



From
the People of Japan



Україна

Маркетинг и продажи в малом бизнесе: базовые представления, принципы, и рекомендации

**1-й
день**



Михаил
Крикунов
Ph.D., CIM

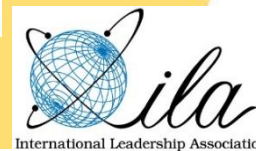
Михаил Крикунов – краткая спецификация

Кто:

- Топ-менеджер
- Преподаватель
- Консультант
- Ментор



SANTA FE
INSTITUTE



Интересы:

- Мышление
- Управление
- Маркетинг
- Наука
- Искусство
- Философия
- Успех

Специализация:

- Бизнес
- Маркетинг
- Стратегии
- Коммуникации
- Сложность



INTERNATIONAL
ECONOMIC DEVELOPMENT
COUNCIL



Октябрь 2018

Михаил Крикунов - Маркетинг и сбыт

1. Введение – зачем вообще нужны маркетинг и продажи?



From
the People of Japan



UN
DP

Україна

Каковы стандартные функции (виды производственной деятельности) бизнеса?

- Производство
- Финансы
- HR
- R&D
- IT
- Маркетинг и сбыт
- Логистика

**Зачем они
нужны? Каковы их
цели и задачи?**

Дискуссия

Зачем маркетинг бизнесу?



Конкуренция Красной королевы



Октябрь 2018

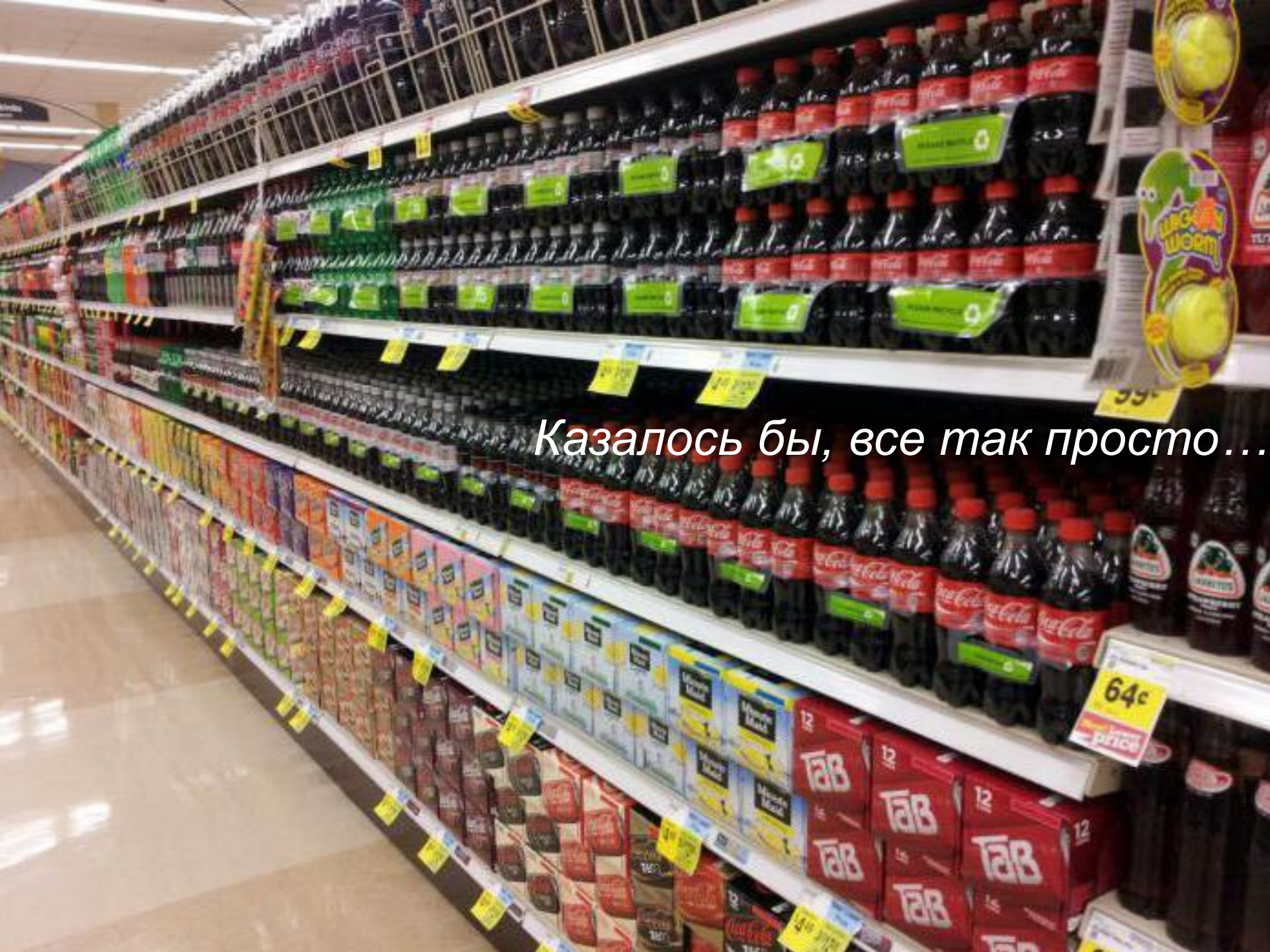
Михаил крикунов - Маркетинг и сбыт

© М.В. Крикунов 2009 схема

Дискуссия

*Нужен ли
маркетинг
потребителю?*





Казалось бы, все так просто...



Задача: пойти в магазин и купить брюки



Как мы делаем бизнес?

Как мы продаем?

Обсуждение проблемного поля

Keйc

FIVE GUYS[®]
BURGERS and FRIES

Октябрь 2018

Процесс принятия решений потребителями



From
the People of Japan



UN
DP

Україна

- Осознание проблемы
- Поиск информации
- Оценка альтернатив
- Выбор
- После-покупательская оценка

Кейс

FIVE GUYS®
BURGERS and FRIES



Октябрь 2018

***Так что же
такое
маркетинг?***

TRUE
FALSE

2. Популярныe мифы о маркетинге и их разоблачение

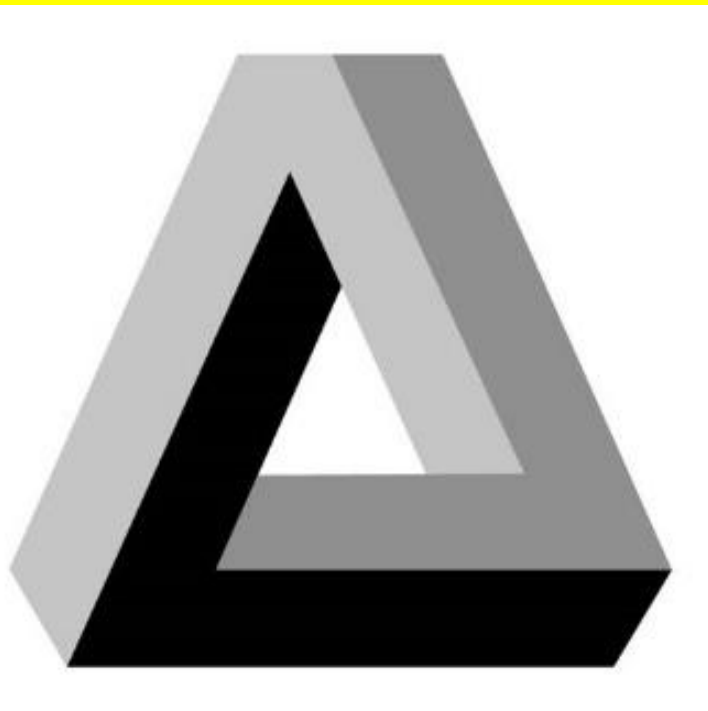


From
the People of Japan



UN
DP

Україна

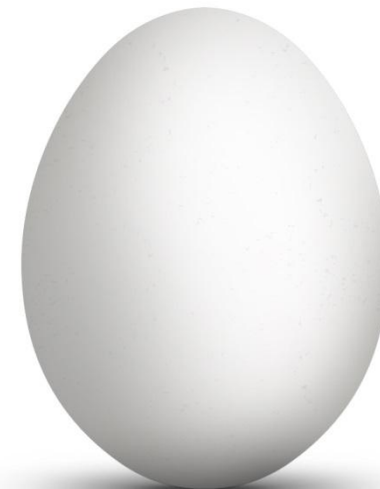


1.
Маркетинг =
струменти,
4, 5, 7 P, C и т.д.
в B2C, B2B и сервисе

Традиционная модель: (4P)



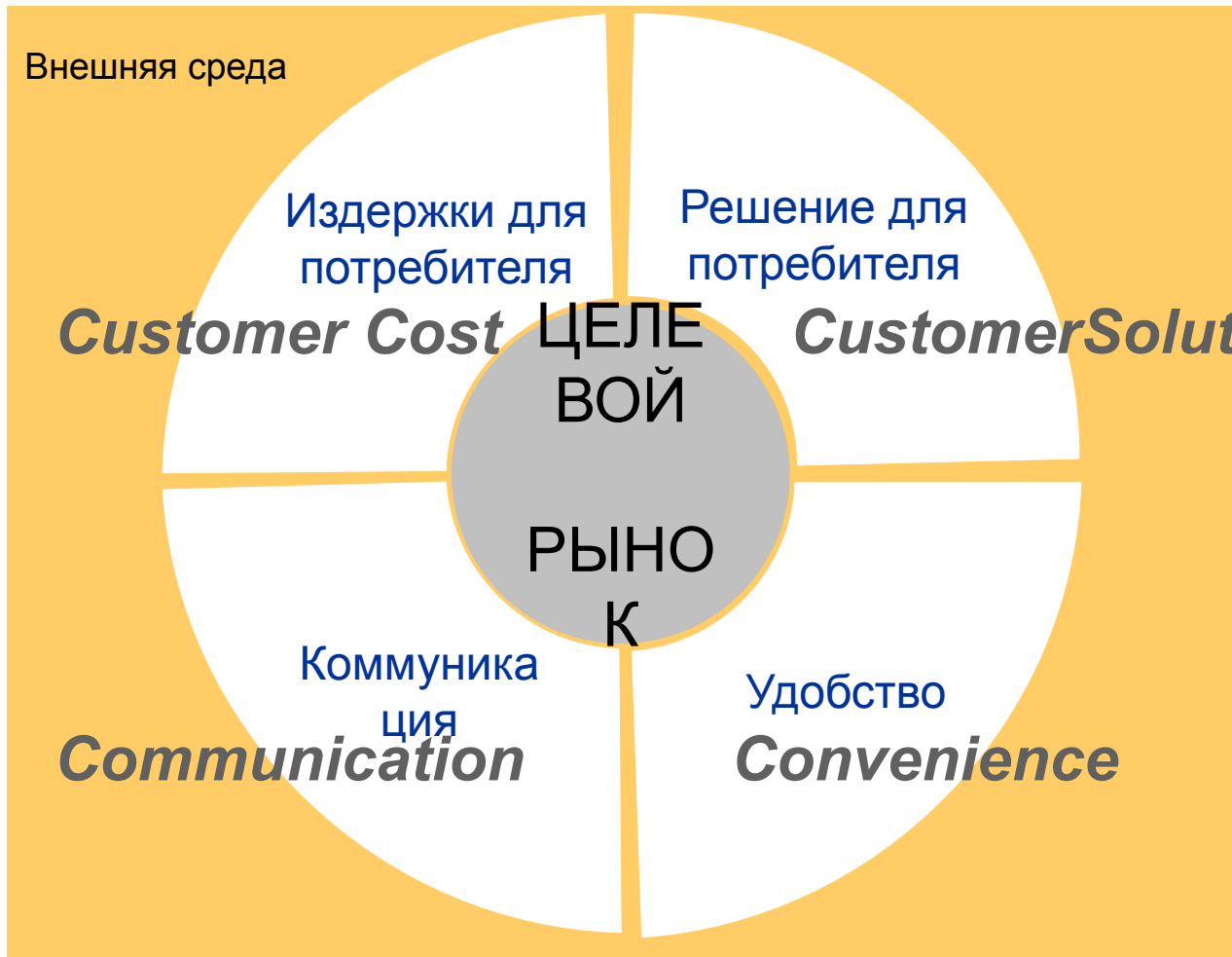
From
the People of Japan



Трансформация модели: (4C)



From
the People of Japan



Трансформация модели: сервис = 4C+3P



Дискуссия

Есть ли маркетинг у моей компании? Каков он?



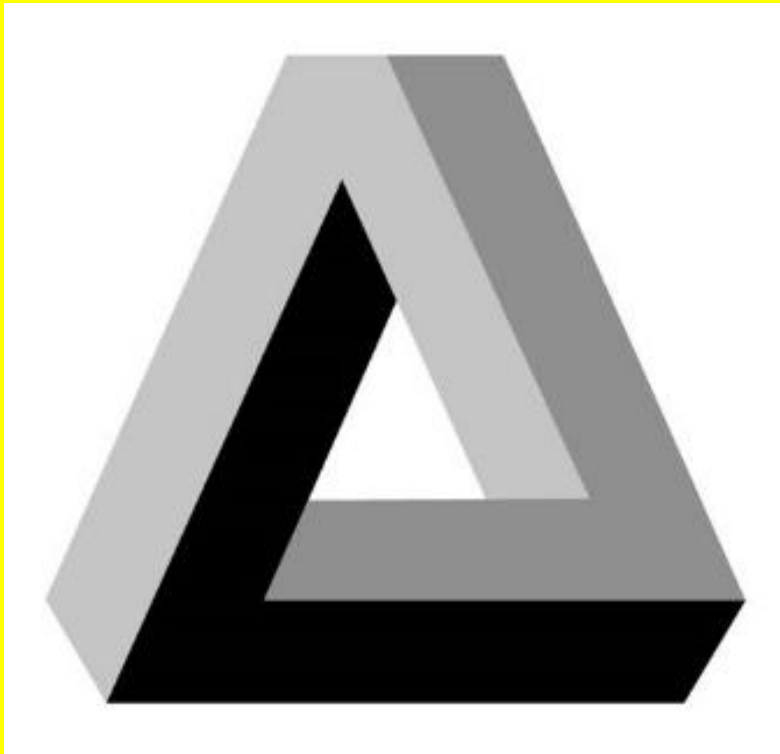


From
the People of Japan



UN
DP

Україна



2.

Маркетинг = реклама

Комплекс маркетинговых коммуникаций



Реклама



Любая платная форма неличной коммуникации идентифицированного спонсора

Личные продажи



Персональные презентации торгового персонала фирмы

Стимуляция сбыта
(Sales Promotion_



Краткосрочные стимулы для побуждения продаж

Связи с общественностью
(Public Relations)



Построение хороших отношений с различными аудиториями компании за счет благоприятных публицити

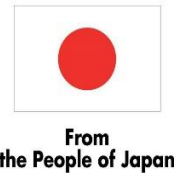
Прямой маркетинг
(Direct Marketing)




Прямая коммуникация с конкретными адресатами в целях получения немедленного отклика

Разница между средствами

Я супер
любовник
коммуникации



Я супер
любовник



Я супер
любовник

РЕК
ЛАМ

Я супер
любовник



МАРКЕ
ТИНГ


Можешь мне
верить,
он супер любовник



PR

Октябрь 2018

Я понимаю, что
ты
супер любовник



БРЕНДИНГ

Михаил Крикунов - Маркетинг и сбыт



Пятёрочка

Самая честная торговля

Сеть универсамов

88

Удар по ЯЙЦАМ!



Всего за **21⁹⁰**

*Цена за единицу веса. Цена указана ориентировочно до 31 апреля 2022 года.

met



From
the People of Japan



Україна



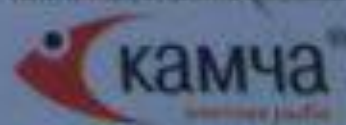
Департамент здравоохранения города Москвы



Лучшая подруга девушки — это рыба!

Рыба — незаменимый источник витаминов А и D, В-комплекса, йода, кальция, фосфора, железа, селена и полинасыщенных жирных кислот «омега-3», биологически ценного протеина.

Система информативных технологий



8 (495) 225-20-40

Gallery

6290A1



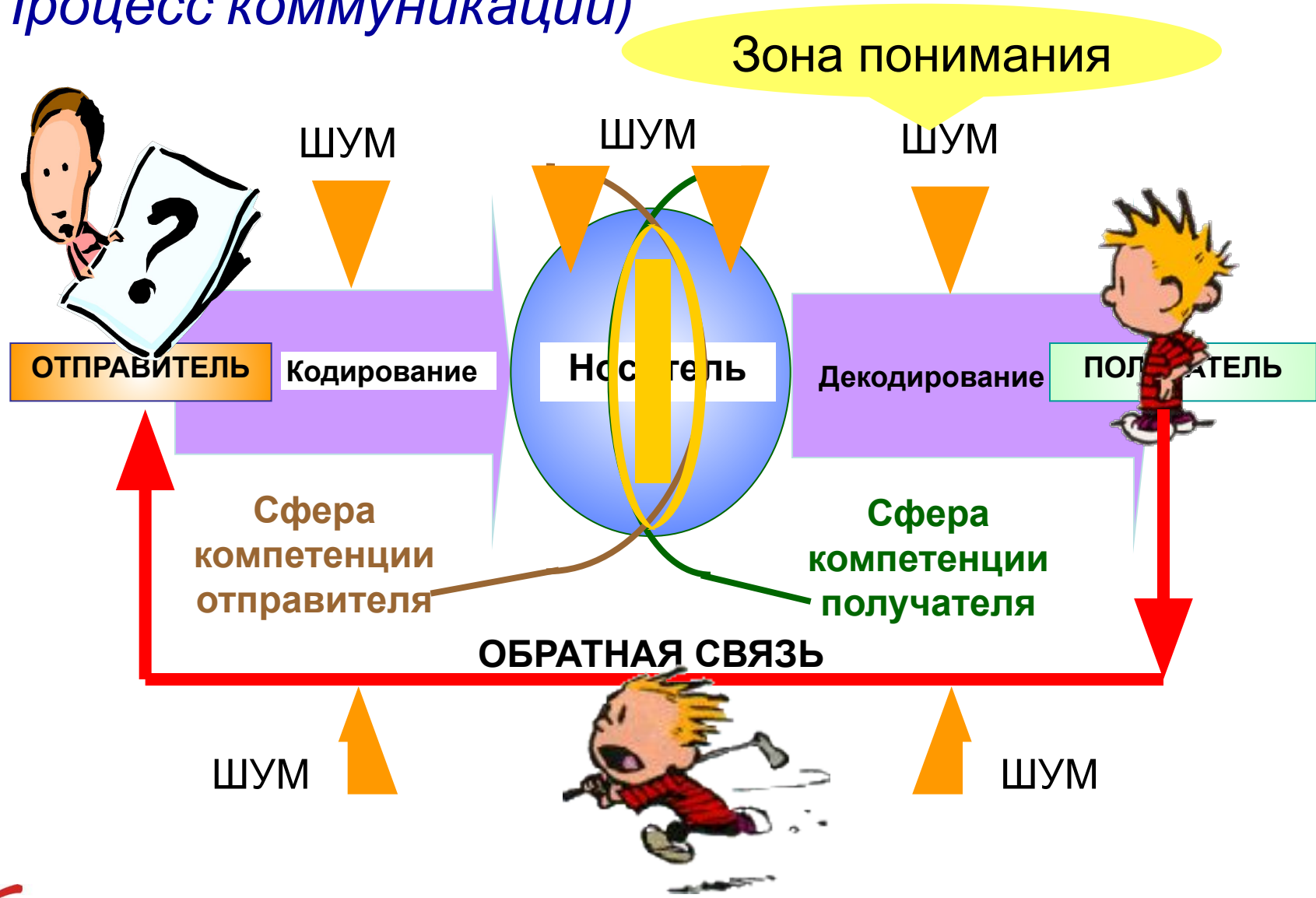
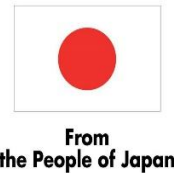
From
the People of Japan



SEX

А ТЕПЕРЬ КОГДА ВЫ ОБРАТИЛИ ВНИМАНИЕ:
СДАЕТСЯ МЕСТО ДЛЯ ВАШЕЙ РЕКЛАМЫ

Почему общение это непростое занятие (Процесс коммуникации)



*Рынки это
разговоры!*

Cluetrain Manifesto

Но разговоры разговорам рознь...

*Атрибуты продукта
не продают!*

Уже старая истина:

Октябрь 2018

Партизанский маркетинг (WOM)

Неожиданно привлечь внимание потребителя,
за маленькие деньги



From
the People of Japan



UN
DP

Україна



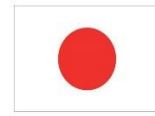


From
the People of Japan



UN
DP

Україна



From
the People of Japan



U N



ПАМЯТКА ЗАКАЗЧИКУ

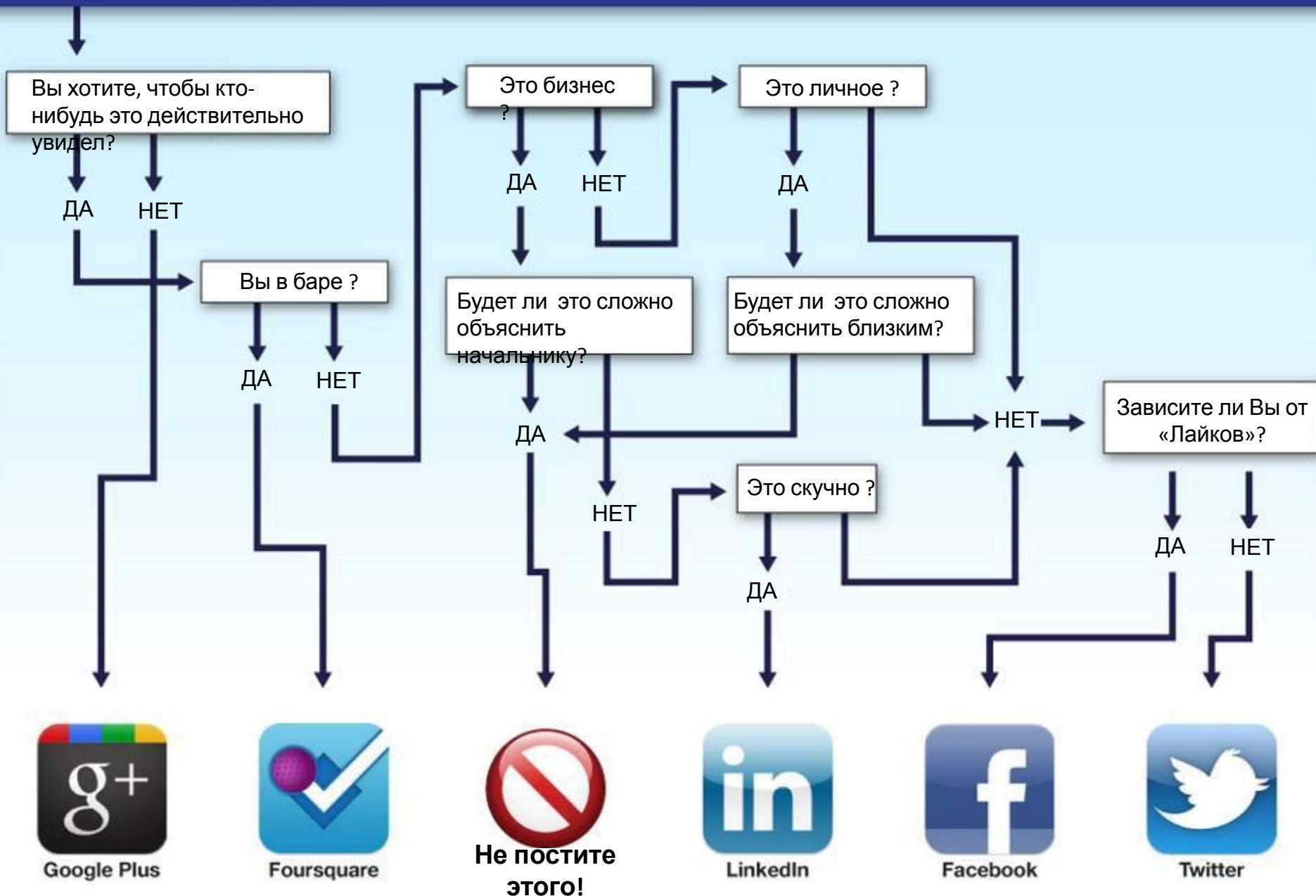
Ты сам веришь, что такое бывает?..



Убей себя!

Октябрь 2018

Какие соцсети использовать?



Дискуссия

*Почему “Five Guys” не
занимаются рекламой и
чем они вообще
занимаются?*





From
the People of Japan



*Что я
узнал/узнала за
сегодня?*





From
the People of Japan



Маркетинг и продажи в малом бизнесе: базовые представления, принципы, и рекомендации

2-й
день



Михаил
Крикунов
Ph.D., CIM



From
the People of Japan

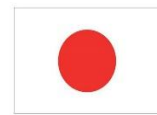


3.

*Маркетинг =
продукт*



Компонентная модель продукта



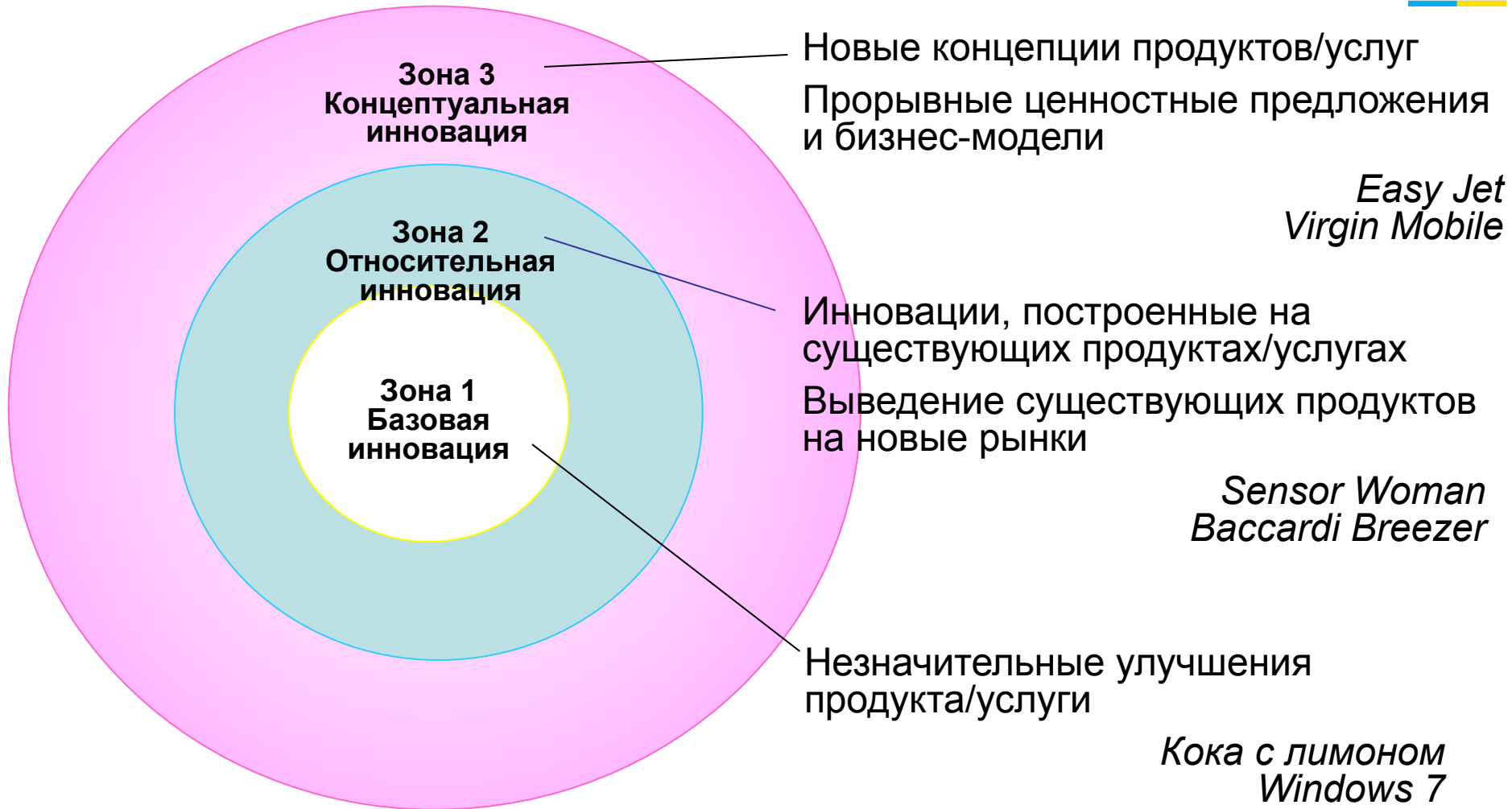
From
the People of Japan



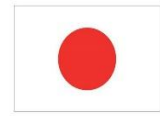
Уровни инновации



From
the People of Japan



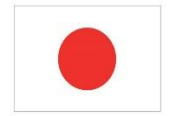
Процесс разработки нового продукта



From
the People of Japan



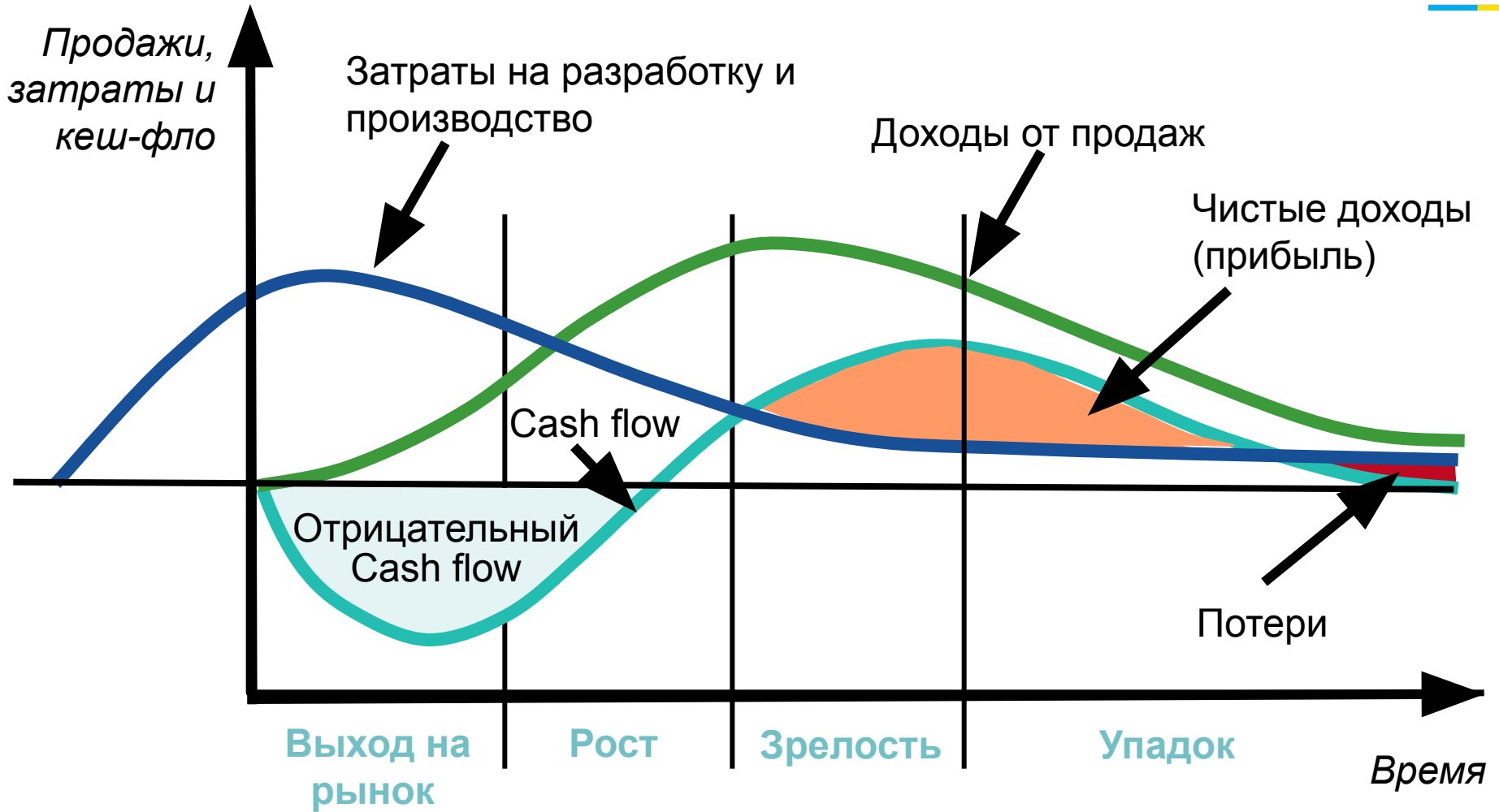
Жизненный цикл продукта



From the People of Japan



UNDP
Україна





From
the People of Japan



Важнейший вопрос : Что такое ценность?

$$\text{Потребительская ценность продукта} = \frac{\text{Воспринимаемые потребителем } \textit{выгоды} \text{ продукта}}{\text{Издержки приобретения и } \textit{использования} \text{ продукта}}$$



From
the People of Japan



UN
DP

Україна

Повышение ценности

- Специалисты по маркетингу могут повысить ценность предложения для потребителей:
 - Повышением выгод.
 - Снижением издержек.
 - Повышением выгод при снижении издержек.
 - Повышением выгод в большей степени чем повышением издержек.
 - Снижением выгод в меньшей степени, чем снижением издержек.

Лестница ценности



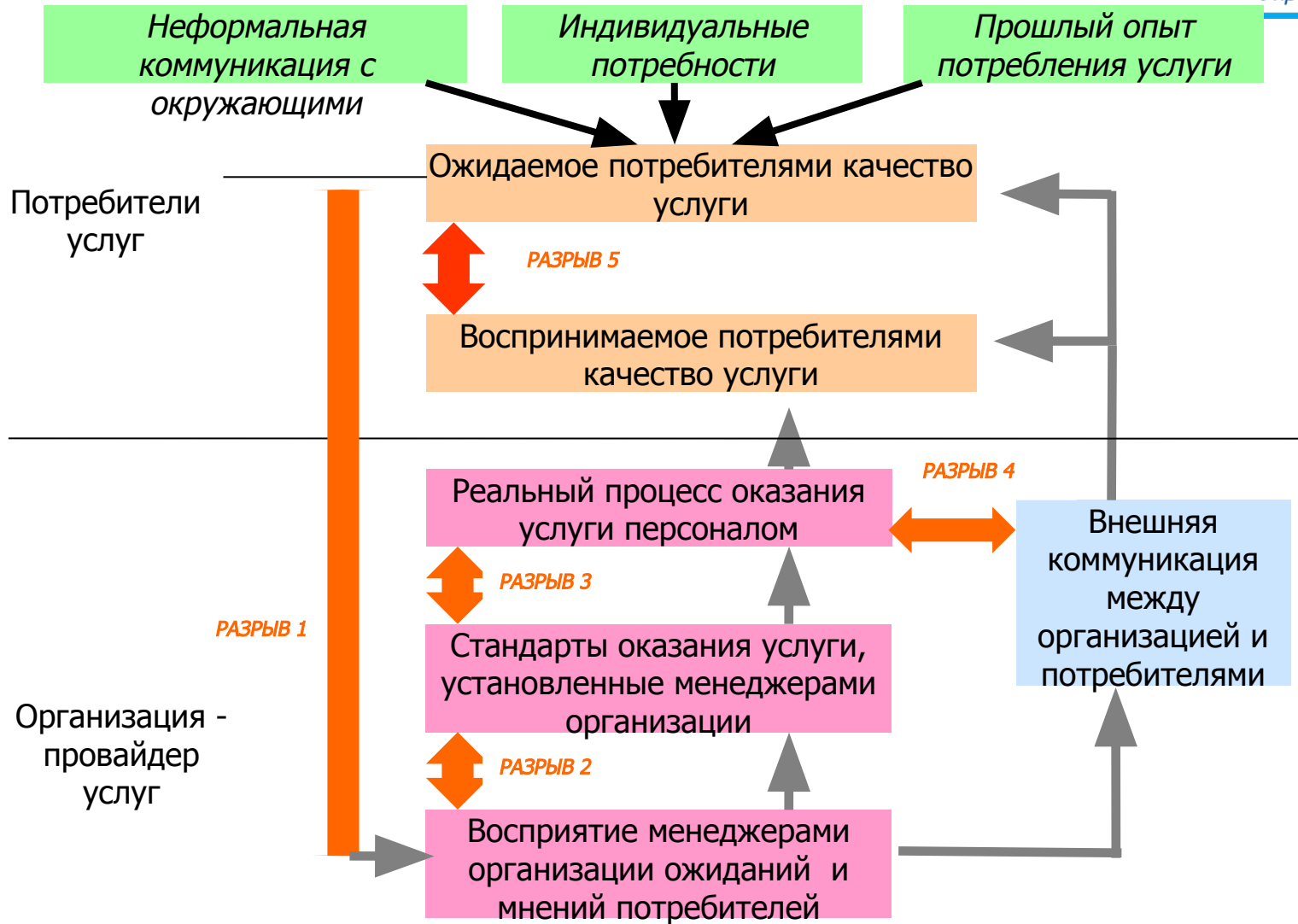
From
the People of Japan



SERVQUAL - Модель разрывов в качестве услуг



Факторы, формирующие ожидания потребителей:



Дискуссия

- *Что такое наш продукт?*
- *Что же продают “Five Guys”?*
- *А что мы продаем?*
- *Нужно ли изменять свой продукт?*
- *Можно ли не изменять свой продукт?*
- *Чему нас учит кейс?*





From
the People of Japan



UN
DP

Україна



4.

Маркетинг = дослідження

Дискуссия

- *Исследуете ли вы рынок?*
- *Как вы его исследуете?*
- *Как можно исследовать то, что нам нужно исследовать?*



Лучше не проводить исследование, чем проводить его плохо



From
the People of Japan



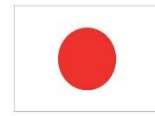
- Плохое исследование много хуже его отсутствия
- Можно подумать, что мы понимаем ситуацию
- Неправильное исследование это:
 - Неправильно понятая проблема
 - Неправильно понятая задача
 - Неправильная методика исследования
 - Неправильно выбранные респонденты / объекты
 - Неправильно заданный вопрос
 - Неправильная шкала ответов
 - Неправильная выборка
 - Точечные выводы вместо интервальных

Люди ... врут!

Или просто не знают!



Да, я лояльный
потребитель Вашего,
этого, как его... бренда



From the People of Japan



UN DP

Україна



GRASSHOPPER SHOT NEAR MANDAN NORTH DAKOTA



Октябрь 201

ТИНГ И СБЫТ



From
the People of Japan



UN
DP

Україна

5.

аркетинг = продажі





Кто Ваш рынок?





From
the People of Japan



Потребители, клиенты, пользователи...

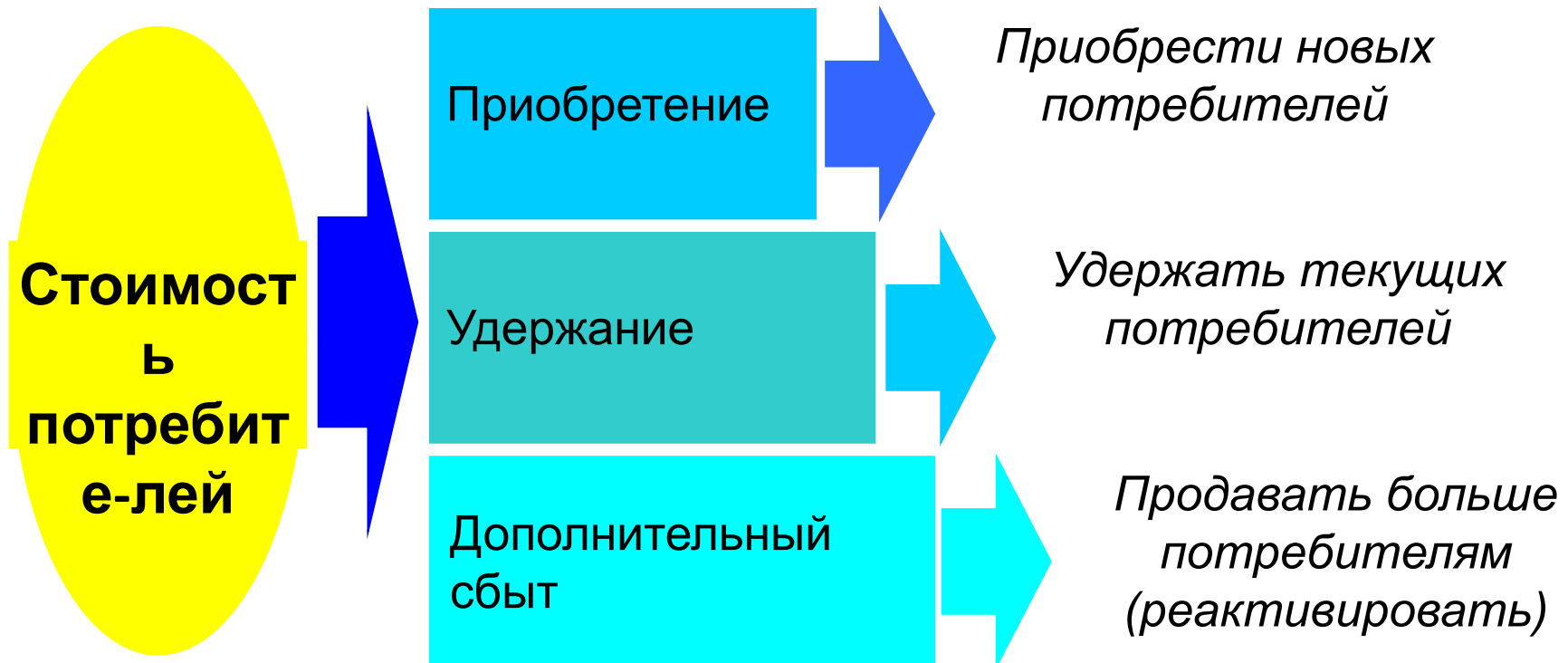


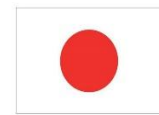


From
the People of Japan



Три неизменные задачи маркетинга





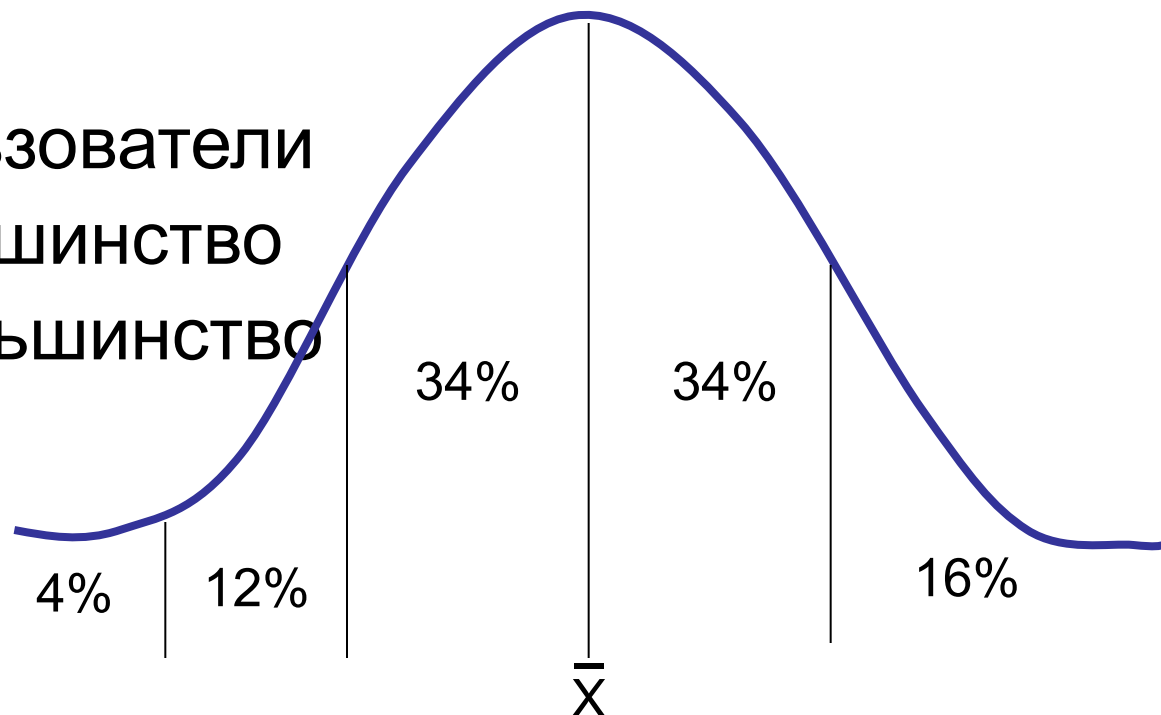
From
the People of Japan



Процесс принятия продукта

- Люди принимают новый продукт с разной скоростью реакции

- Новаторы
- Первые пользователи
- Раннее большинство
- Позднее большинство
- Отстающие





From
the People of Japan



Типы потребителей

Новаторы

Принимают товар первыми. Склонны к риску, часто «эксперты», высшее образование.

Первые пользователи

Лидеры мнений, образцы для подражания, авторитеты в больших социальных системах.

Раннее большинство

Всесторонне обдумывают решение, но принимают новинку раньше, чем основная часть целевого рынка.

Позднее большинство

Осторожны в оценках, принимают новинку позднее среднего срока, часто под давлением равных по статусу.

Отстающие

Принимают товар последними.

Подозрительны к новому, трудно расстаются с прошлым



VUCA



From
the People of Japan



Мир изменяется быстро и масштабно.

Будущее невозможно предсказать.

Все имеет множество неясных причин.

Все имеет множество возможных решений.



Октябрь 2018





Октябрь 2018



Октябрь 2018



Октябрь 2018



From
the People of Japan

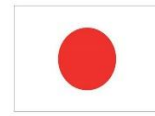


UN
DP

Україна

Digital Nativity





From
the People of Japan



UN
DP

Україна



Digital Naivete

Маркетинг или продажи?



From
the People of Japan



- Задача маркетинга – создавать запросы и лиды
- Задача продаж - превращение лидов в клиентов, оплачивающих покупку
- Это разные команды, но друг без друга они не могут



From
the People of Japan



Что должен делать маркетинг:

- Понимать боли и мотивации целевых потребителей, разрабатывая решения
- Проверять правильность позиционирования предложения по реакции рынка
- Дифференцировать предложение, формулировать его кратко и привлекательно
- Формировать бренд



From
the People of Japan



Что должен делать сбыт:

- Слушать потребителя и разговаривать с ним!
- Понимать боли и мотивации целевых потребителей,
- Понимать «путь своего потребителя» и процесс принятия им решений о покупках
- Помогать потребителю принимать правильные решения
- Продавать!

5-20% - ваши шансы продать
ВОЗМОЖНЫМ КЛИЕНТАМ

60-70% - ваши шансы продать
СУЩЕСТВУЮЩИМ КЛИЕНТАМ



From
the People of Japan



Важнейшие принципы продаж

- Настроенность на проблемы клиента
- Оптимизм и живучесть
- Ясность

Примеряем роли



- *Разбиваемся на пары*
- *№1 – продавец; №2 – потребитель*

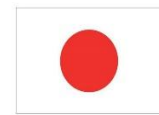


From
the People of Japan



ПРАВИЛА:

- «Продавец» начинает разговор **задавая один вопрос** о том, что беспокоит потребителя
- После первого вопроса «продавец» развивает разговор двумя способами:
 1. Спрашивая «Почему?»
 2. Выясняя детали



From
the People of Japan



У вас 5 минут!





From
the People of Japan



UN
DP
Україна

Проверим результаты:

«Продавец» – что вы узнали?

«Потребитель» – как вы себя ощущали?



From
the People of Japan



Теперь меняемся ролями
У вас еще 5
минут!



Почему нужны оптимизм и живучесть



From
the People of Japan



Лиды:

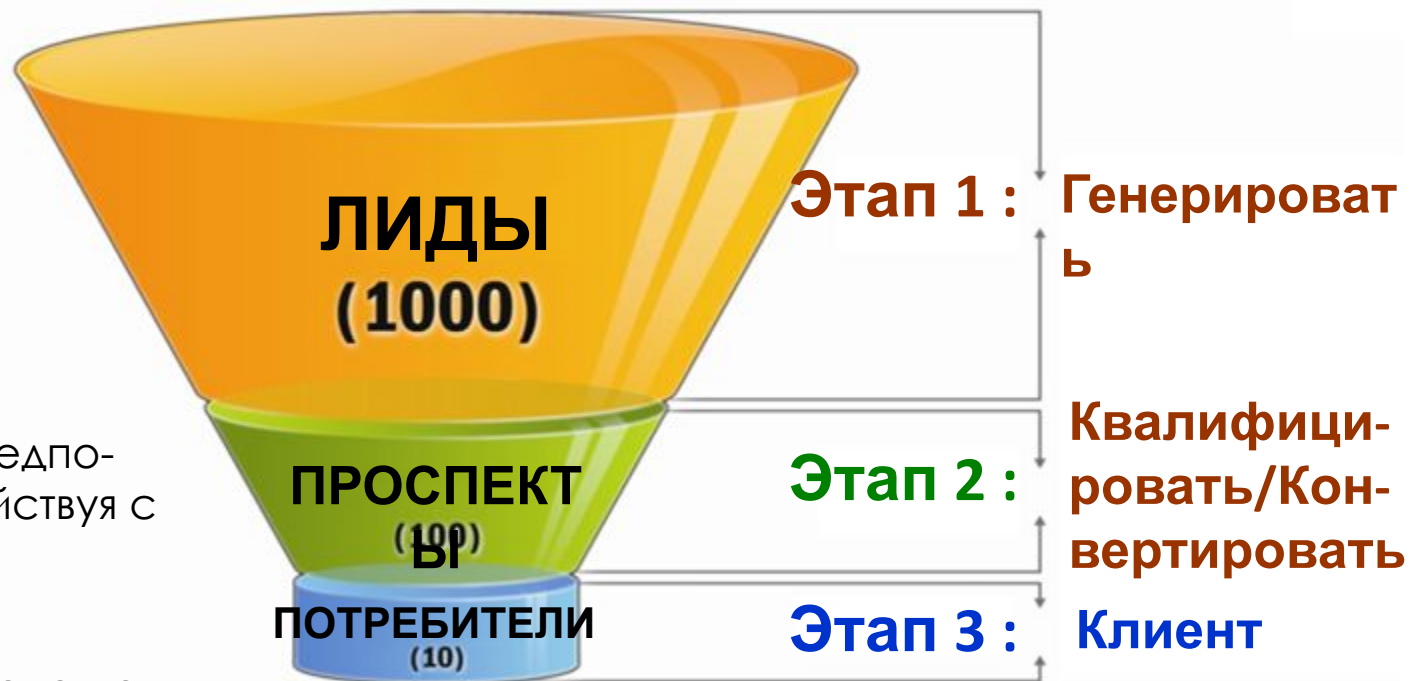
Может быть масса людей, которые, **по вашему мнению**, заинтересуются.

Проспекты:

Проверьте свои предположения взаимодействуя с лидами.

Потребители:

Конвертируйте проспектов в потребителей, **отвечая на их вопросы**.



Почему нужны оптимизм и живучесть

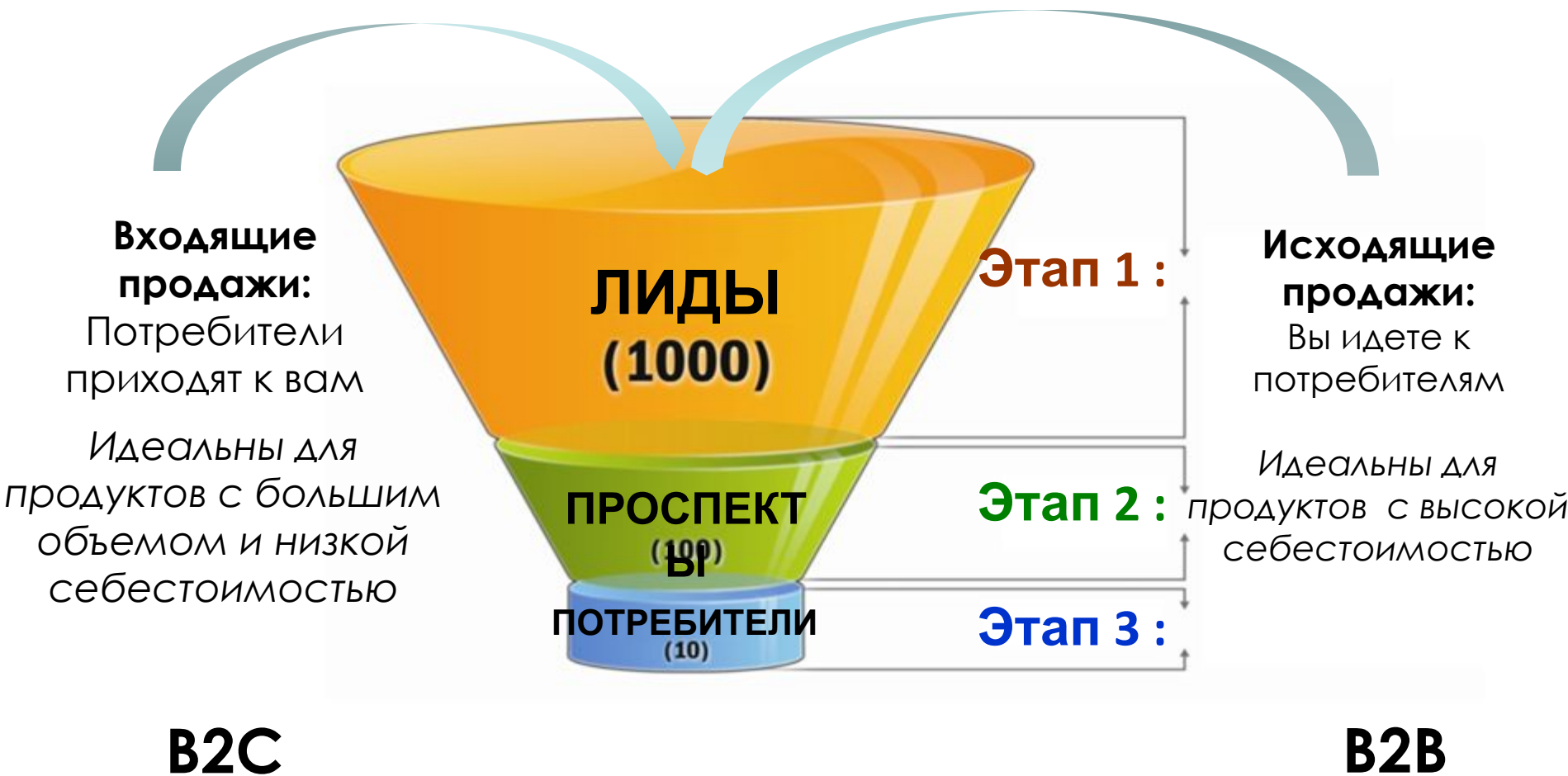


From
the People of Japan



UN
DP

Україна





From
the People of Japan



Как продавать?

1. Выявляйте лидеров
2. Вскармливайте и пестуйте потенциальных клиентов
3. Слушайте потребителя внимательно и конвертируйте в продажи за счет человеческой, своевременной, персональной коммуникации
4. Обеспечивайте легкость платежей
5. Заботьтесь о позитивных отзывах



From
the People of Japan



Правило 20 – 80 – 30

2 % ваших потребителей

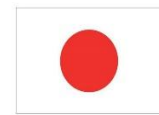
0 Создают
прибыли **80** % вашей

Половина вашей прибыли теряется на
обслуживание худших **30** % базы ваших
потребителей

Дискуссия

- *Кто наши клиенты, потребители, пользователи?*
- *Как они принимают решения о покупке?*
- *Что мы делаем, чтобы приобрести, удержать и реактивировать потребителей?*





From
the People of Japan



UN
DP

Україна



6.

*Маркетинг =
маркетологи*

Дискуссия

- *Кто маркетолог в малом бизнесе?*
- *Сколько их нужно малому бизнесу?*



- *Что это значит – правильный маркетинг и продажи для малого бизнеса?*
- *Чего мы не можем делать так, как это делают крупные компании?*
- *Что крупные компании не могут делать так, как это делает малый бизнес?*

Обсуждение опыта, удач/неудач

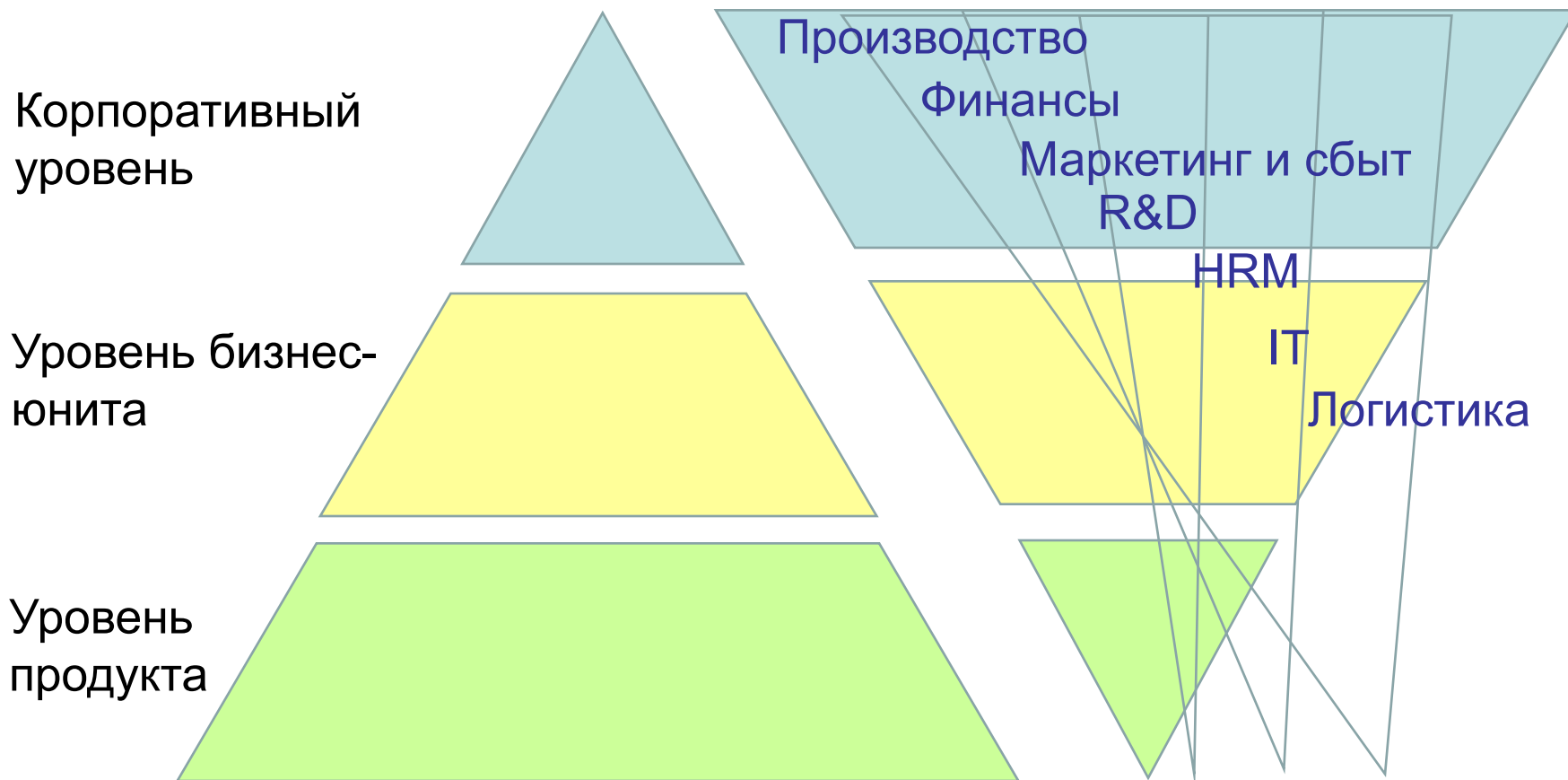
Разные уровни принятия решений в крупной организации



From
the People of Japan



Функциональные решения



***Как делать? – немного о STP,
технике продаж и других
полезных подходах и
инструментах***



Октябрь 2018

STP

СЕГМЕНТАЦИЯ РЫНКА



From
the People of Japan



UN
DP

Україна

Зачем нужна сегментация?

Как выполнить сегментацию?

- Демо-география
 - Психография
-
- **Breakdown** – на рынке, состоящем из сходных элементов, обнаружить различия;
 - **Build-up** – на рынке, состоящем из различных элементов, обнаружить сходства;

STP

ВЫБОР ЦЕЛЕВОГО РЫНКА

Октябрь 2018

Выбор целевого рынка (анализ сегментов)



- Размер и динамика роста сегмента
 - Анализ продаж, уровня роста и ожидаемой прибыльности различных сегментов
- Структурная привлекательность сегмента
 - Оценка влияния конкурентов, наличия продуктов-заменителей и власти покупателей/поставщиков
- Соответствие целям и ресурсам компании
 - Умения и ресурсы компании, соответствующие сегментам
 - Наличие конкурентного преимущества

Старатели преодолевают перевал Чилкут зимой
1897-98 во время Золотой лихорадки на Клондайке



Октябрь 2018

Пять вариантов выбора целевого рынка



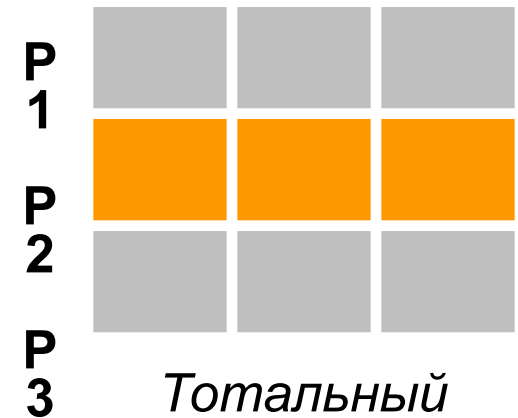
Моно-сегментная концентрация
M1 M2 M3



Селективная специализация
M1 M2 M3



Продуктовая специализация
M1 M2 M3

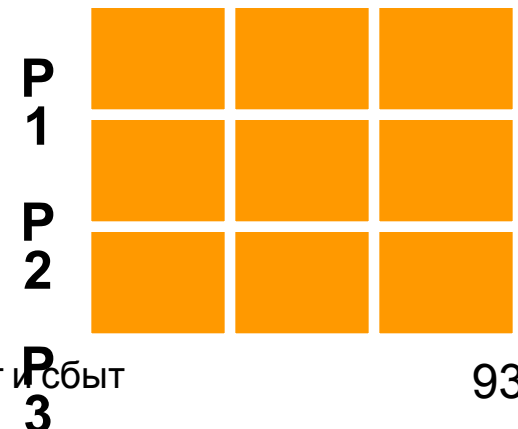


P = Продукт
M = Рынок

Рыночная специализация
M1 M2 M3



Тотальный маркетинг
M1 M2 M3



*Что важнее,
определиться с тем, кого
вы будете обслуживать?*

*Или кого вы **НЕ** будете
обслуживать?*

STP

ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ РЫНОЧНОГО ПРЕДЛОЖЕНИЯ

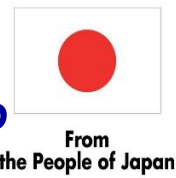


From
the People of Japan



Какой марки это пиво?

Позиционирование или дифференциация ?



- Позиционирование

- Обеспечение имиджу продукта/организации желательной позиции в восприятии потребителей относительно продуктов /организаций конкурентов

ОПРЕДЕЛЯЕТСЯ ПОТРЕБИТЕЛЯМИ!

- Дифференциация продукта

- Придание продукту, предлагаемому на рынке, свойств / качеств, отличающих (дифференцирующих) продукт от предложений конкурентов.

ОПРЕДЕЛЯЕТСЯ ВАМИ!

Unique Sales Proposal



From
the People of Japan



Заявление о позиционировании следует структурировать с использованием следующих элементов:

- *ДЛЯ* (целевая группа или потребность)
- *НАШ* (бренд)
- *ЭТО* (концепция),
- *КОТОРЫЙ/ РАЯ/ РОЕ* (точка дифференциации)

УТП - USP



From
the People of Japan



UN
DP

Україна

– *ПРИМЕР*: Для молодых, активных потребителей прохладительных напитков, которым некогда спать, Mountain Dew - это напиток, который дает вам больше энергии, чем любой иной бренд, в силу самого высокого уровня кофеина.





Ceci n'est pas une pipe.

Октябрь 2018



Ceci n'est pas une brand.

Октябрь 2018



From
the People of Japan



Что заставляет людей говорить друг с другом о вашем бренде?



From
the People of Japan



- **Личный опыт.**
- **Дружественность продукта или услуги и легко понятная «юзабилити».** Чем лучше впечатление, тем вероятнее им будут делиться!
- **Контент, генерированный пользователем.** Чем больше вы вовлечете пользователей (правило 10+), тем более вероятно, что они будут говорить о Вас!

Правило рыночных историй

Если мы будем слУшать – они
нам расскажут!

Полезные техники маркетинга и продаж для малого бизнеса



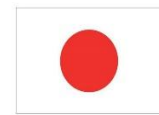
From
the People of Japan



1. Работайте с соцсетями
2. Используйте Google Adwords
3. Настройте свою страничку в интернете (заведите ее!)
4. Проводите вебинары
5. Предлагайте бесплатные консультации
6. Премируйте сотрудников за новых клиентов
7. Занимайтесь нетворкингом
8. Формируйте партнерские отношения с другими бизнесами
9. Приглашайте к себе клиентов и «дружите семьями»

Нужен ли малому бизнесу маркетинговый план и как его сделать?





From
the People of Japan



Хороший маркетинговый план состоит из 10 элементов:

1. Описание вашего бизнеса
2. Ситуационный анализ
3. Описание целевых потребителей
4. Описание продукта – позиционирование, дифференциация
5. Стратегия выхода на рынок, работы с рынком – 4P/7P
6. Основные цели и прогноз продаж или оценка спроса
7. Определение маркетингового бюджета
8. Интегрированные маркетинговые коммуникации
9. Каналы продаж
10. Контроль маркетинговой деятельности

Подводим итоги

Ваши вопросы?



From
the People of Japan



В чем я разобрался за эти два дня?



Что я собираюсь со всем этим делать?

*Спасибо за
внимание!*

Желаю успеха!

mihail.krikunov@yahoo.com

Октябрь 2018