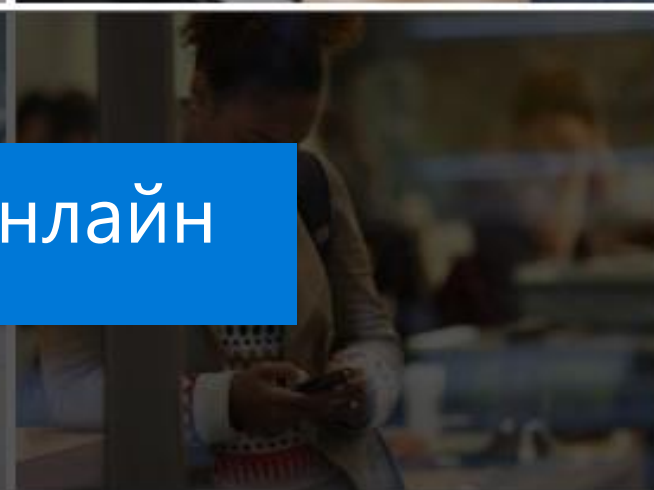
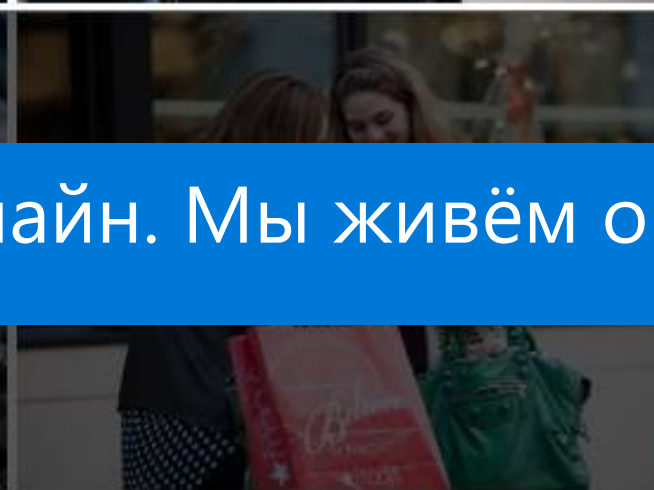
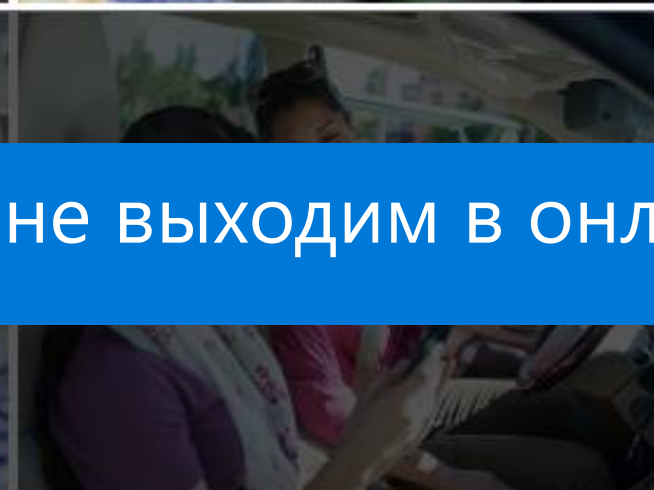
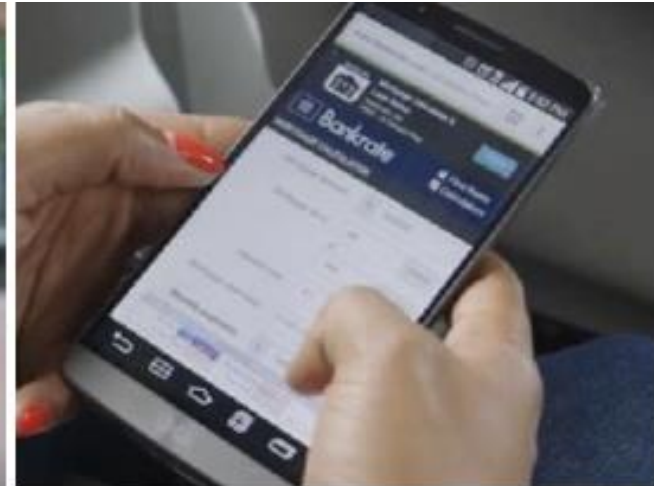


Маркетинг новой эры. Что нового?

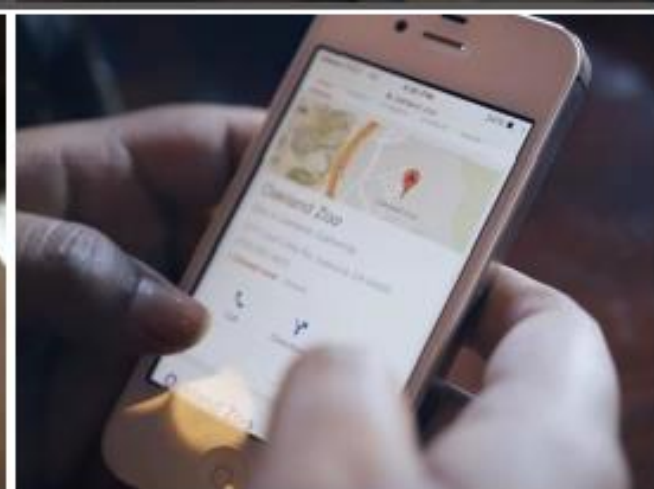
Наташа Бижанова
СМО Lead, Россия

A woman with curly hair is looking towards a man who is pointing at a whiteboard. The whiteboard has several colorful, abstract shapes on it. The scene is dimly lit, suggesting an indoor setting like a meeting or workshop.

Что изменилось?



Мы не выходим в онлайн. Мы живём онлайн



Начало эпохи маркетинга данных



Это новая реальность для продаж

Время, когда продажи контролировали процесс покупки закончилось



B2B покупатели в **57%** случаев принимают решение о покупке до первого контакта с продавцом

67% Покупок завершаются online

Влияние на покупку

#1 Индустриальные эксперты

#2 коллеги

Digital Transformation бизнес моделей создает новые способы масштабируемых продаж



Облачные технологии & SaaS помогают успешно конкурировать vs традиционные модели лицензионных продаж

Бизнес синхронизирует маркетинг и продажи в новой реальности

Организации с сильной синергией между маркетингом и продажами увеличивают доходы на 20% быстрее

1. Фокус на доходы
2. Синхронизация self service и tele
3. SLA в обоих направлениях

Social в мобайл – следующий тренд в России: 42.5 млн. человек – активные мобильные пользователи соц. сетей



Russia



Worldwide

Source: 2016 Digital Yearbook, We Are Social Agency, January, 2016

Как изменилась профессия маркетолога

Ключевые изменения

1

Маркетинг данных: AI and Big data

2

Автоматизация маркетинга

3

Маркетинг в реальном времени: кампании всегда в эфире

4

Контент – ключ к успеху

5

Продажи через Social media

6

Персональный бренд в социальных медиа.
I=brand, I=media

7

Постоянное обучение. Постоянные изменения

8

?

Какие роли появились в структуре маркетинга

Digital officer

- Chief digital officer (реклама, интерфейсы, продукты) **появляется на уровне Вице-президентов**, в параллели с Вице-президентами и директорами по маркетингу

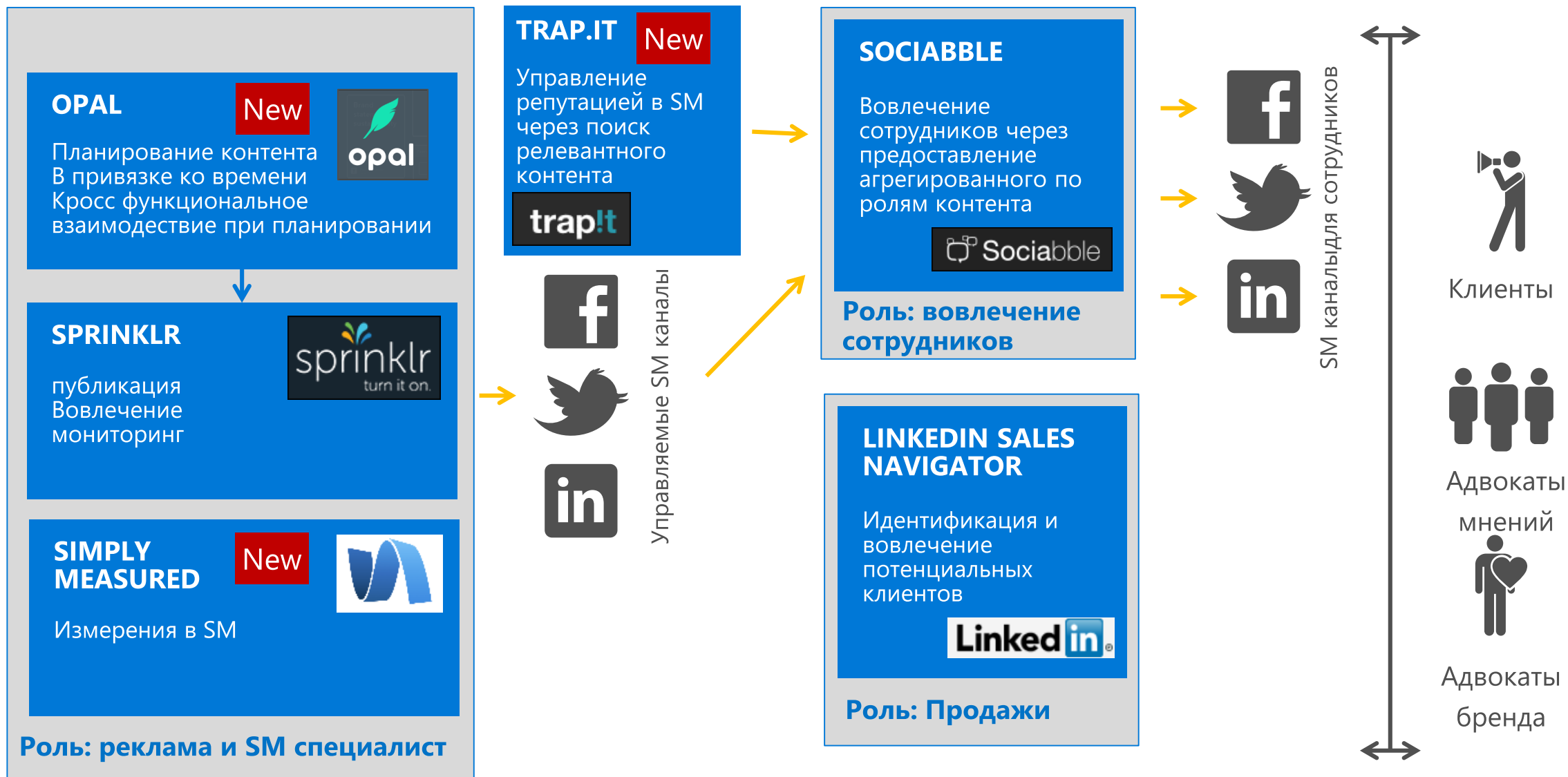
Data officer

- Новый тренд: управление данными + целевой маркетинг выделяется в отдельное направление
- Автоматизация маркетинга – как отдельное направление деятельности

Content officer

- Появление in-house ролей по управлению контентными программами

Microsoft: Social Command Center Tools



В эпоху digital и автоматизации, когда изменения – единственная постоянная величина, soft skills - No1 требование к маркетологу

1. ФОКУС
2. ИДЕЯ!
3. ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ
4. ГОТОВНОСТЬ
МЕНЯТЬСЯ

Что изменилось: soft skills

Было

1

Многозадачность

2

Идея!

3

Личные достижения

3

Поддержание сложившихся процессов

Стало

1

Фокус

2

Идея!

3

Взаимодействие в команде, командный успех

4

Готовность меняться самому и менять процессы, внедрять новое

Perform while transform

Growth mindset

Culture of learning

Обучение в Майкрософт: Modern Marketing University



Вопросы?



