

Стратегия продвижения импортозамещения

# Российские ИТ-Решения

## КРОК

2023 г.

Подготовлено: Баланов А.Н.

# I. Запуск продвижения в приоритетных отраслях

Апрель-Июнь

## I. Продвижение продуктов и услуг компании:

### A. Разработка маркетинговой стратегии:

1. Анализ текущего положения на рынке и конкурентной среды;
2. Определение целевой аудитории и формулирование уникального предложения;
3. Разработка маркетингового плана и его реализация.

### B. Участие в отраслевых мероприятиях:

1. Определение списка мероприятий, участие в которых может принести максимальную отдачу для компании;
2. Расчет бюджета на участие в мероприятиях и разработка плана мероприятий;
3. Организация стенда и подготовка презентационных материалов для участия в мероприятиях.

### B. Разработка и представление индивидуальных предложений для ключевых клиентов:

1. Определение списка ключевых клиентов для разработки индивидуальных предложений;
2. Анализ потребностей ключевых клиентов и разработка предложений, удовлетворяющих их требованиям;
3. Представление индивидуальных предложений ключевым клиентам и установление долгосрочного партнерства.

## II. Подготовка к мероприятиям с потенциальными клиентами:

### A. Техническая подготовка и тестирование оборудования:

1. Проверка качества связи и доступности платформы;
2. Тестирование аудио- и видеооборудования;
3. Установка и настройка программного обеспечения.

### B. Организация онлайн-трансляции и проведение мероприятий:

1. Создание сценария и плана мероприятий;
2. Подготовка презентационных материалов;

3. Координация деятельности спикеров и модераторов;
4. Проведение мероприятия с использованием платформ для вебинаров.

**В. Взаимодействие с участниками во время мероприятия:**

1. Ответы на вопросы участников;
2. Организация опросов и голосований;
3. Обратная связь и анализ удовлетворенности участников после мероприятия.

### **III. Организация вебинаров и онлайн-презентаций:**

**А. Подготовка и проведение мероприятий:**

1. Выбор платформы для проведения вебинаров и тестирование оборудования;
2. Создание сценария и плана мероприятия, подготовка презентационных материалов;
3. Координация деятельности спикеров и модераторов.

**Б. Взаимодействие с участниками во время мероприятия:**

1. Ответы на вопросы участников;
2. Организация опросов и голосований;
3. Обратная связь и анализ удовлетворенности участников после мероприятия.

**В. Преимущества проведения мероприятий:**

1. Повышение интереса к продуктам и услугам компании;
2. Расширение сети контактов и возможностей для сотрудничества;
3. Получение обратной связи от участников и улучшение качества проводимых мероприятий.

### **IV. Анализ результатов и персонализированный подход:**

**А. Сбор обратной связи от участников:**

1. Разработка и предоставление опросов по завершении мероприятия;
2. Размещение форм для отзывов и предложений на сайте компании и в социальных сетях;
3. Учет всех полученных отзывов и предложений для дальнейшего анализа.

**Б. Анализ результатов и выявление возможных улучшений для будущих мероприятий:**

1. Обработка данных опросов и анализ отзывов;
2. Оценка успешности мероприятий по ключевым показателям (количество участников, уровень удовлетворенности, количество новых контактов);
3. Выявление возможных улучшений и корректировка планов для будущих мероприятий.

**В.** Разработка и представление индивидуальных предложений для ключевых клиентов в каждой отрасли.

**1.** Анализ потребностей ключевых клиентов в каждой отрасли:

- Сбор информации о клиентах, их особенностях и запросах;
- Изучение отраслевых особенностей, конкурентной среды и трендов;
- Определение потребностей клиентов в продуктах и услугах, а также в дополнительных сервисах.

**2.** Разработка индивидуальных предложений, удовлетворяющих потребностям клиентов:

- Формулирование уникальных преимуществ продуктов и услуг компании;
- Создание персонализированных пакетов продуктов и услуг для каждого клиента;
- Разработка гибких условий сотрудничества, учитывающих особенности каждого клиента.

**3.** Представление индивидуальных предложений и установление долгосрочного партнерства:

- Подготовка и проведение переговоров с ключевыми клиентами;
- Презентация индивидуальных предложений и обсуждение условий сотрудничества;
- Разработка плана взаимодействия с клиентами на долгосрочной основе.

# II. Мониторинг и оптимизация продвижения

Июль-Сентябрь

## I. Оценка результатов продвижения и проведение корректировок при необходимости:

### A. Мониторинг показателей эффективности рекламных кампаний:

1. Анализ основных KPIs (CTR, конверсия, ROI, CPA и т.д.);
2. Оценка достижения целей продвижения и импортозамещения;
3. Отслеживание динамики и изменений показателей.

### B. Внесение изменений в рекламные кампании для повышения эффективности:

1. Корректировка рекламных объявлений и таргетинга;
2. Работа с ключевыми словами и ставками;
3. Тестирование новых подходов и стратегий.

### B. Оценка влияния продвижения на бренд и формирование имиджа:

1. Анализ результатов брендинговых кампаний и мероприятий по формированию имиджа;
2. Измерение узнаваемости бренда и уровня лояльности клиентов;
3. Оценка влияния продвижения на репутацию компании и ее позиционирование на рынке.

## II. Анализ отзывов клиентов и внедрение улучшений в продукты и услуги:

### A. Сбор и систематизация отзывов и предложений клиентов:

1. Создание специальной формы обратной связи на сайте компании и в соц. сетях;
2. Проведение анкетирования клиентов на тему качества обслуживания и продуктов;
3. Мониторинг отзывов на сторонних ресурсах, таких как сайты отзывов или соц. сети.

### B. Обработка данных и определение ключевых моментов для улучшения:

1. Анализ отзывов и предложений клиентов с целью определения основных проблем и недостатков продуктов и услуг;
2. Изучение мнений конкурентов и их продуктов для выявления лучших практик и

- возможностей улучшения;
3. Определение приоритетов в улучшении продуктов и услуг на основе анализа отзывов и предложений клиентов.

#### **В. Разработка плана улучшения продуктов и услуг и его реализация:**

1. Определение конкретных мероприятий для улучшения продуктов и услуг;
2. Определение необходимых ресурсов (бюджета, времени, персонала) для реализации плана улучшения;
3. Контроль и оценка результатов реализации плана улучшения.

### **III. Отчетность и анализ финансовых результатов:**

#### **А. Сбор и анализ данных о доходах и расходах:**

1. Проведение анализа эффективности инвестиций в маркетинговые кампании и мероприятия по импортозамещению;
2. Оценка затрат на рекламу и мероприятия по импортозамещению и их соотношение с полученным доходом;
3. Разработка и внедрение мер по оптимизации затрат и увеличению прибыли.

#### **Б. Оценка финансовых результатов продвижения и импортозамещения:**

1. Анализ и оценка финансовых результатов продвижения на текущих и потенциальных рынках;
2. Изучение влияния импортозамещения на финансовые показатели компании;
3. Разработка и внедрение мер по оптимизации затрат и увеличению прибыли.

#### **В. Подготовка и предоставление отчетности руководству и заинтересованным сторонам:**

1. Сбор и анализ данных о финансовых показателях компании;
2. Подготовка отчетов о финансовых результатах продвижения и импортозамещения для руководства компании и инвесторов;
3. Предоставление финансовой отчетности заинтересованным сторонам в соответствии с законодательством.

# III. Расширение присутствия на рынках и поиск новых возможностей

Октябрь-Декабрь

## I. Укрепление позиций на текущих рынках и развитие сотрудничества с партнерами:

### A. Организация встреч и переговоров:

1. Регулярное планирование и проведение бизнес-завтраков, обедов или ужинов с ключевыми партнерами;
2. Организация видеоконференций и вебинаров для обсуждения совместных проектов и стратегий развития;
3. Участие в отраслевых мероприятиях, выставках и конференциях с целью встречи с партнерами и обсуждения новых возможностей сотрудничества.

### Б. Участие в совместных проектах и инициативах:

1. Разработка и реализация совместных продуктовых предложений или услуг, направленных на удовлетворение потребностей конечных клиентов;
2. Проведение совместных маркетинговых и PR-кампаний, направленных на продвижение продуктов и услуг компаний-партнеров;
3. Создание партнерских программ обучения и сертификации для повышения квалификации специалистов обеих сторон.

### В. Обмен опытом и знаниями:

1. Организация семинаров, мастер-классов и тренингов для сотрудников компаний-партнеров с целью повышения компетенций и обмена опытом;
2. Создание совместных рабочих групп для решения конкретных задач или проблем, возникающих в процессе сотрудничества;
3. Разработка и реализация совместных исследовательских и разработочных проектов, направленных на создание новых продуктов и технологий.

## II. Активное продвижение продуктов и услуг у существующих клиентов:

#### **А. Разработка индивидуальных предложений и акций:**

1. Создание специальных пакетов продуктов и услуг, адаптированных под конкретные нужды и требования клиентов;
2. Предложение сезонных или временных скидок и бонусов, например, на обновление программного обеспечения или расширение функционала;
3. Разработка и внедрение программы лояльности, предусматривающей накопительные бонусы или скидки за долгосрочное сотрудничество.

#### **Б. Оптимизация условий сотрудничества и предоставление дополнительных услуг:**

1. Улучшение условий оплаты, введение гибких систем скидок или рассрочки платежа для постоянных клиентов;
2. Предоставление бесплатных или привилегированных услуг технической поддержки, обучения или консультации;
3. Разработка дополнительных услуг, которые могут быть интересны клиентам, например, аудит безопасности, оптимизация рабочих процессов или интеграция с другими системами.

#### **В. Проведение мероприятий по повышению лояльности клиентов:**

1. Организация корпоративных мероприятий, таких как тренинги, семинары или воркшопы, направленные на повышение компетенций клиентов в области использования ваших продуктов и услуг;
2. Проведение опросов и исследований среди клиентов для выявления их потребностей, удовлетворенности и возможных предложений по улучшению продуктов и услуг;
3. Разработка и реализация программы поощрения клиентов за активное участие в развитии компании, например, за предоставление отзывов, рекомендаций или участие в бета-тестировании новых продуктов.

### **III. Расширение сотрудничества и заключение новых партнерских договоров:**

#### **А. Выявление потенциальных партнеров и оценка их рыночного потенциала:**

1. Исследование отраслевых и региональных рынков, выявление наиболее перспективных компаний-партнеров;
2. Анализ их текущего портфеля продуктов и услуг, определение возможных синергий и дополнительных возможностей сотрудничества;
3. Оценка финансовых показателей, репутации и надежности потенциальных партнеров.

#### **Б. Подготовка и отправка коммерческих предложений:**

1. Разработка персонализированных коммерческих предложений, отражающих конкретные интересы и потребности потенциальных партнеров;
2. Отправка предложений через различные каналы коммуникации (электронная почта, социальные сети, телефонные звонки);



**3.** Организация встреч и презентаций для демонстрации продуктов и услуг, а также обсуждения возможностей сотрудничества.

**В.** Проведение переговоров и заключение партнерских соглашений:

- 1.** Подготовка к переговорам, включая изучение требований и интересов потенциальных партнеров, определение ключевых аргументов и условий сотрудничества;
- 2.** Участие в переговорах, демонстрация гибкости и открытости к компромиссам для достижения взаимовыгодного соглашения;
- 3.** Заключение партнерских соглашений, включая определение условий сотрудничества, распределение обязанностей и разработку планов совместных действий.