известна (узнаваемость бренда)
- ▶ Ассоциируется с качеством товара
- ▶ Обладает узнаваемой идентичностью, выделяющей ее на рынке и обеспечивающей ценностную связь с потребителем

Бренд выражает личностные смыслы и ценности личности.

Поддерживает самоидентификацию человека и направляет его взаимодействие с социальными группами и окружающей средой

Древний закон продаж





B2C рынок

Решение



Эмоции



Желания



B2B рынок

Решение



Выгоды





Позиционирование

Позиционирование - это процесс создания образа и ценности у потребителей из целевой аудитории таким образом, чтобы они понимали, зачем существует компания или бренд по отношению к конкурентам.

Зонтичный бренд

Вид стратегии расширения бренда, заключающийся в выпуске под одной маркой сразу нескольких групп товаров или товарных категорий, при этом в названии товаров доминирует имя компании-производителя, а в рекламе продукции компании демонстрируется её логотип.

Бренд коммуникации



research | strategy | branding

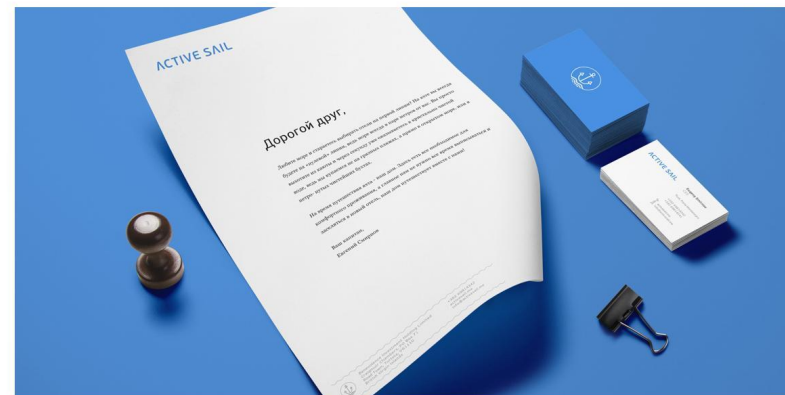
Digital брендинг





VSCA

ACTIVE SAIL



UNISPOOL

VSCA

Имя: [] Фамилия: [] Контакт: []

Header

VSCA

3 145 40 27

Call to Action

Magazin

New Japan

UNISPOOL

DrimEstate

Имя: [] Фамилия: [] Контакт: []

Header

3 145 40 25

Call to Action

Magazin

New Japan

UNISPOOL

Cellini

Имя: [] Фамилия: [] Контакт: []

Header

CELLINI

3 145 40 25

Call to Action

Magazin

New Japan

UNISPOOL

Spice Gems

Имя: [] Фамилия: [] Контакт: []

Header

Spice Gems

3 145 40 25

Call to Action

Magazin

New Japan

UNISPOOL

Варламов

Имя: [] Фамилия: [] Контакт: []

Header

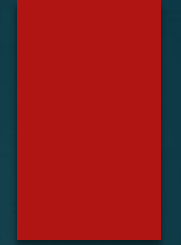
Варламов

3 145 40 25

Call to Action

Magazin

New Japan



КОНТАКТЫ

Y-sokolov.ru

Skype: yuriydsokolov

Email: yuriydsokolov@gmail.com

<http://vk.com/yuriydsokolov>