



Фишки маркетинга  
международных брендов в  
локальном бизнесе.  
Как приземлить и не разбиться

Татьяна Маркова

Nestle

Привет, давайте  
знакомиться!

Heineken

Colgate-  
Palmolive



A vibrant, stylized scene featuring a large, pink neon sign in a desert landscape. The sign is rectangular with rounded corners and a thick pink border, decorated with a row of glowing yellow light bulbs. The text on the sign is written in a bold, bubbly, pink font with a white outline. The background shows a sandy desert floor with small green cacti and a clear blue sky with distant mountains. To the right, a large pink arrow-shaped sign points towards the right.

Реальный  
мир — сюда



Сейчас я покажу,  
как надо

**ТОП 10  
вопросов от  
собственников**



# Тебе что, цифр не хватает?

**01.**

## **AC Nielsen**

Американская исследовательская компания, которая организует исследования рынков в FMCG

**02.**

## **Белстат**

Официальные данные национального статистического комитета РБ

**03.**

## **Отраслевые ассоциации и союзы**

**04.**

## **Профильные статьи регулятора и отраслевых СМИ**



# Какие еще отчеты тебе нужны?



**План vs Факт**

**01**

Период: согласно вашему бизнес-циклу



**Прогноз**

**02**

При сохранении тренда до конца отчетного периода



**KPI**

**03**

Выполнение ключевых KPI



**Динамика и  
разрезы**

**04**

Изменение показателей с начала года + разрезы по географии (регионы/ТТ, менеджеры, каналы лидогенерации, по СКЮ)



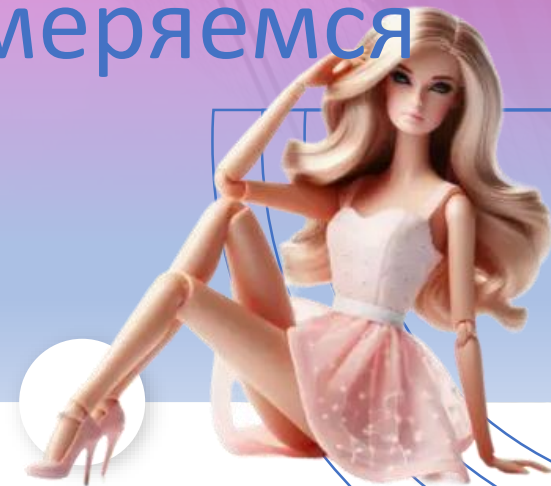
**ТОП 10**

**05**

Отдельное внимание



# Мы тут зарабатываем, а не размерами меряемся



**Доля рынка в  
натуральном  
выражении**

**=**

**Внутренние  
продажи в шт**

**/**

**Размер  
рынка в шт**

**Доля рынка в  
стоимостном  
выражении**

**=**

**Внутренние  
продажи в  
деньгах**

**/**

**Размер  
рынка в  
деньгах**



## У нас такой бизнес-цикл

01 Медиаплан  
на 2 недели

Корректировки  
каждую неделю 02

03 Нет крупных  
проектов

30% времени -  
планирование 04

05 Близорукость

Смежные ресурсы  
трудно планируются 06

Решение: медиаплан на 4 бизнес-цикла  
(минимум) с возможностью корректировать  
ближайших бизнес-цикл

# Жили без бренда. И дальше проживем



01.

**Нельзя оценить  
эффективность**

Показатель знания: ТОМ, спонтанное знание, с подсказкой. Как мерить: Нильсен, Омнибус Масми, опросы через коммерческие компании, собственные опросы



02.

**Нет цели**

Рост стоимости компании, возможность дешевле и больше закупать лидов, стабильность



03.

**Надо много  
денег**

Да, но зависит от конкуренции в отрасли



04.

**Надо много  
времени**

Да, но зависит от конкуренции в отрасли





# У нас есть какая-то стратегия и мы ее придерживаемся

## 01.

### Анализ

Макросреда  
Микросреда (рынок,  
конкуренты,  
потребители)  
Внутренние данные

SWOT

## 02.

### Цели

Миссия  
Видение  
Цель бизнеса  
Цель маркетинга

## 03.

### STP

Сегментация  
Таргетирование  
Позиционирование

## 04.

### Медиаплан и бюджет

Каналы  
Периоды  
Бюджет

# Классный тренд, давайте делать



У любого решения должна быть цель. Вопрос: зачем? К чему хотим прийти?

Являемся ли мы целевой аудиторией, которая судит о том, хороший это тренд или нет?

# В смысле агентство? А вам мы за что платим?

In-house

01.

Больше погружен в бренд

02.

Больше затраты на содержание

03.

Оперативнее

Agency

01.

Разнообразнее опыт и ресурсы

02.

Меньше затраты

03.

Более широкая экспертиза



Шаблон брифа:

 hemelita

# Мы им сказали, что нам надо, а они принесли **фигню** какую-то



## Контекст и задачи

Оцифрованные задачи, исследования, которые будете мониторить

01



## ЦА и позиционирование

Описать для кого ваш бренд, в какой категории, какие преимущества у него и за счет чего они достигаются

02



## Рынок и конкуренты

Описываем рынок, его сегменты, фокусную сферу, в которой мы играем, конкуренты и их активности, позиционирование, особенности

03



## Задачи агентства

Что конкретно нужно сделать в рамках проекта

04



## ДЕБРИФИНГ

Обязательная встреча/созвон через 2-7 дней после брифа, чтобы прояснить все вопросы и проговорить все детали голосом

05



# Спасибо за внимание

---

hemelitas@gmail.com

@hemelita

