



Выделение целевых адресатов и правильная работа с CRM (2014)



Окей, за 10 лет агентский рынок прислушался к нашим мантрам о том, что нужно уделять достаточное внимание своему позиционированию и четкому выделению ЦА.

Только, к сожалению, многие забывают, что смысл позиционирования – это не просто сужение своей ЦА, а повышение КПД на ней в большей степени, чем эффект от этого самого сужения.

Мы теперь все такие уникальные, и делаем не просто сайты, а интернет-магазины по продаже парфюмерии на UMI в Нижневартовске.





Опустим на секунду фактические особенности и преимущества бренда и оказываемой агентством услуги. Что еще важно?

- Понимание потребностей
- Понимание проблем
- Понимание предпочтений/вкусов
- Пересечение системы ценностей
- Возможность разговора на одном языке

Попадание в категорию «своих»

A field of black umbrellas, viewed from a low angle, stretching towards a horizon under a blue sky with white clouds. The umbrellas are arranged in rows, creating a strong sense of perspective. A dark red horizontal bar is overlaid across the middle of the image, containing white text and a sad face icon.

Наши целевые адресаты ☹️



Снежана

- Руководитель digital-агентства, фаундер
- Штат: 50
- Клиенты: FMCG, госсектор, банки
- Сильные стороны: стратегия, продакшн
- Слабые стороны: поддержка, SMM
- PR-активность – высокая

- Возраст: 34
- Образование: техническое, ВМиК МГУ
- Бэкграунд: маркетинг в транснациональном FMCG



Да знаем-знаем, что тут такого?



- Одевается: деловой стиль, брючные костюмы
- Спикер: сильный
- Конфликтность: с легкостью идет на скандал
- Политические взгляды: нейтральные
- Менеджмент: авторитарный
- Режим работы: жесткий процессник, системна
- Опаздывает: да
- Нравится: Breaking Bad, Mad Men, классическая музыка, Криминальное Чтиво, Рембрандт, Дали, Достоевский, Пелевин, Фаулз.
- Не нравится: рэп, русская попса
- Водит: Touareg, хочет Range Rover
- Смартфон: iPhone 5
- Спорт: гимнастика, фанатка ЗОЖ, регулярный фитнес
- Семья: муж, двое детей, 7 и 14
- Согласование смет: до копейки
- Заказывает: салаты, фреши, японская кухня, вегетерианка
- Типаж: экстраверт
- SMM: селфи, деловые посты, жалобы на сервисы, фитнес
- Вера: агностик



Ого, а зачем это все?



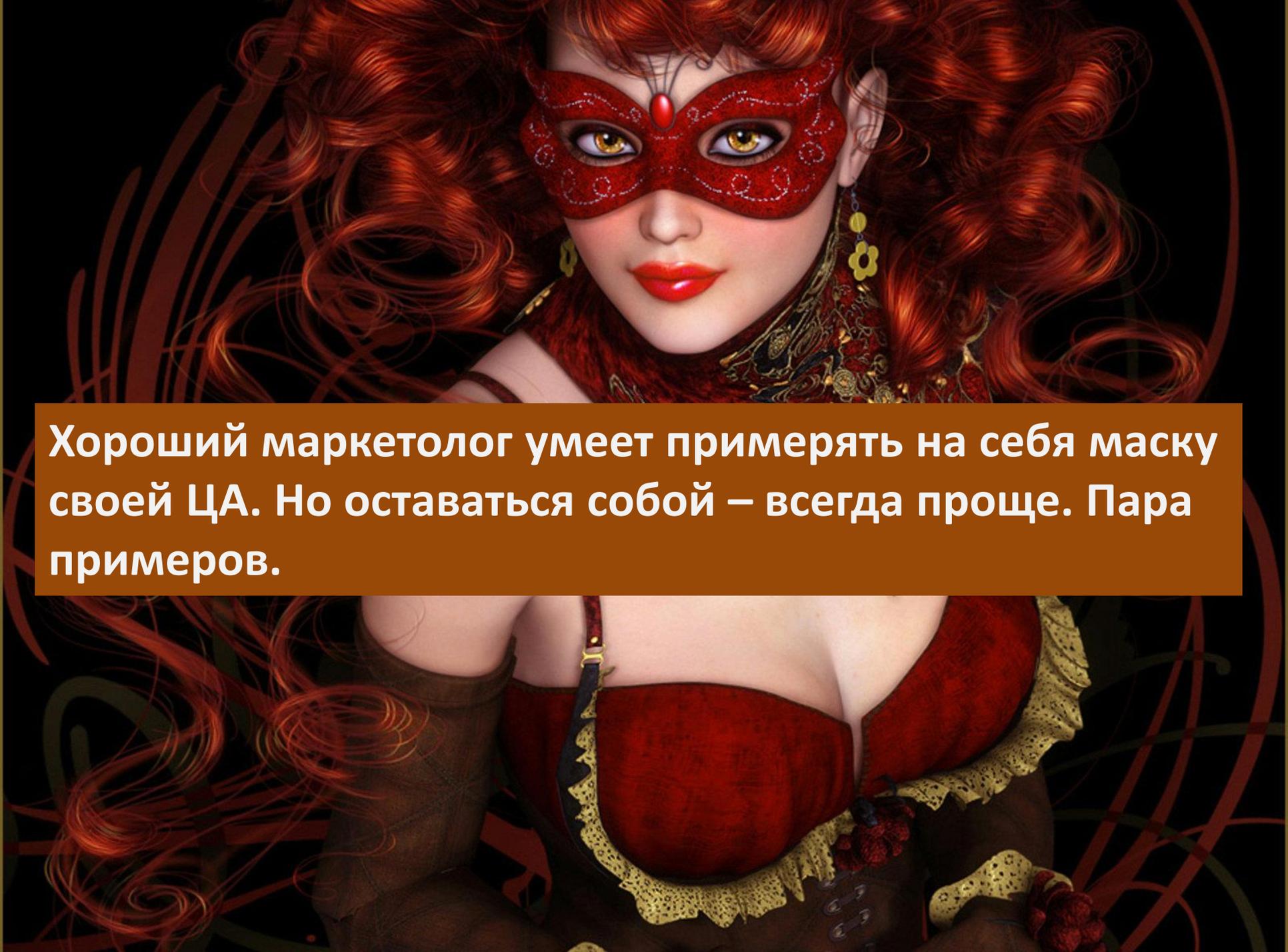
Области применения:

- Корректировки позиционирования
- Поиск нестандартных площадок и точек концентрации ЦА
- Холодные иницирующие заходы
- Подготовка к тендеру, пресейл
- Настраиваемые «слоты» в предложениях

- Составьте профиль на самого себя
- Проецируйте личное на бизнес
- Ищите точки пересечения

- Используйте адресатов в маркетинговом планировании и в отчетах. «Что мы в прошлом месяце сделали для Снежаны? А что сделаем в следующем?»

- Настраиваем процесс сбора информации и «досье» / CRM.



Хороший маркетолог умеет примерять на себя маску своей ЦА. Но оставаться собой – всегда проще. Пара примеров.



CRM в агентстве:

- Актуальный перечень клиентов, воронка, холодный взгляд на KPI
- Сегментация клиентской базы
- Общая база знаний, передача контактов, ввод новых людей
- Отток и отказ



Обычный отчет о коммуникации:

«Обсудили второй этап редизайна второго промо-сайта, следующие шаги – подготовка сметы и плана, лэйауты главной, сроки – конец месяца»

Хороший отчет о коммуникации, extended:

«Опоздала на встречу, ребенок ушибся на карате. Жаловалась на поддержку МТС. Приехала из Барселоны, понравилось, но меньше, чем в Париже. Хвалила кейс Липтон.»

Но не дай бог вам допустить утечку такой инфы в паблик =)





Больше материалов для агентств/студий в «Библиотеке RUWARD»: www.ruward.ru/library/
Регистрация в спецпроекте UMI: <http://lessons.umi-cms.ru>

На этом по эпизоду у нас все,
спасибо за внимание! =)

