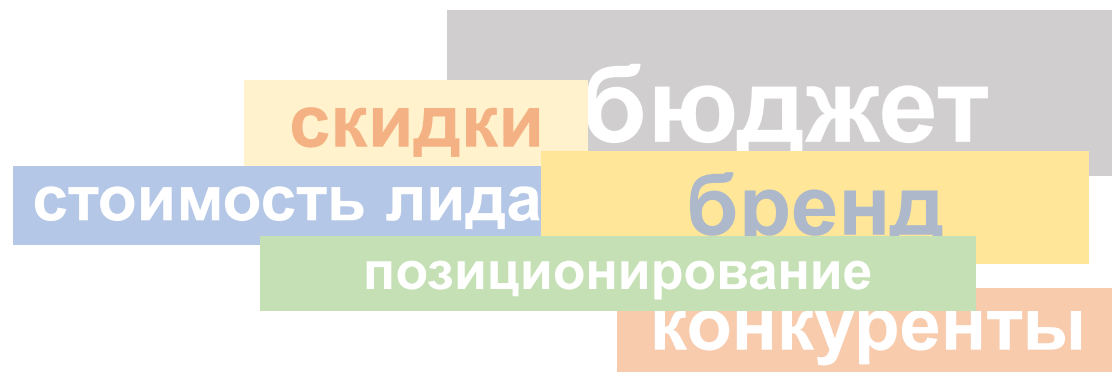




Какой маркетинг вам нужен на самом деле

Концерн «РУСИЧ»
Александр Козлов

Продажи и маркетинг – две стороны одной медали

Проблема коммуникации

Маркетинг

- Количество и стоимость лидов
- Емкость рынка
- Рекламные бюджеты
- Бренд и позиционирование

Продажи

- Не целевые звонки
- Холодные покупатели
- У конкурентов дешевле цены
- Покупатели хотят готовое жилье

Кто наш самый главный конкурент

Мы – главный конкурент

Что делает конкурент?

- Мониторит конкурентов
- Увеличивает расходы
- Дает скидки
- Улучшает проект
- Скрипты для менеджеров

Что делаем мы?

- Мониторим конкурентов
- Увеличиваем расходы
- Даем скидки
- Улучшаем проект
- Скрипты для менеджеров

Что хотят получить клиенты

Продайте мне что ни-будь!

Чувства клиента

- Менеджер – профессионал!
- Я не знаю – помогите!
- Ипотека – я боюсь!
- Я запутался, что делать?
- Пойду подумаю еще.

Действия менеджера

- Вежливое обслуживание
- Клиент знает чего хочет
- Скидка – вот решение!
- Рассказал все о проекте
- Я сделал все правильно – клиент не тот.

Сколько клиентов приходит из интернета

Интернет – безграничные возможности

Интернет

- 98% звонков и продаж
- Есть аналитика и статистика
- Можно менять настройки
- Узнаваемость 2%

Все остальное

- 2% звонков
- Не отследить и не измерить
- Нечего менять
- Формирует узнаваемость 98%

Как донести до покупателя все что мы придумали

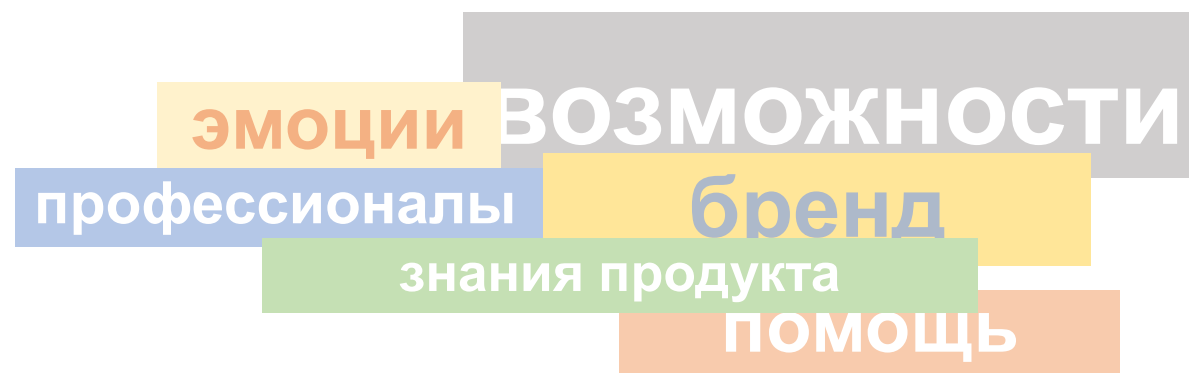
Маркетинг и Продажи = знания + эмоции менеджера

Знания менеджеров

- Знания продукта
- Знать чего хотят клиенты
- Кто принимает решение о покупке
- Предела не существует

Эмоции

- Заряжать клиентов
- Уговаривать клиентов
- Хвалить клиентов
- Чувствовать удовлетворение



**Думать о клиенте – значит находить
ВОЗМОЖНОСТИ**

Концерн «РУСИЧ»
Александр Козлов