

# Маркетинг нового поколения

## Проблемы при работе с подрядчиками

- Хорошо сделали, но не то
- Говорят на непонятном языке
- Разное понимание результатов

## Как должна выглядеть работа руководителя с заявками

- Вводный аудит
- Определение понятия заявка
- Вытаскивание преимуществ
- Анализ бизнес-процессов. Особенно продуктовой линейки
- План работ с понедельным статусом работы
- Сквозная аналитика
- Создание магнита
- Подбор и тестирование инструментов
- Доведение до заявленного уровня заявок в месяц

## Проблемы

- Маркетологам не интересно
  - Стоимость заявки
- Своего надо учить

## Новые каналы лидов

- Ремаркетинг и ретаргетинг
  - По почтам
  - Пикселями
- Чат-боты
- Таргетированная реклама
- Контекстная реклама
  - Поиск
  - Рся или кмс

## Стоимость лида

- 100,000 в директ
- 20 заявок
- 10 клиентов
- 10,000 - клиент

## LTV

- Life Time Value
- 3,000 руб./мес
- 9 месяцев \* 3000 = 27000 руб.
- допродажи 4000
- Выручка = 31,000 руб.  
Прибыль = 21,000 руб.

## Работа с маркетологом

Подробные видео-инструкции по работе со всеми инструментами для обучения сотрудника. Либо - мы продолжаем вести и держать заявки на этом уровне

## На выходе

- Подробный отчет о всех протестированных каналах со стоимостью заявки
- Сквозная аналитика
- Лиды, сгенерированные за время работы
- Система лидогенерации с заявленным уровнем лидов
- Система обучения маркетолога

## Примерный состав системы

- Система аналитики с прозрачным пониманием всех процессов
- Ленд с магнитом
- Настройка cpm с автоматическим попаданием заявки в нее
- Автоматическая серия писем
- Ленд с основной услугой
- Директ, эдвордс
- Ремаркетинг и ретаргетинг
- Таргетированная реклама в соц сетях
- Чат-бот