

# Почему стратегию продаж выстраивает маркетинг



Ольга Дробышева

Руководитель  
продуктового маркетинга  
Logic BPM



# ОСНОВНЫЕ МЫСЛИ СМЫСЛЫ

☆ Когда позвали на “ракету”,  
а оказались в чистом поле

как соединить видн команды  
разработки с реальностью рынка

☆ Что значит “быть в очках”  
и “без очков” одновременно

что маркетинг должен находить  
в CustDev-исследованиях

☆ Развиваем критическое  
мышление

с помощью инструмента  
стратегической канвы

☆ Как посмотреть на себя чужими  
глазами

и понять процесс принятия решения  
о выборе продукта

Разлет  
в восприятии  
похож на  
разговор двух  
людей, один  
из которых  
смотрит фильм  
в 3D-очках,  
а другой –  
нет.

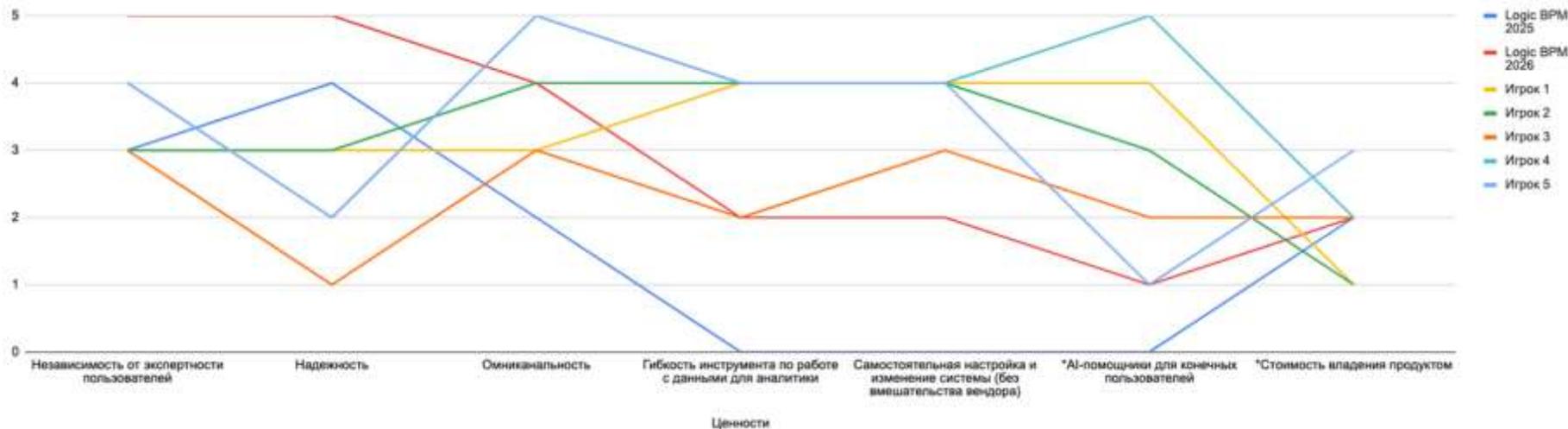


# Что маркетинг должен находить в CustDev-исследованиях



Потребность (что я, как клиент, хочу сделать)	Боли (что при этом не получается/бесит)	Выводы – мы считаем, что клиенту нужно...	Ценность, которую наш продукт может дать	Решения – с помощью чего
сразу понимать, какой тип проблемы кроется в обращении пользователя	задачи сложно классифицировать сразу на входе, иногда клиент обращается с одной задачей, но проблема кроется в другом, уходит много времени на то, чтобы разобраться	чтобы сразу на входе было понятно, какая проблема у клиента >>> чтобы эта проблема сразу направлялась нужному специалисту на решение	не нужны знания и опыт, чтобы разобраться, какому исполнителю передать обращение >>> <b>независимость от экспертизы пользователя системы</b>	система расшифровывает голосовое сообщение клиента, определяет класс проблемы, сама распределяет обращение на нужного исполнителя

# Развиваем критическое мышление с помощью стратегической канвы



# Увидеть себя чужими глазами

- Варюсь в собственном соку
- Обсуждаю с коллегами
- Обсуждаю со знакомыми из других компаний
- Не считаю нужным выносить это на показ
- Ищу решения в исправлении других процессов (не в техподе)
- Активно ищу кейсы в своих сообществах
- Иду к вендору текущих решений (по CRM, ERP)
- Начинаю серфить в сети (самостоятельный поиск)
- Самостоятельно определил и ищу уже конкретный вид систем
- Ищу систему по рекомендациям партнеров/знакомых/экспертов
- Хожу вместе с командой на DEMO
- Изучаю отзывы в сети
- Сравниваю функциональность систем, технический бэкграунд, стоимость решений, сроки реализации внедрения, условия техподдержки
- Представляю итоговые варианты на совете директоров
- Запрашиваю более выгодные условия у вендора
- Бюджетную
- Прорабатываю план внедрения/инсталляции
- Оплачиваю внедрение, оплачиваю лицензии на определенный период, оплачиваю техподдержку

Уровень 1  
ЧТО-ТО БОЛИТ | ЕСТЬ ОСОЗНАНИЕ ПРОБЛЕМЫ

Уровень 2  
ПОИСК ИНФОРМАЦИИ О РЕШЕНИЯХ

Уровень 3  
ПОИСК ИНФОРМАЦИИ О СИСТЕМАХ

Уровень 4  
СРАВНЕНИЕ СИСТЕМ

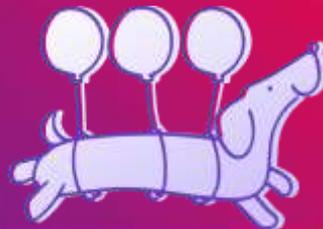
Уровень 5  
ВЫБОР

Уровень 6  
КОНТРАКТ



 матрица “потребность – боль – решение”

 стратегическая канва



@so\_drobysheva

