



Каменный век

Завод тротуарной плитки

МАРКЕТИНГ 3.0 и H2H- МАРКЕТИНГ: НАВСТРЕЧУ КЛИЕНТАМ И ПАРТНЕРАМ

Докладчик:

ЛЮБОВЬ ЛЕТЮК

Руководитель направления маркетинга,
рекламы и PR ГК «Каменный век»



В настоящее время мы являемся свидетелями развития маркетинга 3.0, или эры ценностей. Теперь компании рассматривают людей не просто как потребителей, а как полноценных человеческих существ, наделенных мыслями, эмоциями, душой. В приобретаемых товарах и услугах люди ищут удовлетворение не только своих функциональных и эмоциональных нужд, но и потребностей человеческой души

Ф.Котлер, А.Сетиаван, Х.Картаджайя



ОТ МАРКЕТИНГА 1.0 К МАРКЕТИНГУ 3.0

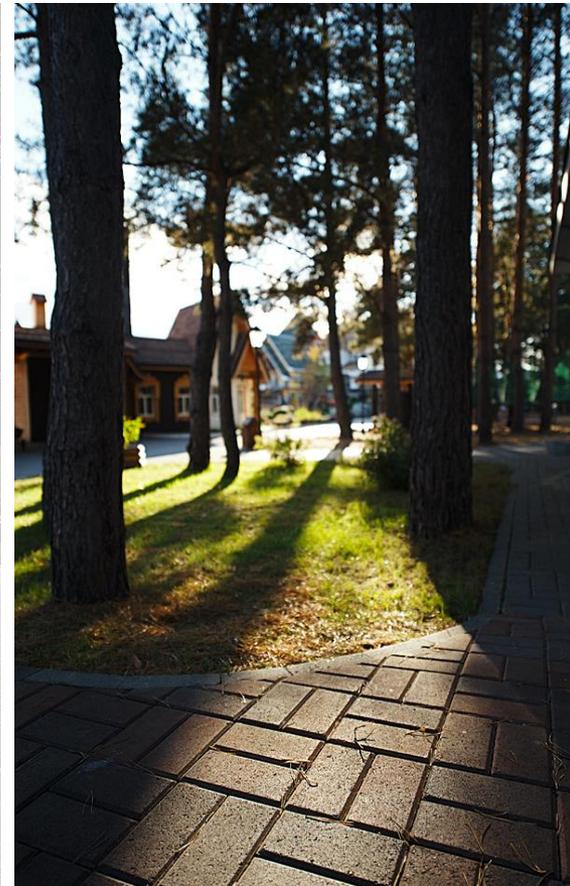
№	Характеристика	Маркетинг 1.0	Маркетинг 2.0	Маркетинг 3.0
1	Цель	Продать товар	Удовлетворить запрос и удержать клиента	Сделать мир лучше
2	Движущая сила	Промышленная революция	Информационные технологии	Коммуникативные технологии
3	Рынок	Массовые потребители с физиологическими потребностями	Информированные потребители со своими мыслями и эмоциями	Полноценные разумные люди с эмоциями и душой
4	Ключевая компетенция	Разработка товаров	Дифференциация	Ценности
5	Принципы	Акцент на характеристиках продукта	Позиционирование компании и продукта	Миссия, видение и ценности компании откликаются ценностям ЦА
6	Потребительская стоимость	Функциональная	Функциональная и эмоциональная	Функциональная, эмоциональная и духовная
7	Взаимодействие с клиентом	Один со многими	Один на один	Сотрудничество многих со многими



Больше нет В2В или
В2С, есть только
человек человеку:
human to human или
H2H маркетинг.

Это модель, в которой
и клиент, и продавец
вступают в
персональное
взаимодействие.





ОСНОВАНИЯ ДЛЯ МОДЕЛИ Н2Н

Количество пользователей интернета - 4,021 млрд человек, на 7% больше

Аудитория социальных сетей - 3,196 млрд человек, на 13% больше

Мобильными телефонами пользуются 5,135 млрд человек, на 4% больше

Среднестатистический интернет-юзер проводит около 6 часов в день

В 2018 году мы суммарно проведем онлайн 1 миллиард лет

Ежемесячная аудитория интернета в России 90 млн. человек - 73% населения страны старше 12-ти лет

За год российская интернет-аудитория увеличилась на 4%



ОСНОВАНИЯ ДЛЯ МОДЕЛИ Н2Н

Аудитория интернета растет на смартфонах и смарт ТВ

Россия 0+, 12+ лет



ПРИНЦИПЫ МОДЕЛИ Н2Н

- клиент — реальный живой человек, со своими проблемами и чувствами, а не безликий покупатель
- диалог, а не коммуникация, вовлечение клиента в живое общение
- изучение мотивов покупателя и использование в рекламных концепциях
- истории воздействуют на эмоции и чувства лучше рекламных сообщений и хорошо запоминаются
- создание эмоционального образа — эмоциональные стимулы важнее интеллектуальных, чем долгие и нудные рассказы о продукте

NB: сотрудники



СТРАХИ, ТОЛКАЮЩИЕ К ОШИБКАМ

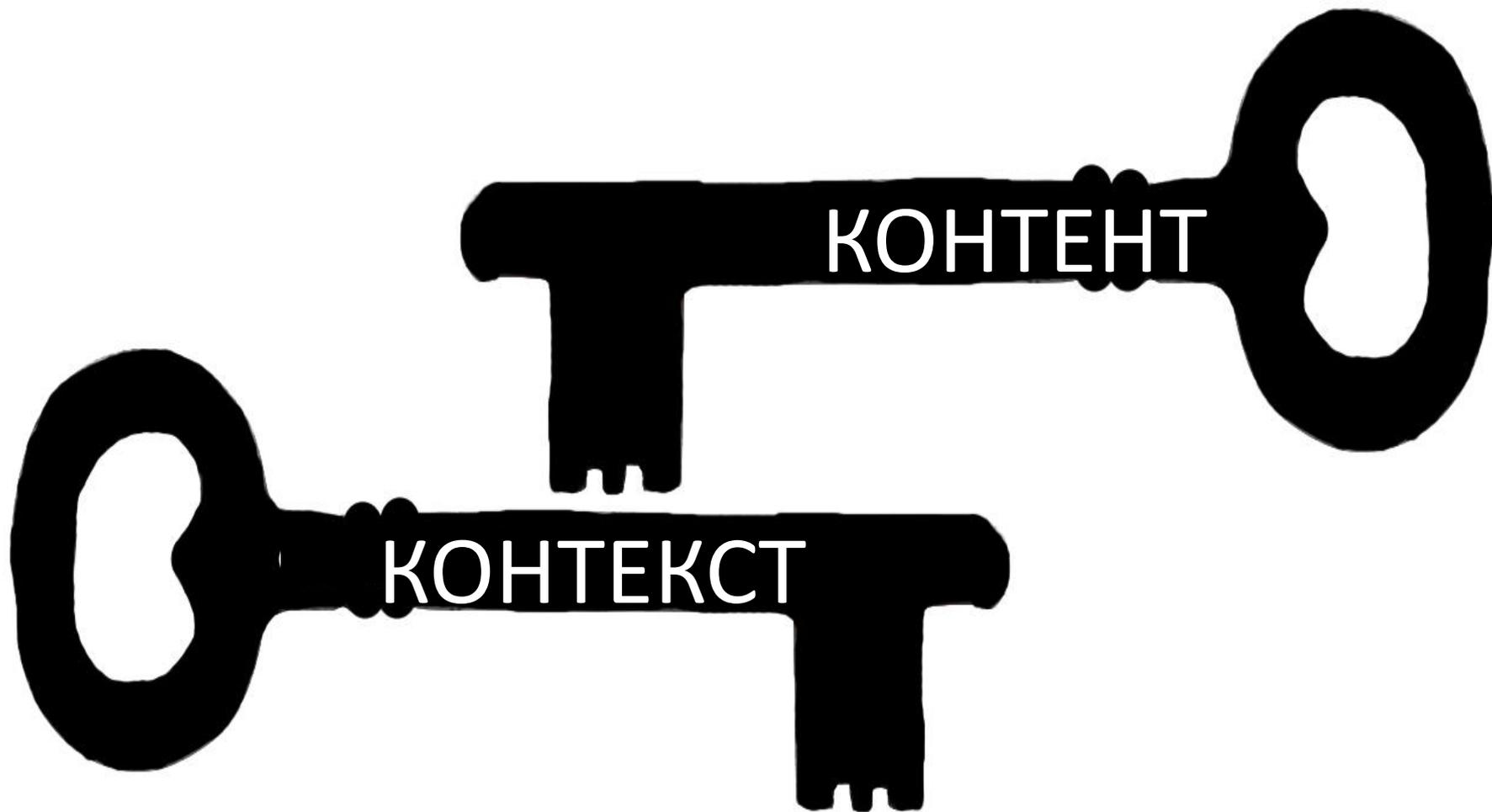


№1. Нас нет в соцсетях, а конкуренты не дремлют

№2. Обсуждения в соцсетях могут нанести вред нашей репутации. Критика - зло



КОНТЕНТ VS КОНТЕКСТ



NB: сторонние маяки



НВП: НАЧАЛЬНАЯ ВОЕННАЯ ПОДГОТОВКА

НЕ РАЗДЕЛЯТЬ: пора сближать клиентов b2b и b2c

ВНЕДРЯТЬ: социальное продвижение с помощью качественного контента

ПЕРСОНАЛИЗИРОВАТЬ: в эру эмоций, чувств и ценностей от каждой компании необходима максимально персонализированная коммуникация с клиентами





Каменный век

Завод тротуарной плитки

МАРКЕТИНГ 3.0 и H2H-МАРКЕТИНГ:
НАВСТРЕЧУ КЛИЕНТАМ И ПАРТНЕРАМ

**БЛАГОДАРЮ ЗА
ВНИМАНИЕ!**

**С уважением,
ЛЮБОВЬ ЛЕТЮК**

Руководитель направления маркетинга,
рекламы и PR ГК «Каменный век»

+7 (926) 966-63-65