



МАРКЕТИНГ=ИГРА НА ВЫЖИВАНИЕ

чек-лист, как адаптировать маркетинг в компании к изменяющимся условиям игры!

ЗАЧЕМ?

- проработка миссии и стратегии компании
отвечаем на вопросы: где я? с кем я? что делаю? как делаю? зачем делаю?
- ставим четкие цели
работаем по SMART

КОМУ?

- разработка аватара клиента
мозговой штурм с командой по аватару, предпочтениям, болям, страхам, желаниям и возможностям - рисуем портрет клиента
- визуализация аватара
применяем методы интеллект карт для детальной визуализации клиента для всей команды

ЧТО?

- факторы выбора
выписать все ключевые факторы, влияющие на выбор для каждого аватара
- на языке клиента

пишем фразами самого клиента, как он говорит, какой речью. каким сленгом и пр

дополнительная ценность

проработать для каждого ключевого фактора дополнительную ценность, которая важна клиенту. Сделать это для каждого аватара

КАК?

минимум 5 каналов продвижения

выбрать для тестирования на микро бюджете 5-7 каналов продвижения в онлайн. Оптимально - 3 бесплатных+ 4 платных

целевое действие

проработать для каждого канала какое целевое действие должен сделать клиент и как его оценить. Составить таблицу отчетности по каналам коммуникации для фиксирования результатов обращений

точки контакта

детально проработать все возможные точки контакта потребителя от рекламного сообщения до доставки и упаковки, проранжировать, найти слабые места, понять где можно с минимумом средств осуществить брендинг - это поможет открыть новые возможности для безбюджетного маркетинга

Создано с помощью онлайн сервиса Чек-лист | Эксперт: <https://checklists.expert>

как это убрать?