



# Каналы сбыта и система взаимоотношения с клиентами

Выполнили: Шубников Александр, Усачёв Роман, Анохин  
Алексей, Колесникова Милена, Барт Лина, Возжаева Анна.

# Каналы сбыта



- **Потенциальные покупатели:** наша целевая аудитория это студенты, люди зрелого возраста и спортсмены. Идеальными площадками для взаимодействия с ними будут служить Instagram, социальные сети и реклама на ТВ.
- **Посетители:** Выделяем из всех потенциальных потребителей, тех кто относится к нашей ЦА.
- **Покупатели:** Для того, чтобы клиент совершил покупку надо регулярно заявлять о себе, включая новостные посты где будут освещаться специальные предложения, розыгрыши и акции.
- **Постоянные клиенты:** Необходимо удовлетворять потребности потребителя, для того чтобы он приходил совершать покупку снова и снова. Например: Высокое качество, доступная цена, большой срок использования выпускаемых носков.

# Жизнь представителя целевого сегмента

- Жизненные ситуации, при которых человек сталкивается с проблемой неприятного запаха от носков

- 1. Путешествия
- 2. Спортивные тренировки
- 3. Плотный рабочий график
- 4. Отрицание или нежелание возможности стирки носков



# Жизнь представителя целевого сегмента

## *Как клиент узнает, выбирает и покупает наш продукт?*

- 1. Через рекламную кампанию ,сайт нашего интернет-магазина либо лично прийдя в наш магазин, потенциальный потребитель узнает о продукте.
- 2. Для упрощения выбора продукта, он связывается с менеджером по продажам и консультируется по определенным позициям товара и условиям покупки.
- 3. Продажа товара происходит как в офлайн ,так и в онлайн форме

# Жизнь представителя целевого сегмента

*Каким образом клиент взаимодействует с вами и использует продукт и сервис?*

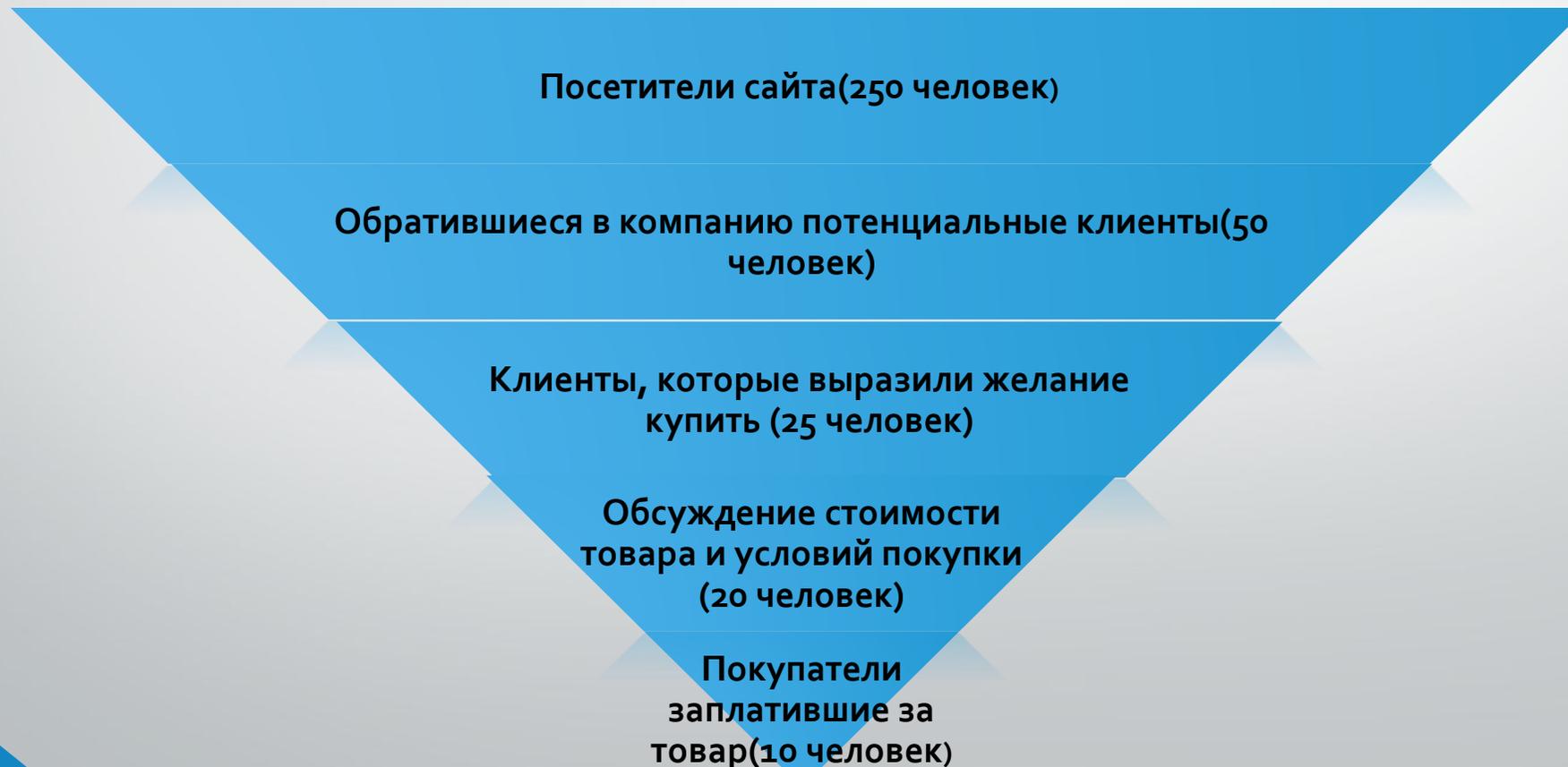
- 1. Сервис доставки(веб-приложение )
- 2.Адресные рассылки о специальных предложениях и скидках(E-mail)
- 3. Открытые отзывы на сайте интернет магазина.(конструктивная критика)
- 4.Интернет-форум для покупателей



# Этапы воронки продаж

1. Клиент заметил рекламу (узнал о предложении).
2. Зашел в магазин (определился с выбором).
3. Остановил свой выбор на продукте (намерение о приобретении).
4. Принял решение о покупке (заключение сделки).
5. Внес деньги в кассу (намерение произвести оплату).
6. Приобрел/начал использовать (получение товара).
7. Пришел в магазин еще раз (повторная покупка).
8. Стал покупать здесь регулярно (постоянное совершение покупок).

# Воронка продаж



10 человек (10 человек)