

Меняется практически все в жизни  
маркетолога



Marcosm



Клиентский  
Директор

## Меняется ключевой функционал маркетолога



Меняется и деление инвестиций и  
человеческих, и финансовых

Коммуникации

Поддержка продаж

Стратегия Рынок

Инвестиции,  
человеческие  
ресурсы

Стратегия Рынок

Клиентский сервис  
Лояльность

Диджитал

Продукты

Маркетинг  
бизнесов

Коммуникации

Поддержка продаж

- Самый большие департаменты с точки зрения людских ресурсов и бюджетов – клиентский сервис и электронная коммерция
- KPI – сначала NPS (при этом в основных KPI компании). Знание – показатель уже только у маркетинговых коммуникаций и отсутствует в основных задачах компании
- Происходит диджитализация всего
- Все основные новые продукты должны содержать возможность продажи он-лайн
- Доля рынка только в привязке к прибыльности компании. Никому доля рынка без прибыльности не нужна
- Много новых продуктов базируется на ценовом преимуществе
- Много новых технологий базируется на скорринге и CBM (customer base management)
- Удерживать клиента становится легче, чем получать нового – много программ по лояльности, возобновлениям и т.д
- Все просчитывается с точки зрения эффективности