ФОНД „УБЕЖИЩЕ, МИГРАЦИЯ И ИНТЕГРАЦИЯ“

Обучение в тематичен практически семинар на тема
„УСПЕШЕН МАРКЕТИНГ“

Дата и място на провеждане: 20-21 август 2021 г., гр. Поморие, Република България

Реализиран в рамките на проект № BG65AMNP001-2.005-0002 „*Заедно в борбата срещу предразсъдъците и стереотипите - заетост и предприемачество на ГТД*“, Дейност 4, Под-дейност 4.2., финансиран съгласно договореностите между ФОНДАЦИЯ „ПРОДЖЕКТА“, в качеството на Бенефициент и ДИРЕКЦИЯ „МЕЖДУНАРОДНИ ПРОЕКТИ“ - МИНИСТЕРСТВО НА ВЪТРЕШНИТЕ РАБОТИ, в качеството на Отговорен орган по Договор за предоставяне на безвъзмездна финансова помощ №: 812108-27 от 27.05.2019 г. по Фонд „Убежище, миграция и интеграция“ 2014-2020 г., съфинансиран от Европейския съюз.

Този документ е създаден с финансовата подкрепа на Фонд „Убежище, миграция и интеграция“, съфинансиран от Европейския съюз. Цялата отговорност за съдържанието на документа се носи от Фондация „Проджекта“ и при никакви обстоятелства не може да се приема, че този документ отразява официалното становище на Европейския съюз и Отговорния орган.

СОВРЕМЕННЫЙ МАРКЕТИНГ

21 АВГУСТ 2021





СОВРЕМЕННЫЙ МАРКЕТИНГ ТОРГОВОЙ КОМПАНИИ -ФОКУС НА ИНТЕРЕСАХ ПОТРЕБИТЕЛЯ



первая тематическая панель

Омниканальный подход - или все, что вам нужно знать о современном маркетинге



/FACEBOOK

@TWITTER

Сегодняшние тенденции в области программ лояльности связаны с созданием уникального пользовательского опыта, который охватывает общее восприятие потребителем от общения с компанией.

ОСОБЕННО ВАЖНО



Поведение покупателей во время покупок

Причина заказчика! Зачем именно он пришел к продавцу?

Обслуживание

Новая реальность цифровых покупок

Компании, учреждения, организации уже находят способы охватить свою аудиторию через виртуальную жизнь.

ОДНАКО В ЭТОМ
ЕСТЬ СВОИ РИСКИ,



Цифровые продажи



Неоспоримые Преимущества

в первую очередь

Группа потенциальных клиентов, находящихся в сети, огромна.

Другие преимущества интернет-маркетинга:

- Возможность взаимодействовать с вашими клиентами и точно узнавать, что они ищут
- Вы можете привлечь больше клиентов за меньшие деньги, чем традиционные методы маркетинга
- Возможность выхода на мировой рынок
- Это может помочь повысить лояльность к бренду
- Огромное разнообразие методов визуализации

Почему бы не отложить цифровой маркетинг?

ваши клиенты там



ваши конкуренты там





Modern Portfolio Designed

ВЕБ-САЙТ КОМПАНИИ

Create Quality

- **ВЕБ-САЙТ КОМПАНИИ - ФУНКЦИОНАЛЬНЫЙ ИНСТРУМЕНТ ДЛЯ ДОСТИЖЕНИЯ ЦЕЛЕЙ КОМПАНИИ**

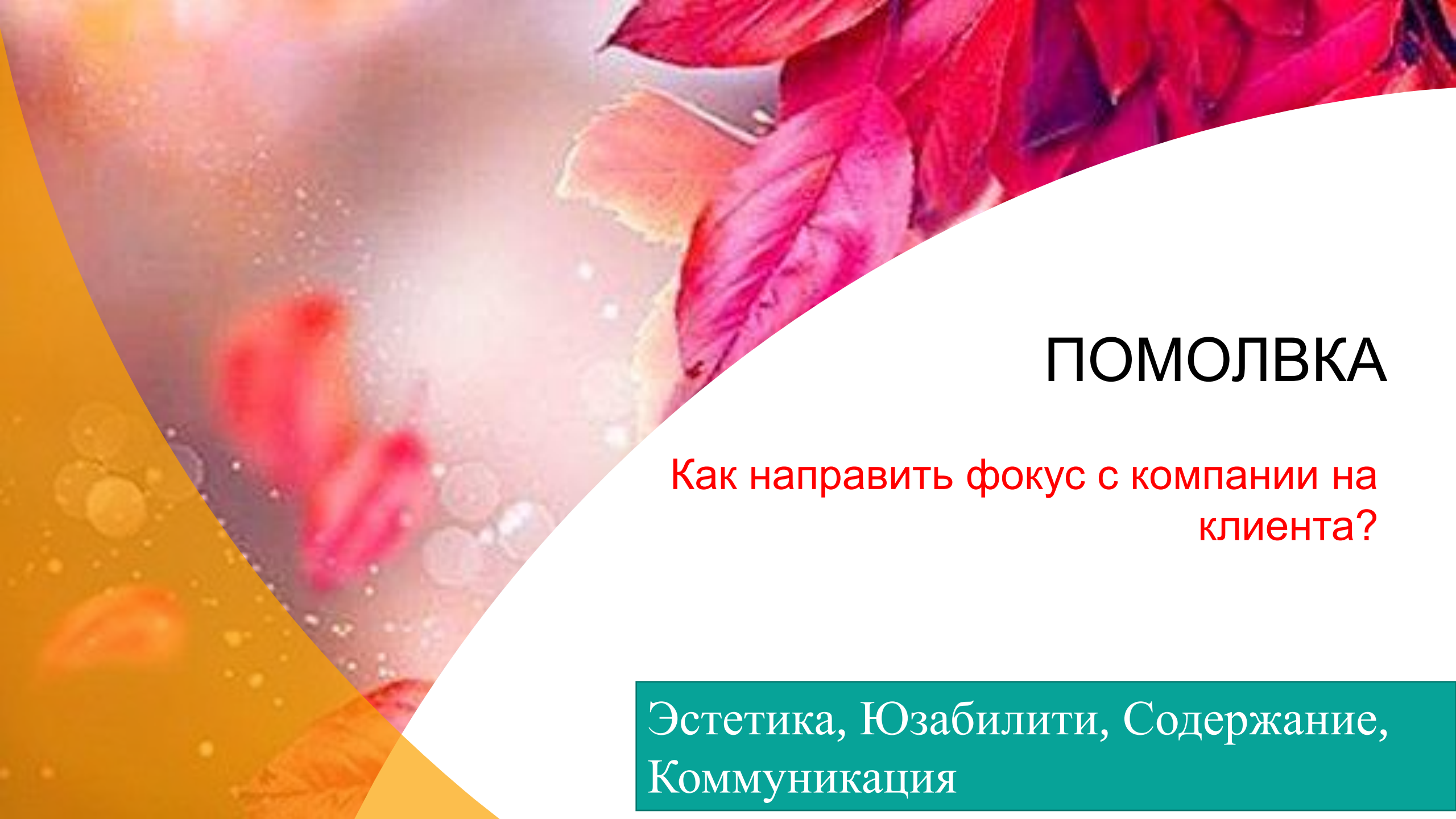
- **НЕ СУЩЕСТВУЕТ ВОЛШЕБНОЙ ФОРМУЛЫ УСПЕХА ВЕБ-САЙТА КОМПАНИИ. КЛЮЧ - ТЕРПЕНИЕ.**



ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ

Сосредоточьтесь на построении доверия и межличностном общении.

Facebook, Twitter, LinkedIn и Pinterest



ПОМОЛВКА

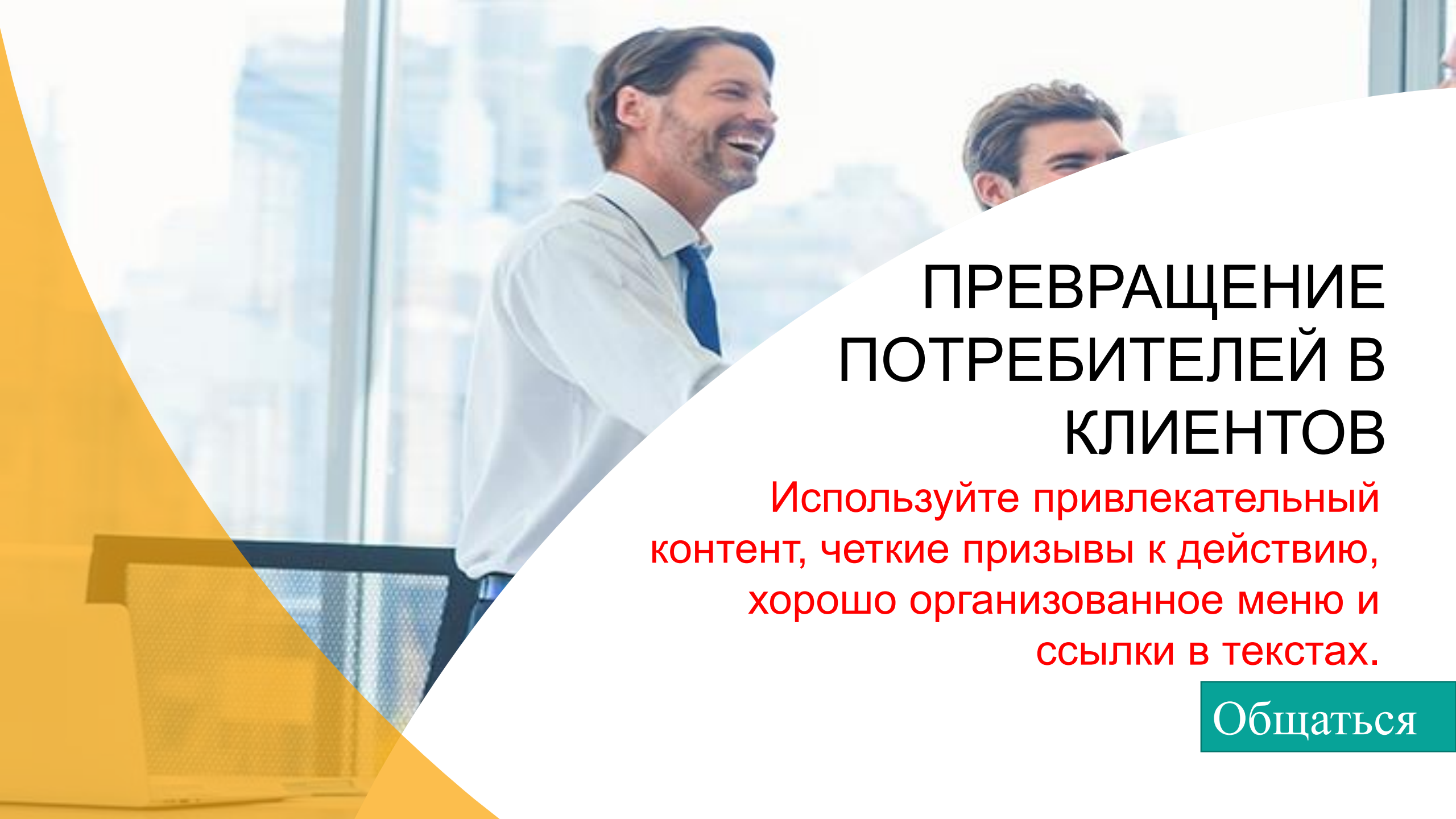
Как направить фокус с компании на клиента?

Эстетика, Юзабилити, Содержание, Коммуникация



БРЕНДИНГ

Он основан на построении положительного, сильного и запоминающегося имиджа у вашей аудитории.



ПРЕВРАЩЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В КЛИЕНТОВ

Используйте привлекательный контент, четкие призывы к действию, хорошо организованное меню и ссылки в текстах.

Общаться



УДЕРЖАНИЕ КЛИЕНТОВ

Практика показывает, что легче продать товары и услуги существующему покупателю, чем завоевать нового.

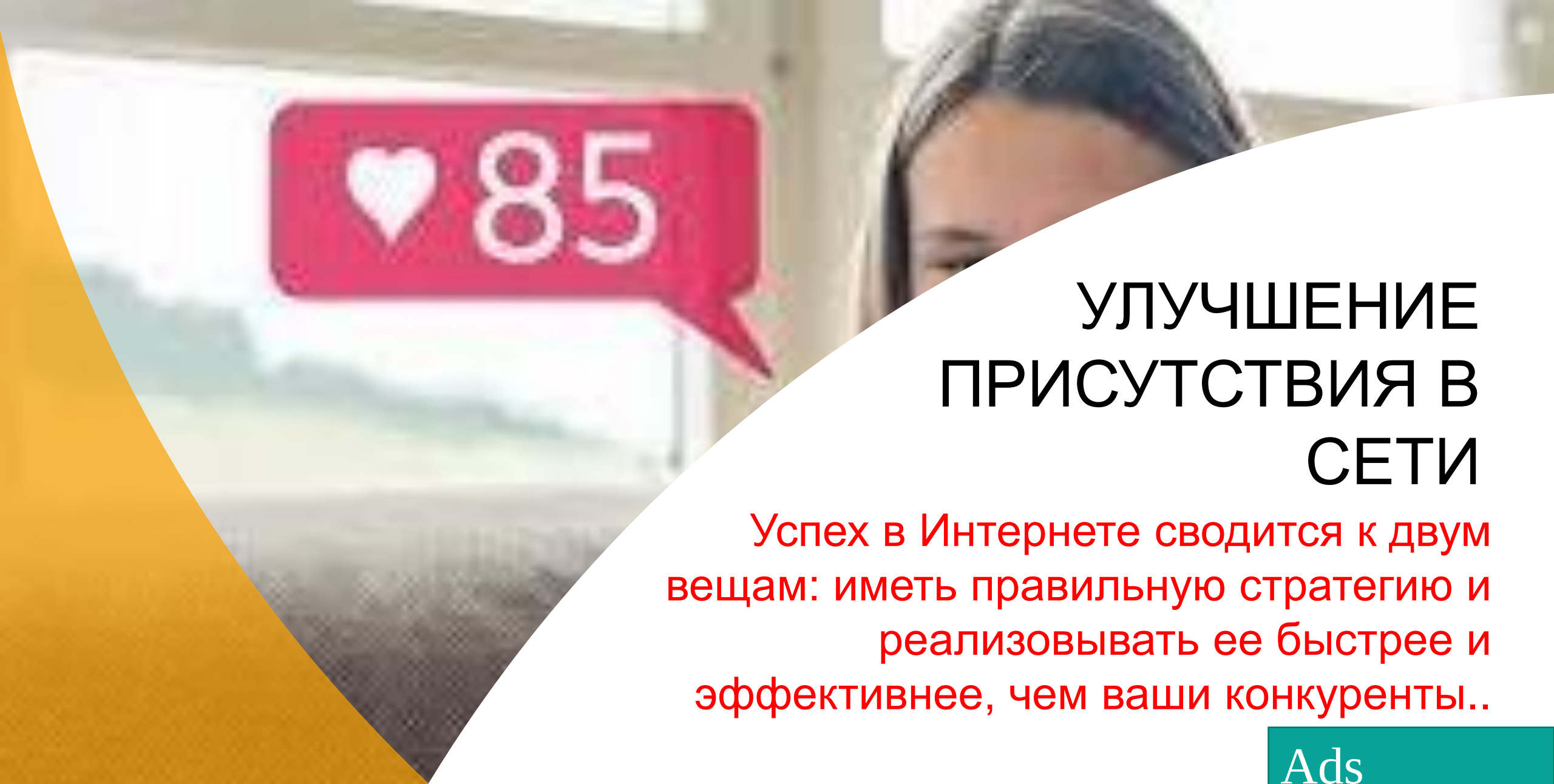
VIP



УЛУЧШЕНИЕ БИЗНЕС-ПРОЦЕССА

Есть два способа добиться экономической эффективности: увеличить доход и снизить затраты.

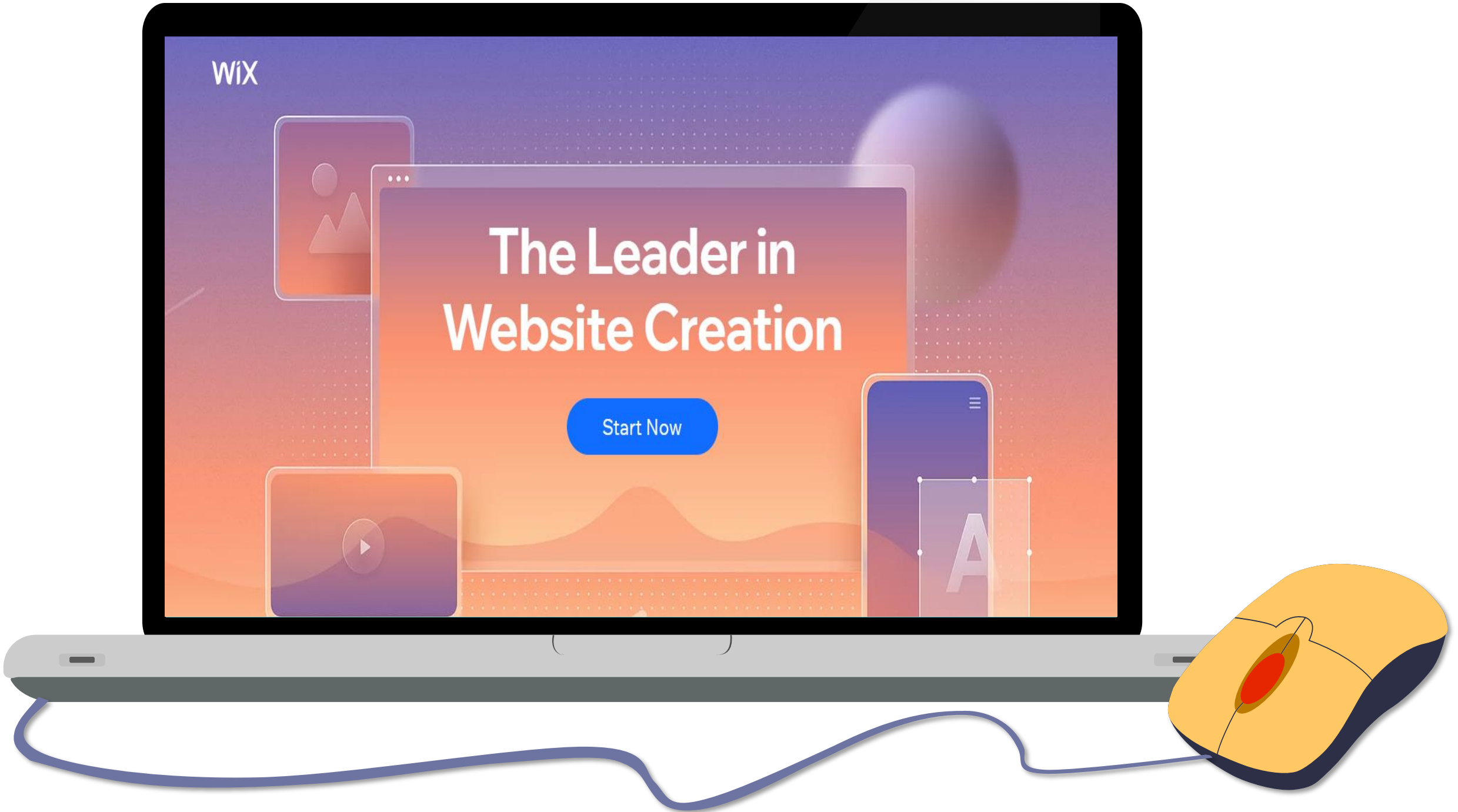
КОМФОРТ



УЛУЧШЕНИЕ ПРИСУТСТВИЯ В СЕТИ

Успех в Интернете сводится к двум вещам: иметь правильную стратегию и реализовывать ее быстрее и эффективнее, чем ваши конкуренты..

Ads


WiX
The Leader in Website Creation
Start Now



Как это сделать?

- ☑ Стратегическое позиционирование? Как?
- ☑ Маркетинговая стратегия? Есть ли у вас такое?

ДЕКЛАРАЦИЯ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ

Позиционируйте себя разумно ☑

каждый контент должен четко отражать основные ценности и бренд компании

Целевая аудитория ☑

Создайте личность покупателя - образ вашего идеального покупателя

Позиционирование продукта ☑

Ориентируйтесь на преимущества, а не на особенности

Категория рынка ☑

Определите свою нишу. Что отличает вас от конкурентов?

Что потребность клиента? ☑

Опишите решение, которое вы предлагаете с вашим продуктом

ДЕКЛАРАЦИЯ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ

Обещание бренда

что целевая аудитория или личность покупателя выиграют от использования вашего продукта

Идентичность

Включает видимые и невидимые ценности продукт

Значения

Это нематериальные методы, с помощью которых вы выполняете свою миссию и видение.

Миссия

"Зачем ты это делаешь?" Это охватывает цели, задачи и подход вашей организации.

ЗАДАЧА

ПОЛОЖЕНИЕ УСПЕШНО



1. Создайте доску визуализации.
2. Сделайте это коротким.
3. Сделайте его уникальным и запоминающимся.
4. Оставайтесь верными основным ценностям вашего бизнеса.
5. Включите то, что бренд предлагает потребителям.
6. Выделите свой бизнес среди конкурентов.
7. Будьте проще.
8. Проконсультируйтесь с коллегой.



СПАСИБО ЗА ВАШЕ ВНИМАНИЕ