

МАРКЕТИНГ КИТ

Продающая презентация о вашей
компании, предоставляемых
услугах и товарах

Что такое маркетинг кит простыми словами

Продающая презентация о компании

Каталог товаров или услуг «Вашей компании, представленных с точки зрения выгод для ваших клиентов»

Инструмент «который продает за Вас в любое время суток вне зависимости от того, чем заняты Вы»

Способ «продемонстрировать потенциальным клиентам, покупателям, партнерам в чем Ваши преимущества и отличия от конкурентов»

Дополнительный канал продаж «который в отличие от менеджера не допускает ошибок при презентации, всегда расскажет полную информацию о Вашей компании, товарах и услугах так, что клиенту захочется у вас купить»

Комплект маркетинговых материалов «в печатном либо электронном виде, имеющих предназначение эффективной допродажи»

Что дает наличие маркетинг кита?

- 1 Повышает доверие клиентов к компании
- 2 Выгодно выделяет Вас среди конкурентов
- 3 Повышает статус компании, создает имидж серьезной организации
- 4 Помогает менеджерам по продажам на встречах
- 5 Делает коммерческое предложение, отправленное по e-mail, более продающим
- 6 Визуализация информации позволяет донести все самое важное быстро и доступно
- 7 Рассказывает о компании на языке выгод для клиента
- 8 Снижает риск, что менеджер расскажет о компании и предложении что-то не то, или не расскажет самого важного

Когда стоит заказывать маркетинг кит?

- 1 Вы занимаетесь продажами на личных встречах
- 2 Вы проводите презентации или участвуете в выставках
- 3 Вы отправляете коммерческие предложения потенциальным клиентам по электронной почте
- 4 Вы хотите увеличить продажи или средний чек
- 5 Много информации о продукте — Вашим менеджерам нужны подсказки

Цели маркетинг-кита

- Многие уже знают о потребности в маркетинг-ките.
К сожалению, чаще всего создают его для галочки, а не с определенной целью.
В результате такой маркетинг-кит не увеличит шансы на победу, и даже наоборот - вы просто потратите деньги впустую.

**Чтобы определить цели
разработки маркетинг-кита,
вам нужно:**

Понять свою целевую аудиторию

Разобраться с тем, кто будет читать
маркетинг-кит .

Вы работаете не с сегментами, а с людьми.
Потому не создавайте текст для
вымышленного персонажа.

Решить, как вы будете использовать маркетинг-кит

- отправка "холодному" клиенту после звонка;
- встреча в офисе (в вашем или офисе клиента);
- презентация в печатном виде или электронном (по почте) на экране планшета или компьютера;
- e-mail рассылка;
- размещение на официальном сайте.

- ▣ Вы встречали сайт, на котором нет возможности оформить заявку и нет ни шанса получить обратную связь?
Так же и маркетинг кит, он просто обязан предоставить возможность потенциальному клиенту удобно решить вопрос и получить обратную связь.
Применимо не во всех случаях, но все же очень важно, чтобы в конце каждого маркетингового действия вы «закрывали» клиента на следующее шаг.

Виды целевых действий:

- ▣ поучаствовать в акции
- ▣ записаться на бесплатный вебинар/семинар
- ▣ рассчитать пробную партию
- ▣ заказать презентацию/дегустацию
- ▣ вызвать сметчика или замерщика

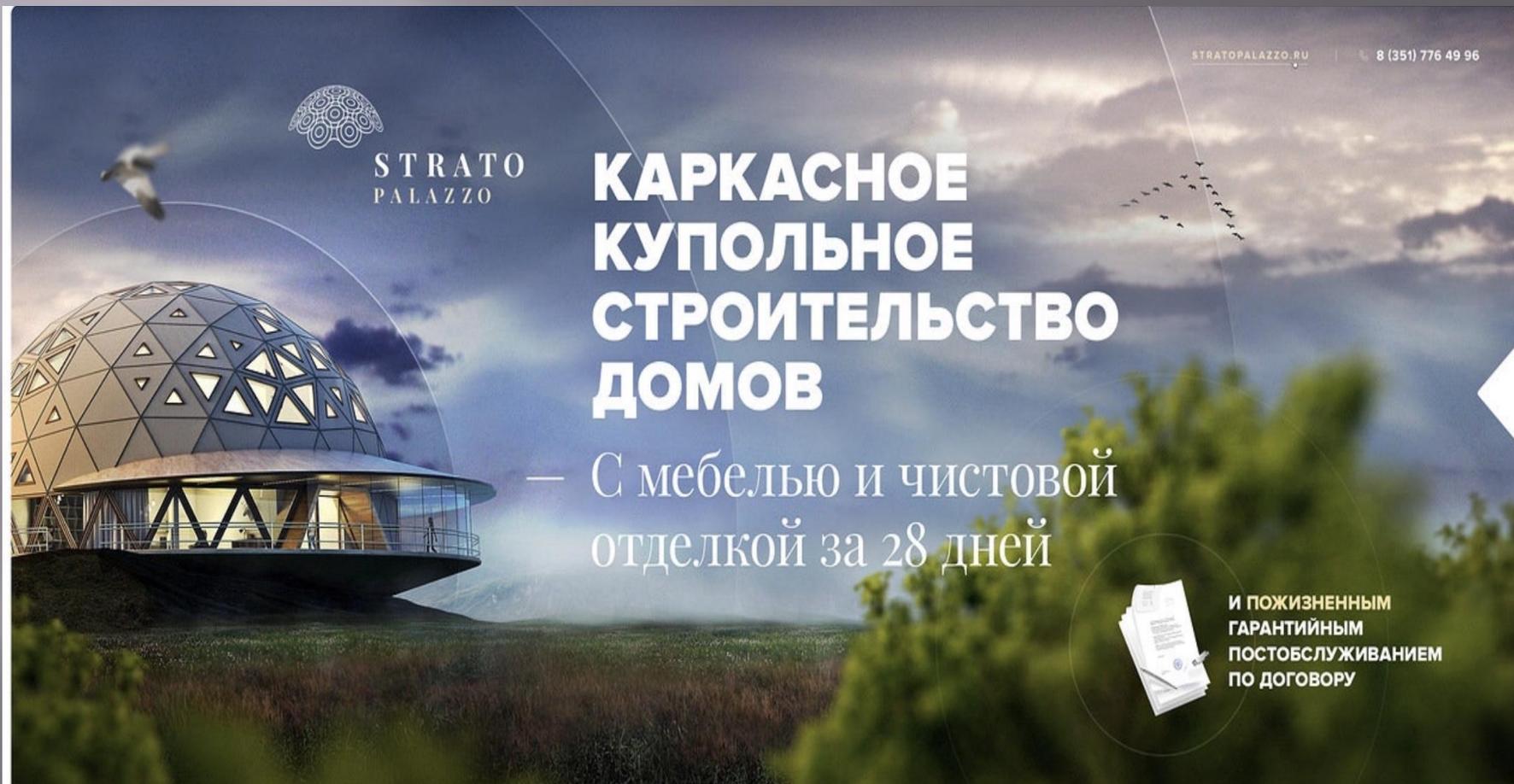
СТРУКТУРА МАРКЕТИНГ-КИТА:

- ▣ Перед созданием и заказом маркетинг кита, устройте мозговой штурм внутри своей компании.
Он поможет определить будущую структуру маркетинг кита.

Вот перечень блоков, которые чаще всего используются в маркетинг-ките:

- ▣ Титульный лист - это первое, что видит клиент, когда берёт маркетинг-кит в руки. От обложки зависит многое. Это примерно то же, что взять книгу с полки в магазине и сразу поставить её на место только потому, что обложка не впечатлила. Такая же судьба может постичь ваш маркетинг-кит.
- ▣ Даже если вы на внутренних страницах предлагаете выгоды, которых не могут гарантировать другие компании, клиент о них ничего не узнает, если обложка не привлечёт его к чтению. Он просто не откроет ваш маркетинг-кит.

Титульный лист



STRATOPALAZZO.RU | 8 (351) 776 49 96


STRATO
PALAZZO

КАРКАСНОЕ КУПОЛЬНОЕ СТРОИТЕЛЬСТВО ДОМОВ

— С мебелью и чистовой
отделкой за 28 дней

 И ПОЖИЗНЕННЫМ
ГАРАНТИЙНЫМ
ПОСТОБСЛУЖИВАНИЕМ
ПО ДОГОВОРУ

Карточка товара и услуги.

- ▣ Презентация товаров и услуг — один из самых важных разделов.
От того, как вы его представите, зависит желание клиента сотрудничать.
Описывайте их подробно для клиента.
Со всеми выгодами и преимуществами.
И, поскольку вы на рынке не одни, будьте оригинальны.
Добавьте изюминку.

Почему работают с нами.

- ▣ Усиление ценности через срезы и выноски.

Наши клиенты.



Перечислите компании, с которыми вы уже работаете или работали.

Покажите их логотипы.

Лучший вариант — выделить компании, которые у всех на слуху в вашем сегменте бизнеса. Это вызывает доверие.

Для кого?



Опишите вашу ЦА, расскажите о том, с кем работаете.

Поговорите о своем идеальном клиенте.

Так читатель сможет понять, на кого ориентирована ваша компания.

Сертификаты, награды и благодарности

- - при наличии у компании сертификатов, лицензий либо наград, их нужно демонстрировать клиентам, поскольку они способны привлечь дополнительное внимание и значительно повысить доверие.

Информация об участии компании в

- ▣ конференциях, выставках, публикации в СМИ.

Эти сведения также способны повысить репутацию и доверие к компании.

Известность компании делает её более надёжным деловым партнером

Этапы работы

- ▣ - данный элемент позволяет визуализировать работу компании и наглядно продемонстрировать клиенту весь процесс сотрудничества.

Конкурентные преимущества компании.

- Эта страница посвящена аргументам к сотрудничеству с вашей компанией – чем она превосходит других участников рынка. Необходимо показать все выгоды и преимущества, которые вы можете дать потенциальному клиенту, когда он примет решение работать именно вами.

Команда -

- в маркетинг-ките должно быть уделено особое внимание команде компании. Так же, данную страницу используют для презентации обращения руководства к своим клиентам.

Проблематика

- ▣ – какие проблемы клиента решает ваша компания? Оптимально размещать данную страницу в начале маркетинга-кита. Поскольку потенциальный клиент, открывая маркетинг-кит, сразу сможет узнать – чем ему выгодна эта компания, какие его проблемы она способна решать.

Кейсы и портфолио.



Как бы красиво вы ни представились, описывая свою компанию, клиенту нужны цифры.

Все любят цифры в рекламных текстах. Они помогают более четко и конкретно оценить компанию, её объёмы и масштабы деятельности.

Контакты.



Этот раздел должен быть в любом рекламном материале.

Дайте клиенту возможность связаться с вами любым удобным для него способом.

Для НЕГО, а не для вас.

Важно

- При этом важно отталкиваться от объекта, для которого создаётся маркетинг-кит.
- Например, вы хотите продать услугу по очистке крыш от снега. Целевая аудитория — владельцы предприятий.
- Но ваша компания, кроме этого, ещё стрижёт газоны, убирает и вывозит мусор с территории, привозит и сажает деревья и кусты, а также проектирует и обустроивает уютные дворики.
- Сейчас декабрь. Снег валит на крыши. Их нужно чистить.
- То есть, клиенту уже нужна ваша услуга. Он ждёт вас прямо сейчас. Осталось только прицелиться и сделать ему нужное предложение.
- Представим, что вы отправили клиенту общий маркетинг-кит о компании, в котором более 10 услуг. Что может произойти в этом случае?
- Если клиент увидит ваши услуги, которые сейчас не актуальны (стрижка газонов, посадка деревьев), он не поймёт, зачем вы передали ему маркетинг-кит.
- А если вы отправите маркетинг-кит, который разработали специально для услуги «уборка снега» с крыш, клиент заинтересуется и, если условия сотрудничества его устроят, сделает заказ.

Какие бывают МК

Маркетинг-кит для компании

В этот комплект входит весь инструментарий компании:

Информация о компании

Компания в цифрах (достижения, рост, количество сотрудников и т.д.)

Преимущества и выгоды работы с компанией

Приветственное слово от представителя компании

Презентация продуктов и услуг

Специальные акции

Схема работы (Как мы работаем?)

География деятельности

Миссия компании

Известные клиенты компании

Отзывы клиентов

Успешные кейсы в цифрах

Партнёры компании

Публикации о компании в СМИ

Сертификаты, грамоты, награды и дипломы

Планы на будущее

Контакты

Этот инструмент отлично работает, когда вы хотите представить компанию клиенту и отличиться среди конкурентов.

Вы можете взять его на деловую встречу и оставить в качестве дополнительной информации, с которой клиент ознакомится после того, как вы уйдёте.

Это поможет ему принять решение в вашу пользу.

Маркетинг-кит для услуги (или пакета услуг)

Если вы хотите привлечь внимание клиента к определённой услуге, сделайте маркетинг-кит отдельно для неё.

Идеальный вариант — когда у вас есть несколько маркетинг-китов под каждую услугу или пакет услуг.

В этом случае вы сможете закрыть конкретную потребность каждого клиента. И сделаете это максимально точно.

Какие разделы могут войти в этот маркетинг-кит:

Информация о компании (кратко)

Презентация услуги

Выгоды использования услуги для клиента

Преимущества услуги в цифрах

Отзывы клиентов

Кейсы

Специальная акция

Как мы работаем?

Вопросы и ответы

Контакты

Маркетинг-кит для продукта (или линейки продуктов)

Каждый продукт по-своему уникален и каждому нужна своя «визитная карточка», которая выполнит роль продавца, когда вас нет рядом.

Какая информация сюда входит:

Информация о компании (кратко)

Презентация продукта с выгодами и преимуществами для клиента

Специальная акция (если есть)

Как получить продукт (понятная схема заказа)

Информация о доставке

Отзывы о продукте

FAQ — вопросы и ответы

Контакты

Маркетинг-кит для персоны

Продажа себя — отдельное искусство.

Какая структура здесь может быть?

Информация о персоне (кто, чем занимается, чем полезен)

Достижения (желательно в цифрах)

Преимущества работы с персоной

Приветственное слово

Презентация услуг, которые предоставляет персона

Как связаться с персоной

Принципы работы (правила)

Известные клиенты

Отзывы клиентов

Партнёры

Публикации о персоне в СМИ

Сертификаты, грамоты, награды и дипломы

В зависимости от вида деятельности персоны можно добавить ещё несколько блоков.

Например, для бизнес-тренера это могут быть обучающие программы с выгодами для каждой отдельной ЦА.

В маркетинг-ките фитнес-тренера можно показать фото клиентов «до и после».

Отличный вариант для ведущего мероприятий — фото больших эффектных вечеринок с эмоциями.

Маркетинг-кит для франшизы

Франшиза — это даже не продукт или услуга, а целый бизнес, цена которого всегда высока. Поэтому тут нужно задействовать мощные приёмы.

Маркетинг-кит отлично подходит для продажи франшизы.

Что входит в маркетинг-кит, с помощью которого можно продавать франшизу?

Информация о компании

Компания в цифрах (достижения, рост, количество сотрудников и т.д.)

Представление франшизы

Преимущества и выгоды ведения бизнеса по этой франшизе

Приветственное слово от представителя компании

Презентация продуктов или услуг, которые входят во франшизу

География деятельности франшизы

Принципы работы франшизы (условия, правила)

Миссия компании, которая представляет франшизу

Известные клиенты, которые уже купили и запустили франшизу

Отзывы клиентов, которые запустили франшизу

Успешные кейсы запусков в цифрах

Публикации о компании или франшизе в СМИ

FAQ — вопросы и ответы

Сертификаты, грамоты, награды и дипломы

Процесс запуска франшизы

Контакты

Пример маркетинг кита



Сладкий
сувенир

Производство
и поставка
морковных
сладостей
по России и СНГ



ЗАРАБОТАЙТЕ НА ВОСХОДЯЩЕМ ТРЕНДЕ ЗДОРОВОГО ПИТАНИЯ, ДОБАВИВ НА СВОИ ПОЛКИ МОРКОВ- НЫЕ СЛАДОСТИ С ВАШЕЙ **МАРЖОЙ** **ОТ 200%**



Забираем
неликвид;



Растущий
спрос;



Поддержка
импортозамещения;

Награды
и знаки
отличия





ПОЗНАКОМЬТЕ СВОИХ КЛИЕНТОВ С НОВЫМ НА РЫНКЕ ТОВАРОМ

ПЕРВЫМИ — ЗАВОЮЙТЕ ИХ ДОПОЛНИТЕЛЬНОЕ
ВНИМАНИЕ УЖЕ ЗАВТРА

Ловите восходящий тренд **здорового питания**
и сладких натуральных овощей без химии.

В ПРОИЗВОДСТВЕ МОРКУЛЁН
МЫ ПРИДЕРЖИВАЕМСЯ
НЕСКОЛЬКИХ

*бескомпромиссных
правил*





ТОЛЬКО НАТУРАЛЬНАЯ МОРКОВЬ И НИКАКОГО ПЕРЕРАБОТАННОГО МОРКОВНОГО МАТЕРИАЛА ИЛИ ЖМЫХА!

Не все производители написав, что продукт состоит из моркови до конца честны. Использование морковного жмыха для снижения себестоимости — **не наш метод!**



02

Наша бескомпромиссная традиция производства
Вологодских сладостей

ДОЛГИЙ И ЗАТРАТНЫЙ, НО ЩАДЯЩИЙ ВИТАМИНЫ И МИКРОЭЛЕМЕНТЫ, СПОСОБ ПРИГОТОВЛЕНИЯ

Наша морковь готовится в три раза дольше и дороже,
чтобы сохранить свою натуральность и безвредность.

— Сперва морковь варится в инвертном сиропе, а после
сушится в специальных УФ-печах.



ТОЛЬКО СОБСТВЕННАЯ МОРКОВЬ С ПОЛЕЙ, **БЕЗ ОБРАБОТКИ** КАНЦЕРОГЕННОЙ ХИМИЕЙ

Все сладости готовятся только
из той моркови в которой
мы можем быть уверены.

Морковь бережно выращивается на наших
собственных полях Вологодской области
и соответствует всем самым строгим
требованиям.



04

Наша бескомпромиссная позиция производителя
Вологодский продукт

НЕ УВЕЛИЧИВАЕМ СРОК ГОДНОСТИ ТОВАРА — СРОК ГОДНОСТИ 4 МЕСЯЦА

Все морковные сладости приготавливаются более сложным и дорогим методом, вываривания в инвертном сиропе, что оставляет его натуральность, но сокращает срок годности до 4-х месяцев.

Помните! Если на упаковке аналогичных товаров вы увидите сроки годности от 6 месяцев — знайте, они приготовлены с применением химии.

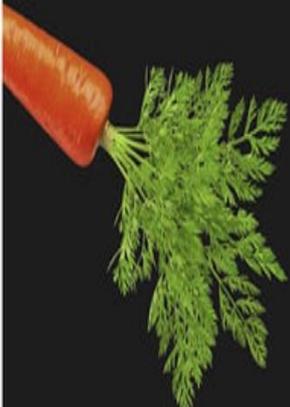
*Наш тотальный
контроль качества*

**ПОДТВЕРЖДАЕТ СПЕЦИАЛЬНАЯ
ДОБРОВОЛЬНАЯ СЕРТИФИКАЦИЯ
ВОЛОГОДСКОЙ ОБЛАСТИ — НВП**

Мы сознательно проходим все дополнительные лабораторные исследования для ежегодного подтверждения качества морковных сладостей.



НАМ НЕЧЕГО СКРЫВАТЬ ОТ ВАШИХ ПОКУПАТЕЛЕЙ — ВСЯ ПРАВДА О СОСТАВЕ НА ЭТИКЕТКЕ



В состав входят только морковь
и настоящий сахар! Никакого
обмана о составе нерадивыми
производителями.



Все сладости готовятся
исключительно без химии
— внимание к здоровью
наш приоритет.





87

ВАРИАНТОВ *креативной* УПАКОВКИ

Желаете выделиться
и продавать еще больше?

— Подберем для вашего
бренда уникальную
на рынке упаковку!

*Морковные сладости полюбят все
— попробуйте и убедитесь сами*

**ПРЕДЛАГАТЬ ТАКОЙ ПРОДУКТ
ЛЕГКО ДЛЯ КАЖДОЙ
АУДИТОРИИ**

ПРЕДЛАГАТЬ ТОВАР ПРОСТО

Для водителей:

- ЗАРЯДИ МОЗГ БЫСТРЫМИ
МОРКОВНЫМИ УГЛЕВОДАМИ
- ПОДНИМИ ВНИМАНИЕ
ЗА РУЛЕМ



ПРЕДЛАГАТЬ ТОВАР ПРОСТО

Для мам:

— ЗАМЕНИТЕ ДЕТЯМ ВРЕДНЫЕ
СЛАДОСТИ НА НАТУРАЛЬНЫЙ
ОТЕЧЕСТВЕННЫЙ ПРОДУКТ

— Скажем **нет** вредным чипсам,
шоколадкам и чупачупсам!



ПРЕДЛАГАТЬ ТОВАР ПРОСТО

Для детей:

— ЧУПА-ЧУПС УЖЕ
НЕ МОДНО! ПОПРОБУЙ
КАКОЙ ВКУСНОЙ МОЖЕТ
БЫТЬ ПРОСТАЯ МОРКОВКА!



ПРЕДЛАГАТЬ ТОВАР ПРОСТО

Для всех:

— БЫСТРЫЕ И НАТУРАЛЬНЫЕ
УГЛЕВОДЫ ДЛЯ БЫСТРОЙ
ЗАРЯДКИ МОЗГА





ЭКСКЛЮЗИВНЫЙ ТОВАР ПОД ВАШИМ ЛОГОТИПОМ НА ПОЛКАХ — ЭТО ДОЛГОСРОЧНЫЙ ВКЛАД В ИМИДЖ ВАШЕГО БРЕНДА

Мы разработаем дизайн упаковки используя ваши фирменные цвета и поставим ваш логотип во главу угла. Поддержите статус серьезной компании.

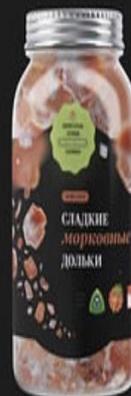
ВЫСОКАЯ МАРЖИНАЛЬНОСТЬ ТОВАРОВ

не оставит
вашу кассу
равнодушной



Моркулёны
Конфетки

На полке 240 Р
Ваша маржа 128 Р
Цена закупки 68 Р



Моркулёны
Цукаты

На полке 240 Р
Ваша маржа 128 Р
Цена закупки 68 Р



Моркулёны
Сухарики

На полке 240 Р
Ваша маржа 128 Р
Цена закупки 68 Р



Моркулёны
Ириски

На полке 240 Р
Ваша маржа 128 Р
Цена закупки 68 Р

ПОМОГАЕМ УВЕЛИЧИТЬ ВАШУ ВЫРУЧКУ С ПОМОЩЬЮ СКРИПТОВ ДЛЯ ПРОДАВЦОВ И ПРОСТОГО ОБУЧАЮЩЕГО ВИДЕО

Добавление в скрипт разговора продавца Макдональдса слов «А пирожок желаете?» увеличил доход корпорации на несколько миллиардов уже в первый день.

Наша задача — помочь вашим
продавцам увеличить ваш доход.



ДОВЕРЬТЕСЬ НАШЕМУ 16-ЛЕТНЕМУ ОПЫТУ

12 запущенных продуктов,
460 выставок и множество
благодарностей.

ИНТЕРЕСНО, НО НЕ ДО КОНЦА ПОНЯТНО?

Привезем вам сладости на дегустацию уже завтра,



ЧТОБЫ ЗАКАЗАТЬ БЕСПЛАТНЫЙ
ДЕГУСТАЦИОННЫЙ НАБОР

☎ Позвоните в любое время

+ 7 925 272 30 30

А ТАКЖЕ ЗАХВАТИМ С СОБОЙ ПРИМЕР
ДИЗАЙНА УПАКОВКИ С ВАШИМ ЛОГОТИПОМ
И СВОЮ ПОДРОБНУЮ ПРЕЗЕНТАЦИЮ

— Попробуете сами, дайте
попробовать коллегам и решайте,
будем ли мы работать далее;