

Фестиваль «Пир. Практики Развития»

*Маркетинг без денег: миф или
реальность?*

Шерстобоев Владислав
sherstoboev.v@gmail.com
+7 (910) 000 2224
Блог: sherstoboev.ru

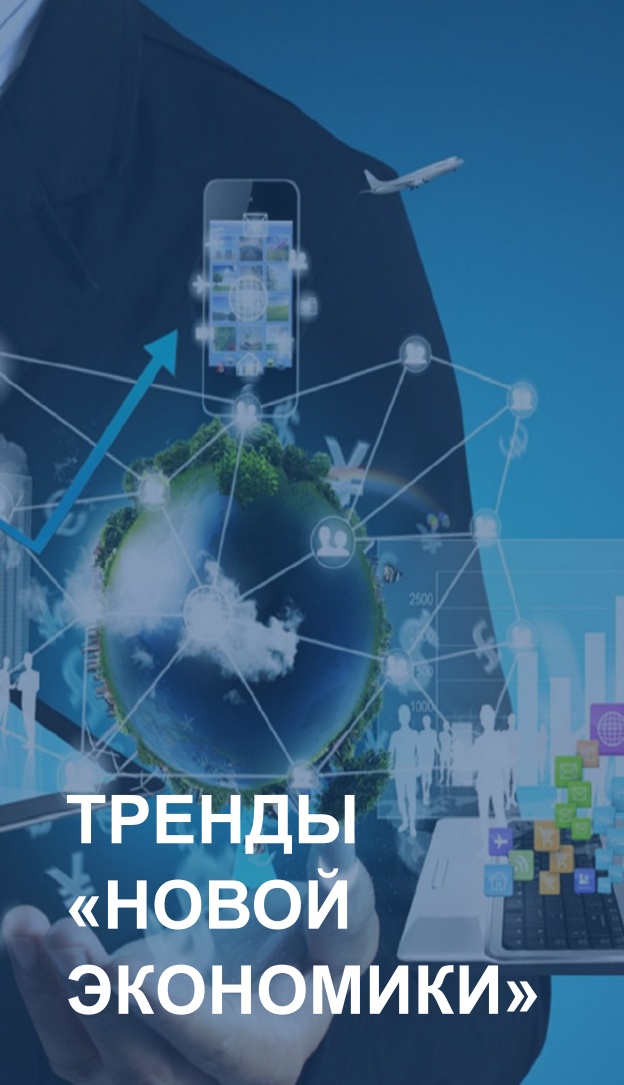
Будет предложен мой субъективный взгляд на основе:

- Опыта работы топ-менеджером более 18 лет
- Опыта работы на развитом рынке (FMCG)
- Профессионального образования (экономика, MBA, DBA)
- Работе в бизнес школе и опыта выступлений перед руководителями на конференциях (РФ)
- Результатов работы в отрасли здравоохранения (более 6 лет)

ТРЕНДЫ

***«Если изменения во вне
компании выше, чем
изменения внутри, то
компания обречена»***

Джек Уэлч, GE



ТРЕНДЫ «НОВОЙ ЭКОНОМИКИ»

- Тренд развития **открытых** коммуникаций (социальные сети), человек 360 градусов, **социальные рейтинги**
- Тренд быстрого «старения» в ИТ, интернет вещей (IoT) и **персонализация**, новый интернет **Блокчейн (blockchain)**, новые бизнес модели (**IaaS, PaaS, SaaS, DaaS**)
- Тренд **когнитивных технологий** (систем «второго мнения»), **BigData, Uber-изация, VR, 3D печать**
- Тренд на «свободные деньги», криптовалюты, ICO (аналог IPO в цифровом мире)
- Тренд **государственно-частное партнерство** (нужны профессиональные менеджеры проектов) и **импортозамещение**



Маркетинг - системная работа, а не "эмоция"

Цель:

- **делать свою услугу/ товар более видимыми**
- **клиент должен чувствовать себя спокойно (быть информированным)**

Чем мы отличаемся от конкурентов?

- Хорошее качество?

Клиент: Качество заявляют все!

- У нас лучший/персонифицированный сервис!

Клиент: Все ожидают хороший сервис!

- У нас сотрудники – профессионалы и эксперты!

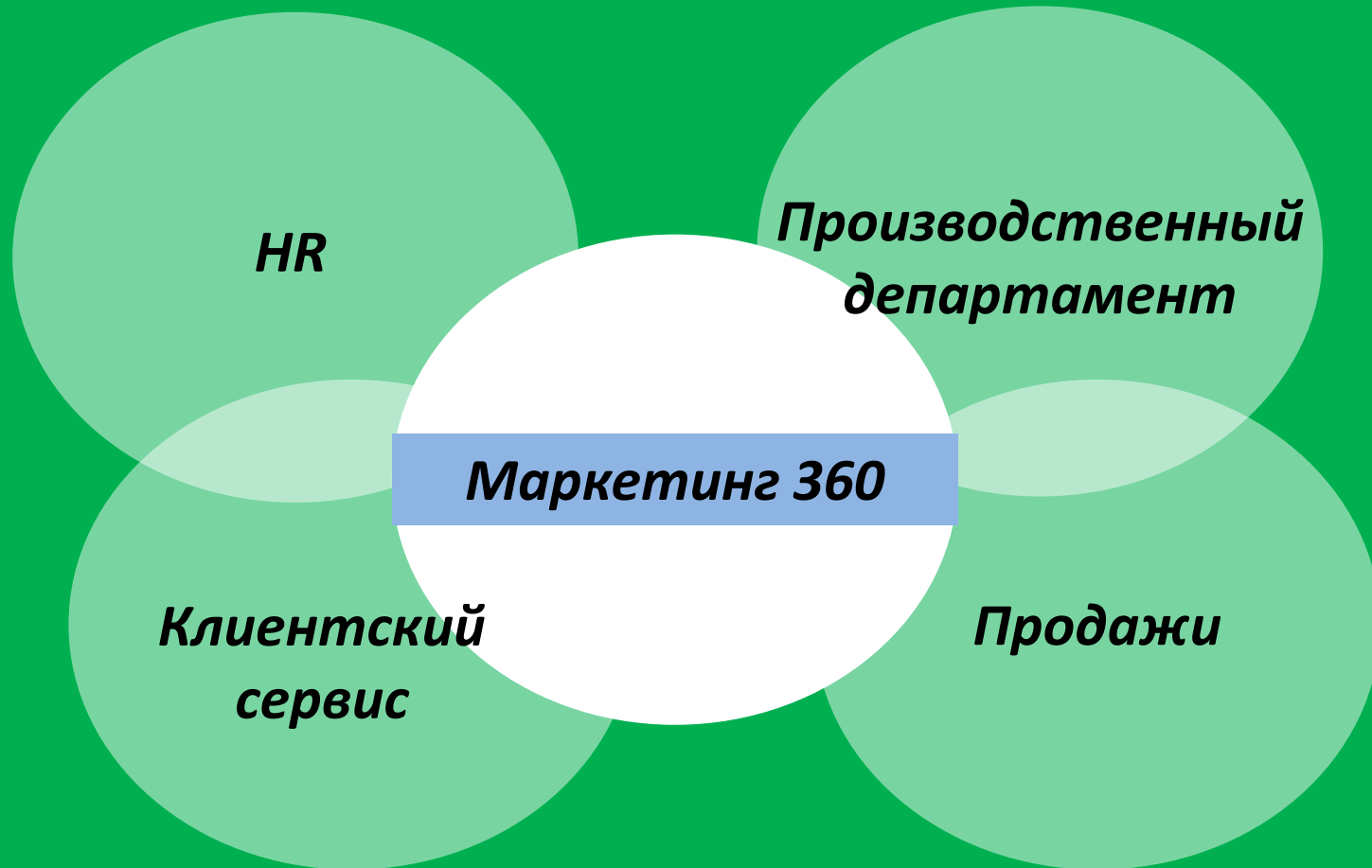
Клиент: Этого все ожидают! А у других не так?

Инфляция внимания

- Превышение объема рекламы над необходимым обществу объемом товаров и услуг приводит к *инфляции внимания*

Чтобы потребитель получал удовольствие, а не раздражение от рекламного вмешательства, нужно искать непривычные формы привлечения и удержания потребительского внимания.

МАРКЕТИНГ 360 (тотальный)



HR

*Производственный
департамент*

Маркетинг 360

*Клиентский
сервис*

Продажи



Ломающая стереотипы в МЕДИЦИНЕ



взрослые

- конференции (не только мед), спорт
- ассоциации
- НМО/ МЗ

молодежь

- «слеты»
- универ
- кружки
- колледж

дети

- конкурсы
- школа
- д/с

Вместо резюме:

1. Станьте частью привычной жизни клиента
2. Сохраняйте продуктовый фокус и акцент на одной положительной черте организации
3. Устраняйте все, что подтверждает плохой выбор компании
4. Говорите людям правду об услуге/ товаре (открытая компания)
5. Ломайте стереотипы (клиент-эксперт)
6. Демонстрируйте свидетельства качества ваших услуг (сотрудники)

Пример коммуникации

«Здоровье всей семьи в надежных руках» потому что ...



Развивайте ваш маркетинг!



Шерстобоев Владислав
sherstoboev.v@gmail.com
+7 (910) 000 2224
Блог: sherstoboev.ru