



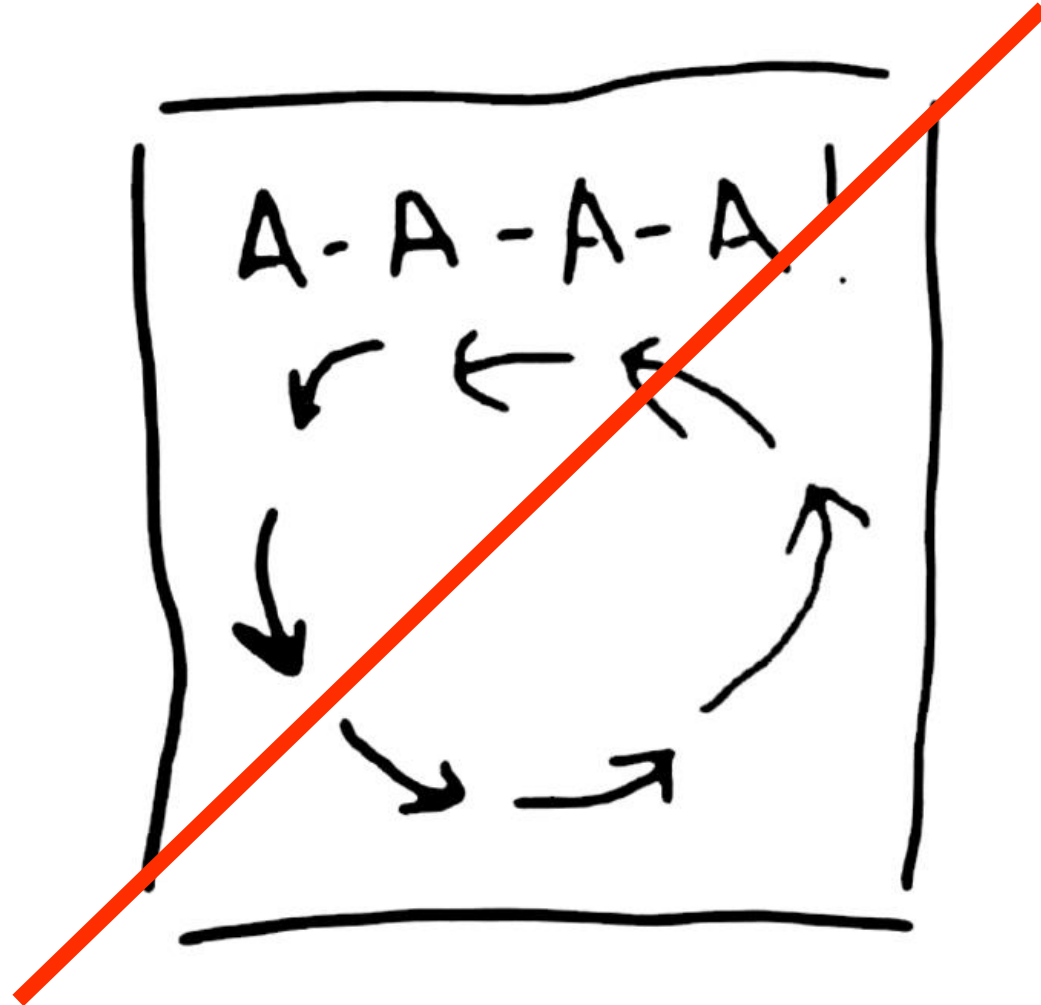
Segmento

www.segmento.ru

Гонка за технологиями

План – выжить

Гибкое, но не стохастическое планирование



Гибкое планирование

- 30% бюджета запланируйте на эксперименты

Гибкое планирование

- 30% бюджета запланируйте на эксперименты
- Половина не работает

Гибкое планирование

- 30% бюджета запланируйте на эксперименты
- Половина не сработает
- Вторую половину надо **ВНЕДРИТЬ**

Гибкое планирование

- 30% бюджета запланируйте на эксперименты
- Половина не работает
- Вторую половину надо ВНЕДРИТЬ
- Нужна методика, чтобы отличить одно от другого

Гибкое планирование

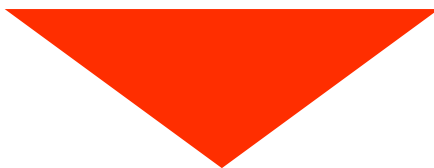
- 30% бюджета запланируйте на эксперименты
- Половина не сработает
- Вторую половину надо ВНЕДРИТЬ
- Нужна методика, чтобы отличить одно от другого
- Нужна быстрая коммуникация

1. Формулируем гипотезу

Цель квартала: увеличить проникновение бренда витаминов для аудитории работающих мам школьников



если мы сделаем X, то в ближайший месяц знание о бренде у работающих мам школьников вырастет минимум на X%

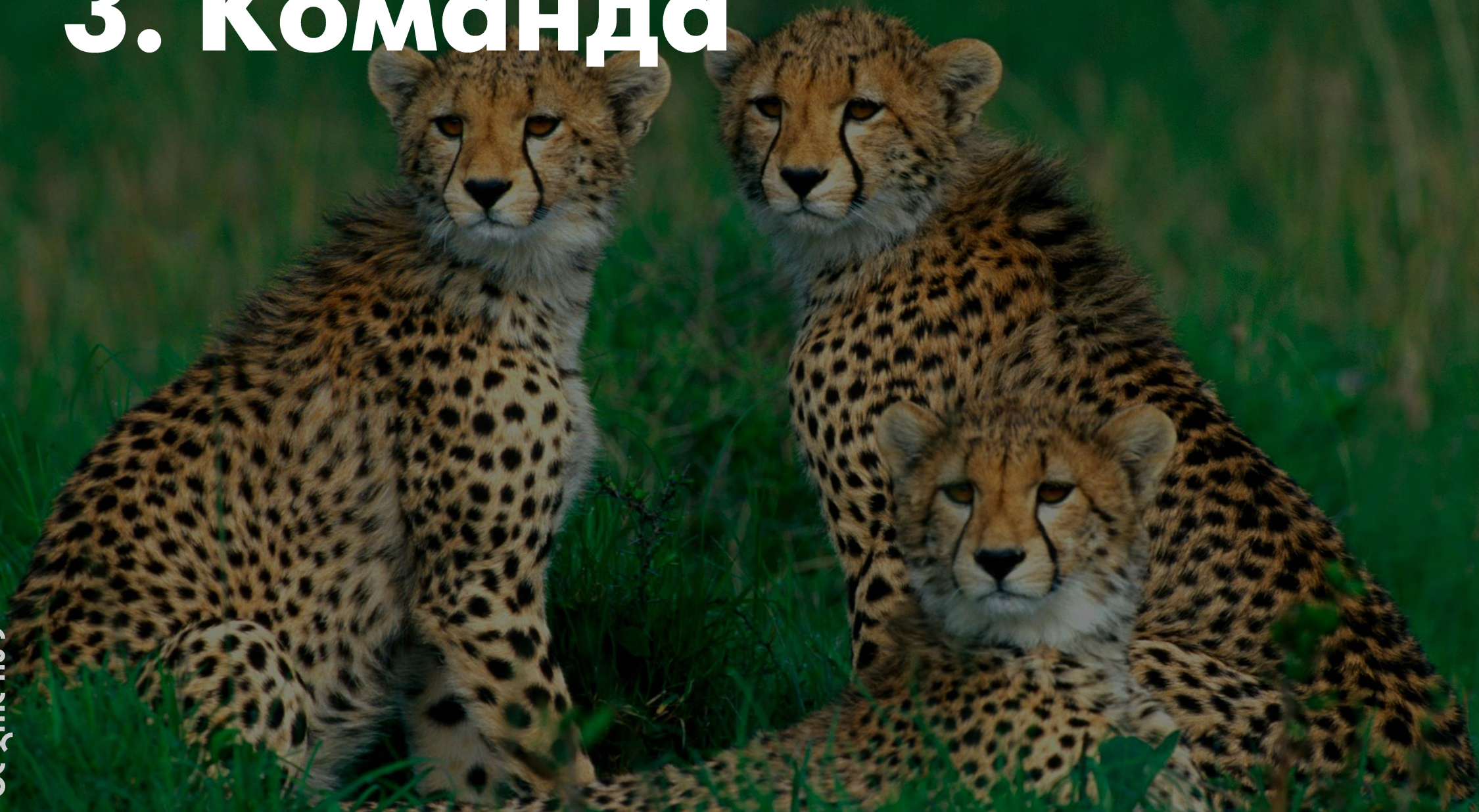


если мы сделаем X, то в ближайший месяц вырастут продажи витаминов у работающих мам школьников

2. Устанавливаем **KPI**

- Релевантный
- Измеримый
- Сопоставимый

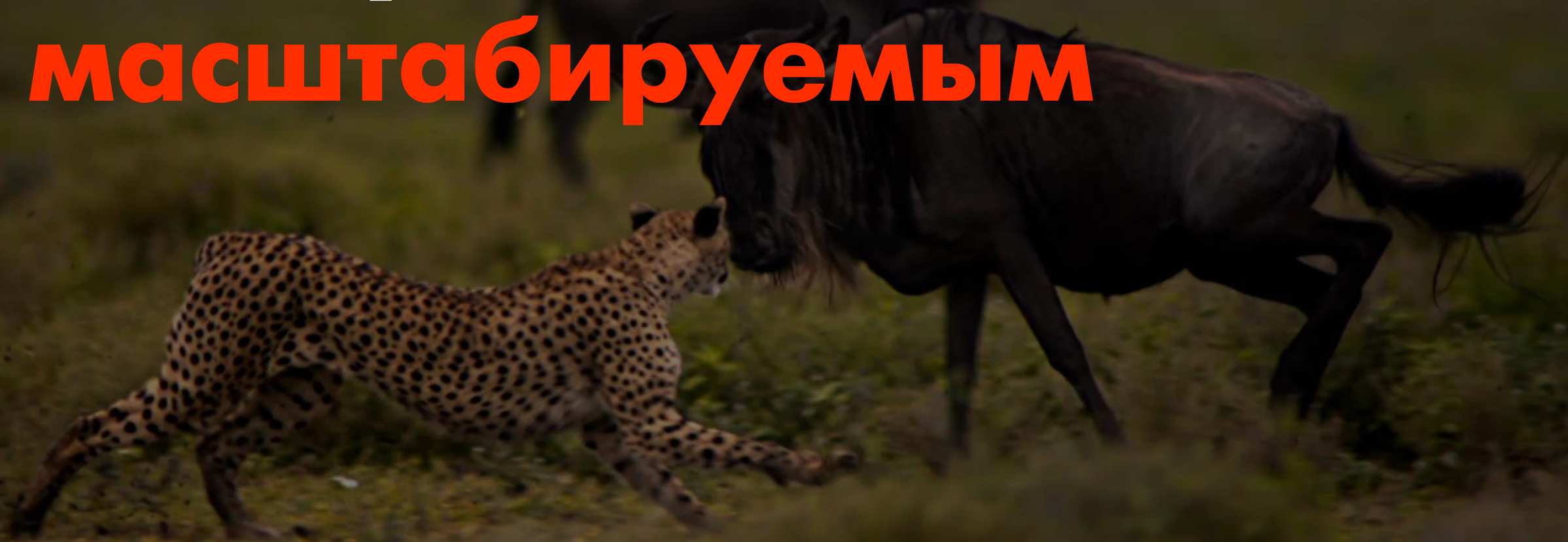
3. Команда



4. Соблюдение алгоритма эксперимента



5. Результат должен быть масштабируемым



6. Ищем **точки роста** решения

Как проводить тестирование

- 1) Гипотеза
- 2) KPI
- 3) Команда
- 4) Соблюдение алгоритма эксперимента
- 5) Результат должен быть масштабируемым
- 6) Ищем точки роста решения

Digital-гепард или digital-антилопа?

Пройдите тест на

www.segmento.ru/topmarketing2017