

BD, MARKETING, PR –
does it really matter?

СТОП, это же еще не все!.. А как же:

KBD

STRATEGIC MARKETING

BRAND MANAGEMENT

SALES

РЕКЛАМА

ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ

ПРОДВИЖЕНИЕ

УПРАВЛЕНИЕ РЕПУТАЦИЕЙ

...

+ DIGITAL

НОВЫЙ КОНТЕКСТ, НОВЫЕ ТЕРМИНЫ, ОТСУТСТВИЕ ГРАНИЦ...

«SEO умер, SMM умер, контекст умер, ФБ-фаны бесполезны - настала эпоха продвижения мессенджеров и бизнесы нуждаются в маркетологах нового поколения.

Архитектор туннелей продаж в мессенджерах - самая высокооплачиваемая работа в интернет через 5 лет - \$2000+ мес на заказах из 50 стран!»

(обнаружено на просторах Инета в праздном блуждании по паутине при подготовке к данному докладу)

ЧТО?	КТО?
Бизнес	Партнеры Директор по стратегии / BD-Директор
Рынок	Маркетологи Партнеры
Инфопотоки между бизнесом и рынком	PR-специалисты Все сотрудники фирмы

2 ГЛАВНЫХ ВРАГА ПАРТНЕРА В РАЗВИТИИ СВОЕГО БИЗНЕСА:

- Фраза: «Наше заключение носит рекомендательный характер...»
- Отсутствие / размытие фокуса на поставленных бизнес-целях

МИРОВОСПРИЯТИЕ ГЛАЗАМИ КЛИЕНТА:

- Can you do the job (*competence*)?
- Do you want the job (*match*)?
- Do I want to work with you (*UX*)?
 - do I trust you?
 - do you have flexible pricing?
 - do you have commercial approach / understand my business?

*(из выступления GC международной компании
на конференции для руководителей юрдепов в Лондоне
6-7 ноября 2017 г.)*

Управ-
ление
знаниями

Марке-
тинг

Cross- и
со-
продажи

ОТВЕТСТВЕННОСТЬ «СИСТЕМЫ» НА УРОВНЕ ВСЕЙ ФИРМЫ

Личный
бренд

Нетвор-
кинг

Управление
клиентскими
отноше-
ниями

Инновации

ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ПАРТНЕРА



Ирина НИКИТИНА

Консультант
по вопросам
стратегии и
развития

www.iocons.com