

Ваша маркетинговая стратегия

Канадские Центры Деловых Услуг (Canada Business Service Centres) - CBSC

1. ОПРЕДЕЛИТЕ ВАШУ КОНЦЕПЦИЮ

- Каким конкретно бизнесом вы занимаетесь? (будьте точны)
- Перечислите свои услуги или продукты
- Определите свое положение на рынке
- Определите ваш желаемый имидж

2. ИМИДЖ ВАШЕГО БИЗНЕСА

- Каким бизнесом, по мнению ваших покупателей, вы занимаетесь?
- Что они покупают?
- За что вас хвалят и на что жалуются?
- Почему вас покупают?
- Образ вашего потребителя?

3. АНАЛИЗИРУЙТЕ СВОЙ РЫНОК

- Размер рынка
- Тенденции
- Обычаи делового оборота
- Экономическая среда
- Технологические изменения
- Политические/правовые изменения
- Социокультурная среда
- Демографические изменения
- Ресурсы
- Компетенции
- Рынки товаров-заменителей

4. УЗНАЙТЕ ВАШИХ КОНКУРЕНТОВ

- Кто они?
- Определите сильные/слабые стороны
- Продуктовая линейка
- Стимулирование сбыта
- Ценообразование
- Профиль потребителя
- Месторасположение
- Персонал
- Жизненный цикл
- Обслуживание покупателей
- Имидж
- Бизнес-процессы
- Переговорная сила при закупках
- Позиции в рейтингах
- Анализ доли рынка
- Потенциальные конкуренты

5. УЗНАЙТЕ ВАШИХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

- Определите нужды, потребности и желания потребителей

- Профиль потребителя
- **Демография**
 - Возраст
 - Доход
 - Пол
 - Место жительства
 - Семейное положение
 - Размер семьи
 - Род занятий
 - Один/два источника дохода
- **Психография**

Деятельность

- Работа
- Развлечения
- Хобби
- Шоппинг
- Мероприятия
- Спорт

Интересы

- Семья
- Отдых
- Работа

Взгляды

- Общественные вопросы
- Политика
- Продукты

Структура расходов

- Средний объем покупок
- Частота покупок
- Ежемесячные/ежегодные покупки

Покупательские привычки

- Место
- Время суток

Поведение покупателя

- Рациональное
- Эмоциональное

Процесс покупки

- Кто принимает решение
- Кто оплачивает
- Критерии принятия решения

Тенденции

Целевой рынок

Для получения информации о покупателе вы можете проанализировать финансовые отчеты и отчеты о продажах.

ПОСТРОЕНИЕ СТРАТЕГИИ

1. ПРОДУКТ/УСЛУГА

- Анализ продуктовой линейки
- Сравнение характеристик продукта/услуги с нуждами потребителей
- Презентация продукта
- Жизненный цикл продукта
- Образ продукта
- Поставщики

2. ДИСТРИБУЦИЯ

- Каналы
- Транспортировка
- Контроль
- Методы стимулирования
- Обратная связь

3. МЕСТОНАХОЖДЕНИЕ

- Определите значимость следующих факторов
- Факторы:
 - Предпочтения покупателей
 - Услуги (напр., парковка, транспортная доступность)
 - Подсчет числа посетителей
 - Соседние магазины
 - Темпы развития региона
 - Издержки
 - Конкуренция
 - Транспортировка
 - Имидж

4. ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ

- Стратегия
- Сравнение цены и ценности продукта
- Наценка
- Конкуренция
- Скидки

5. СТИМУЛИРОВАНИЕ СБЫТА

- Реклама
- Продвижение товара
- Паблицити

- Личные продажи
 - Оцените рекламные носители (сильные/слабые стороны)
 - Анализ целевого рынка
 - Издержки

Реклама

- Какие рекламные средства оказывают большее влияние на ваших покупателей?
- Когда вам требуется реклама?
- Сколько вам потребуется потратить?
- Как часто вам следует давать рекламу?
- Что вам следует рекламировать?
- Анализ Расходов и Доходов

Продвижение товара

- Какого способа продвижения товара вам следует придерживаться?
- Какую вы выберете форму?
- Купоны
- Рекламные сувениры
- Образцы
- Анализ Расходов и Доходов

Паблсити

- Информация для паблсити
- Виды паблсити
- Интервью
- Пресс-релизы
- Публичные выступления
- Участие в общественной деятельности

Личные продажи

- Качество персонала
- Обучение персонала
- Знание продукта
- Навыки продаж
- Одежда персонала

6. ОТНОШЕНИЯ С КЛИЕНТАМИ

- Политика поведения
- Гарантии
- Услуги
- Кредит

7. АНАЛИЗ ИМИДЖА

- Почему вас покупают?
- Образ покупателя
- Существующий образ компании
- Желаемый образ компании
- Лучший способ достичь желаемого имиджа

Факторы

- Качество
- Цена
- Чистота
- Услуги
- Надежность
- Уникальность услуги или продукта
- Хороший выбор
- Четкий имидж
- Представительность
- Участие в общественной деятельности
- Удобство
- Связи с производителями
- Знание
- Единственный продавец в регионе
- Репутация
- Гарантии

Составлено «Центром деловых услуг бизнес ссылок» (The Business Link Business Service Centre), Эдмонтон, Альберта, Канада.