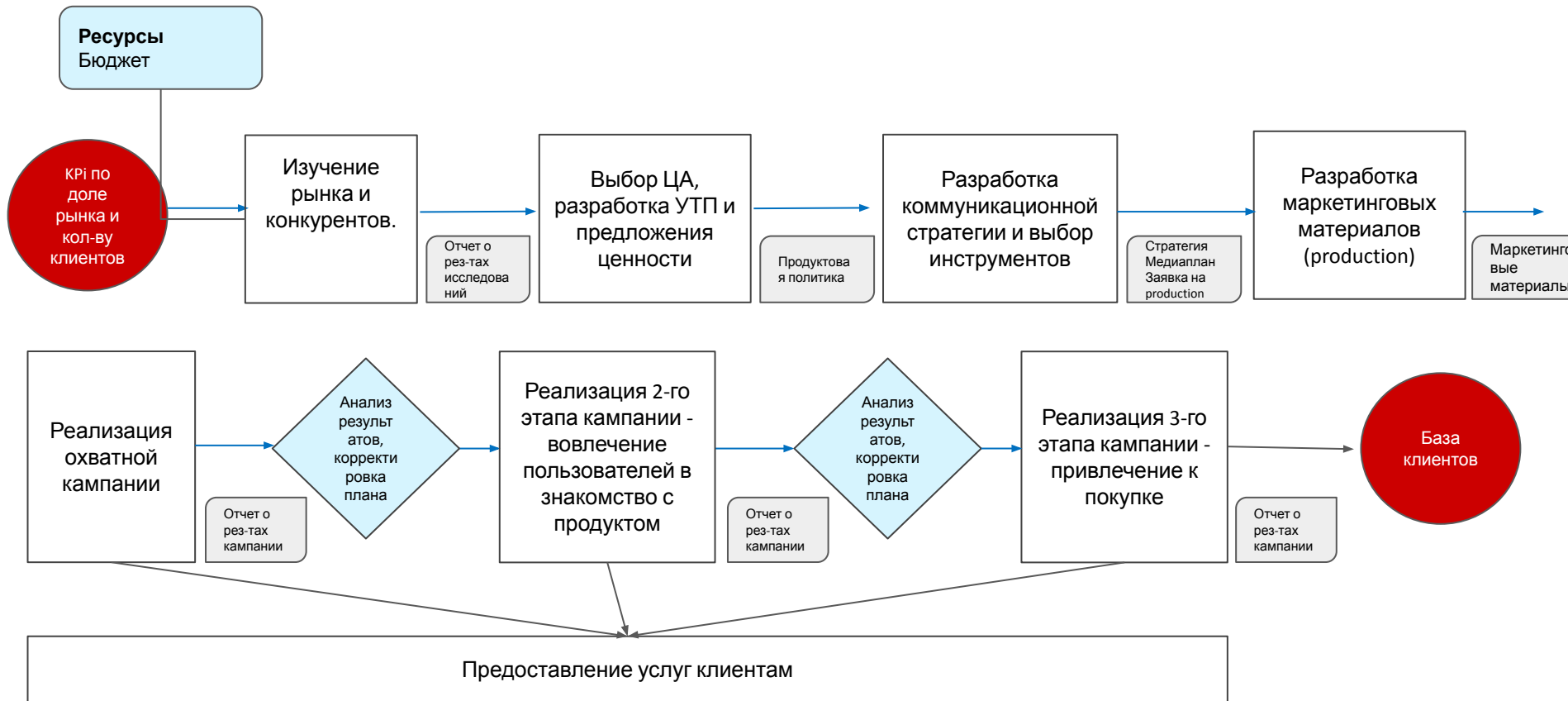


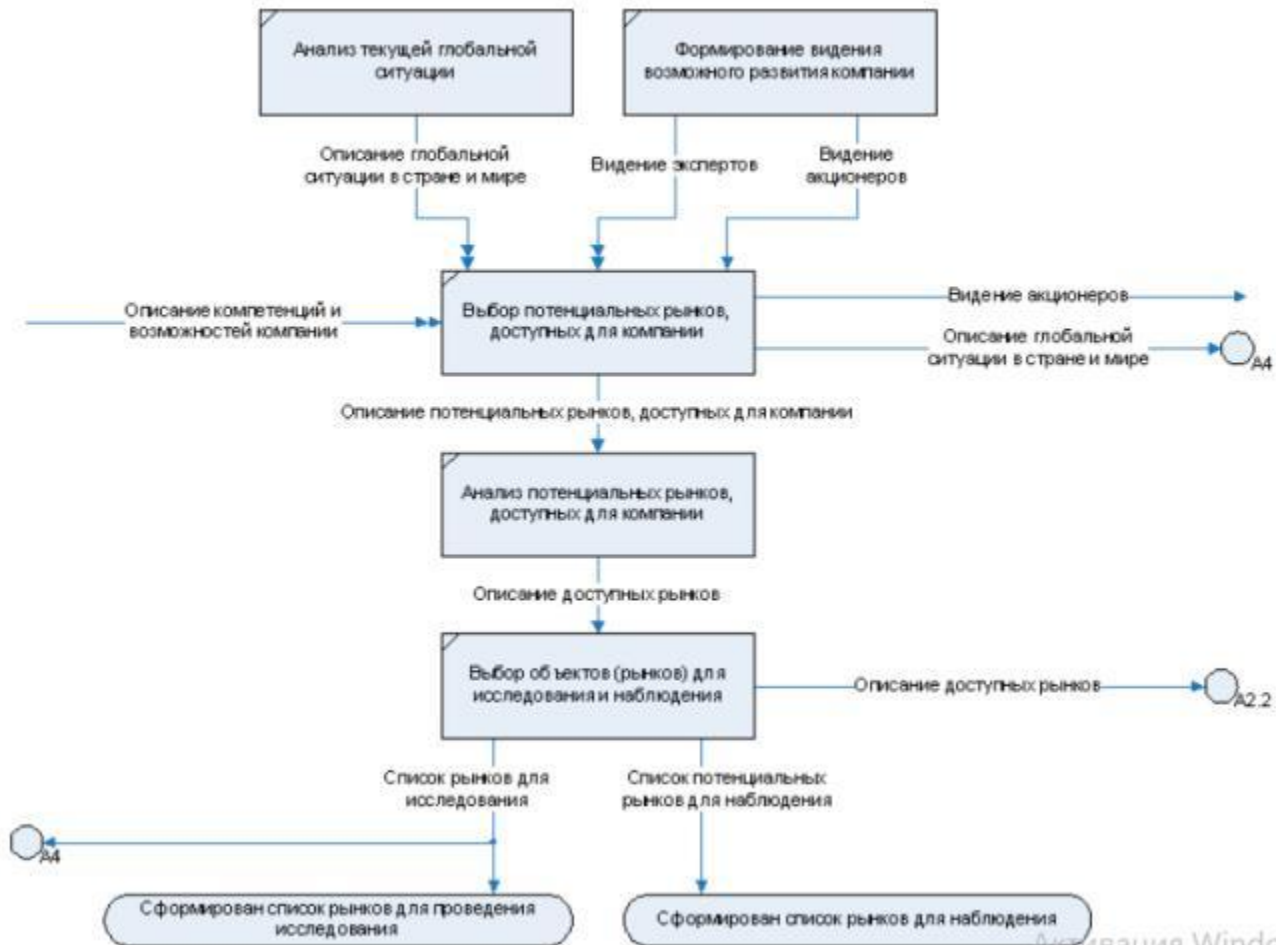
Привлечение клиентов



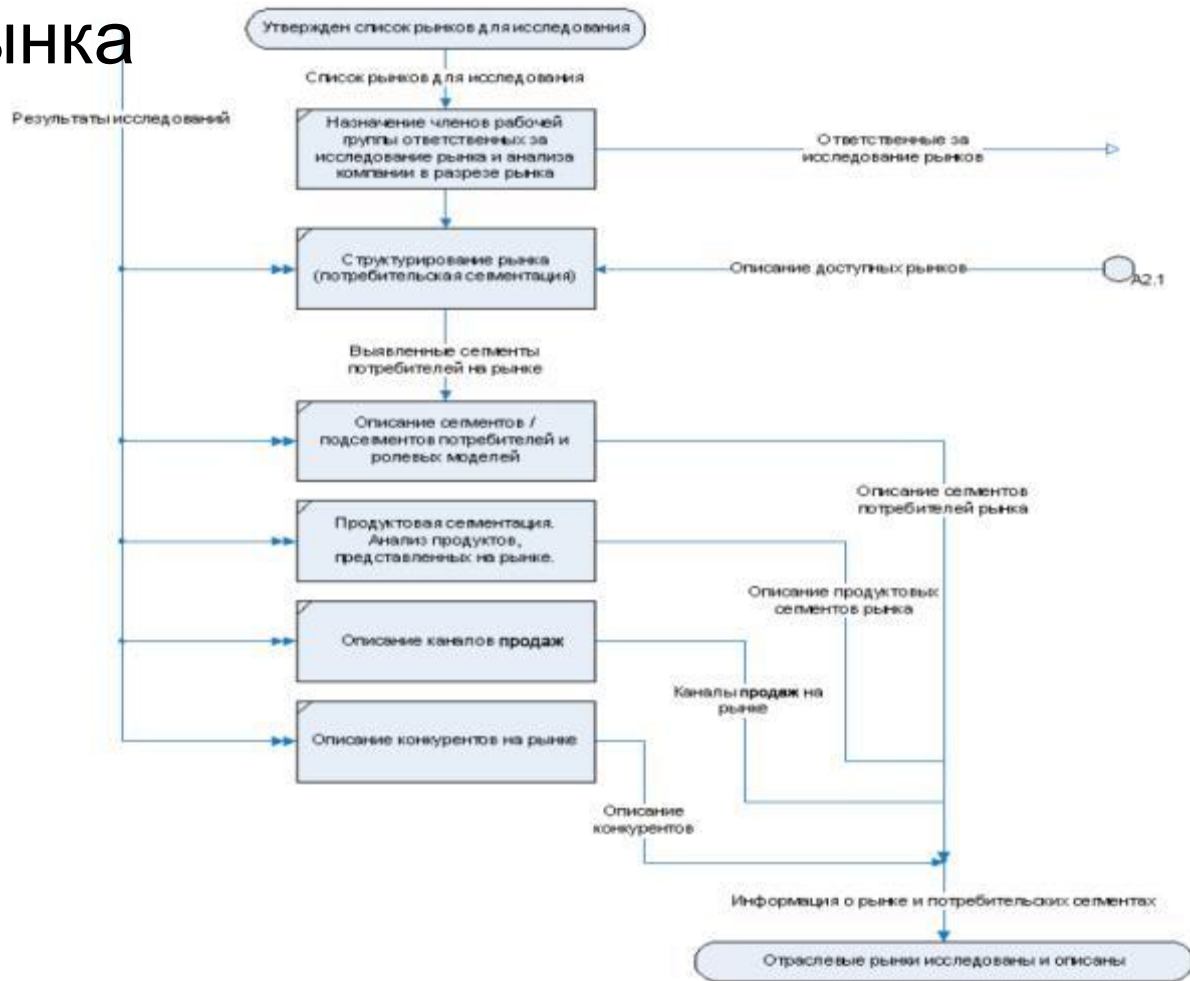
Проведение внешнего анализа



Выбор объектов для исследований и наблюдений (рынков)



Исследование рынка



Описание конкурента

Характеристика

Степень локализации деятельности

Доля рынка

География продаж и структура каналов сбыта

Ценовой сегмент (высокий, средний, низкий)

Целевые потребительские сегменты
(на какие сегменты компания делает упор)

Приоритеты по развитию компании

Ширина ассортимента (кол-во позиций,
весь ассортимент)

Наличие / перечень готовых решений

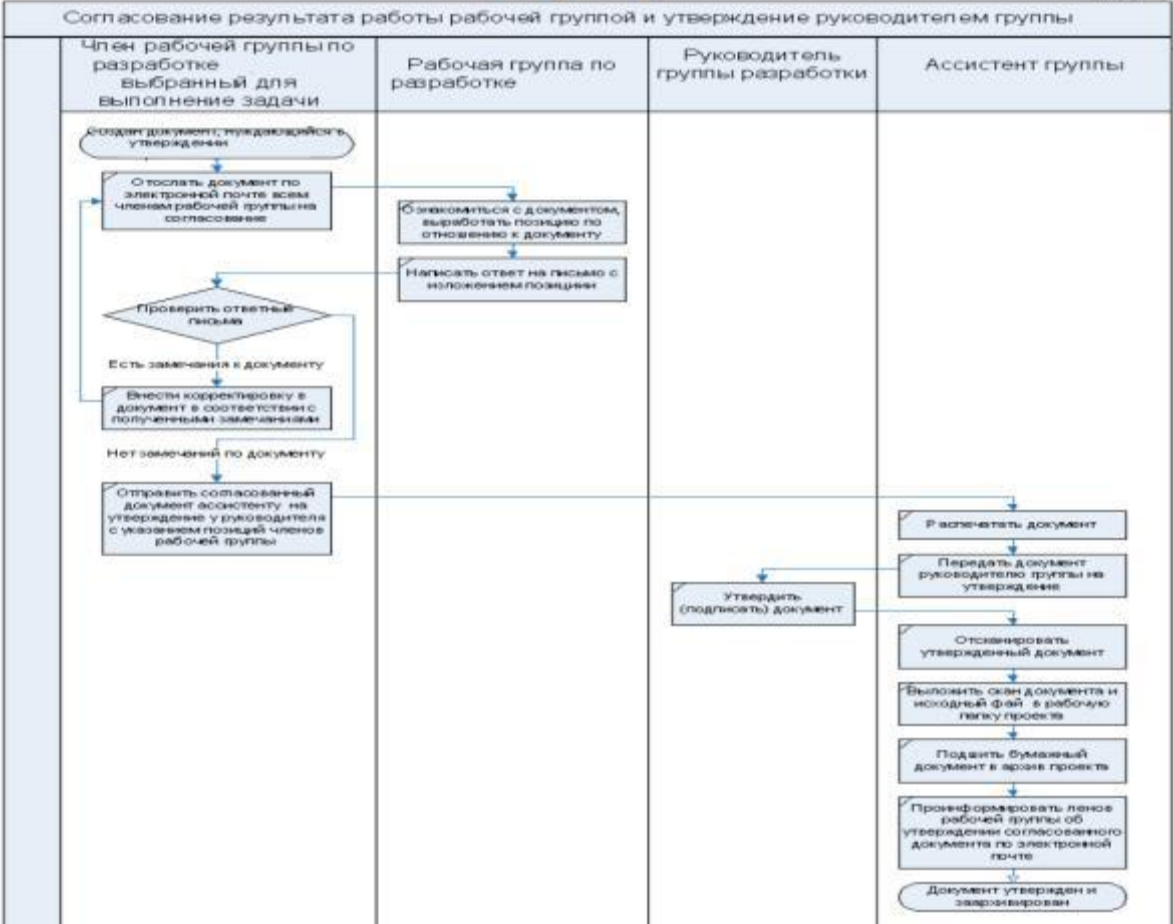
Система и технология продаж

Инструменты поддержки клиентов, программы лояльности, обучающие программы и мероприятия по продвижению продукции

Общие выводы

Выбор ЦА, разработка УТП и предложения ценности

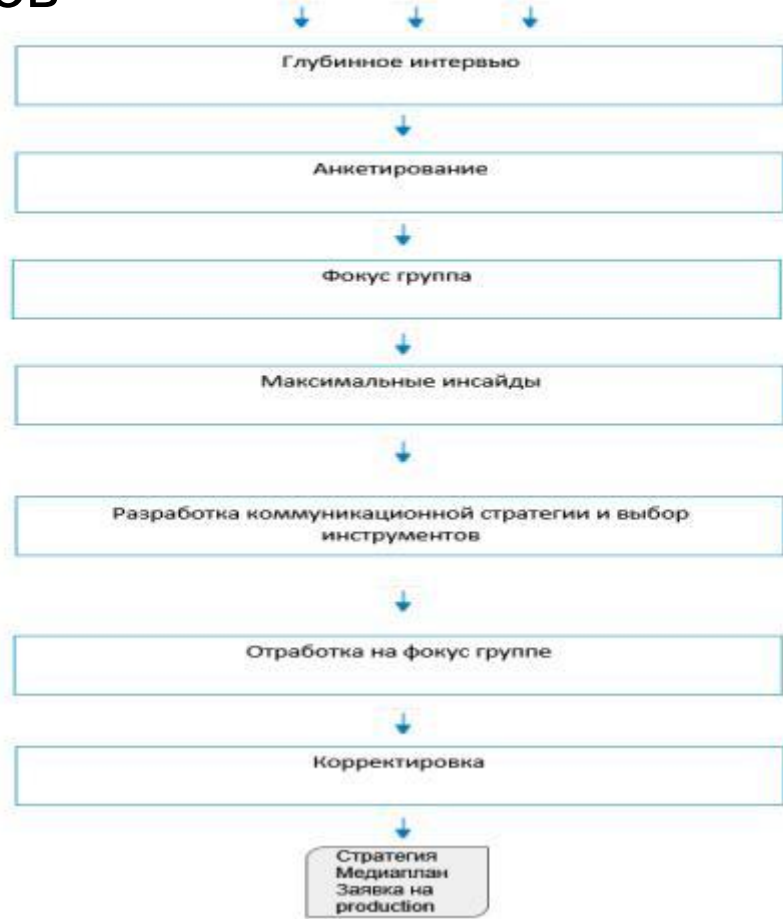
Таблица 1



Выбор ЦА, разработки УТП и предложения ценности

Разработка коммуникационной стратегии и выбор инструментов

Выбор ЦА, разработка УТП и предложения ценности



Разработка маркетинговых материалов - production



Удержание клиентов

