

Список работ маркетолога на аутсорсинге

Анализ емкости рынка	<p>Определение размера, темпов роста, трендов рынка. Изучение географии рынка и его сегментации. Анализ нормативно-правовой базы, регулирующей рынок. Выявление ключевых факторов успеха на рынке.</p>
Анализ потребителей	<p>Определение целевой аудитории (возраст, пол, доход, образование, интересы, ценности, психографика). Изучение потребностей, мотивов, желаний и поведения потребителей. Анализ процесса принятия решений о покупке. Проведение исследований (опросы, фокус-группы, глубинные интервью, анализ данных).</p>
Анализ конкурентов	<p>Идентификация основных конкурентов (прямых и косвенных). Анализ их продуктов, цен, стратегий продвижения, каналов сбыта. Оценка сильных и слабых сторон конкурентов. Изучение их доли рынка и узнаваемости бренда.</p>
Анализ внутренней среды компании+SWOT-анализ	<p>Оценка ресурсов компании (финансовые, человеческие, технологические). Оценка эффективности маркетинговой деятельности. Анализ организационной структуры и культуры компании. Анализ сильных и слабых сторон компании. С выводами и рекомендациями.</p>
Стратегическое Планирование	<p>Определение целей и задач маркетинга: Формулировка SMART-целей (Specific, Measurable, Achievable, Relevant, Time-bound). Определение задач, необходимых для достижения целей (увеличение узнаваемости бренда, увеличение продаж, привлечение новых клиентов, повышение лояльности существующих клиентов и т.д.).</p>
Разработка маркетинговой стратегии	<p>Определение целевого рынка и сегментации. Выбор стратегии позиционирования (определение уникального предложения ценности). Разработка стратегии маркетингового микса (4P или расширенная модель 7P). Определение каналов продвижения и коммуникации с целевой аудиторией. Выводы и рекомендации.</p>

Разработка контент-стратегии	<p>Определение тем, форматов и каналов распространения контента.</p> <p>Создание контент-плана.</p> <p>Оптимизация контента для поисковых систем и социальных сетей.</p>
Бюджетирование	<p>Определение бюджета на маркетинговые мероприятия.</p> <p>Распределение бюджета по различным каналам и активностям.</p> <p>Контроль за расходами и оптимизация бюджета.</p>
Управление продуктом	<p>Разработка новых продуктов и услуг.</p> <p>Улучшение существующих продуктов и услуг.</p> <p>Управление жизненным циклом продукта.</p> <p>Разработка упаковки и дизайна продукта.(совместно с дизайнером)</p>
Ценообразование	<p>Определение ценовой политики.</p> <p>Установление цен на продукты и услуги согласно рынку</p> <p>Управление скидками и акциями.предложения к реализации согласно рынку.</p>
Продвижение	<p>Управление социальными сетями (SMM): Создание и ведение аккаунтов, публикация контента, взаимодействие с аудиторией, проведение конкурсов и акций.</p> <p>Email-маркетинг: Создание и отправка email-рассылок, сегментация базы подписчиков, автоматизация email-маркетинга.</p> <p>Контент-маркетинг: Создание и распространение полезного и интересного контента для привлечения и удержания аудитории.</p> <p>SEO-оптимизация: Оптимизация сайта и контента для поисковых систем.</p> <p>PR-активности: Организация и проведение PR-мероприятий, работа со СМИ, управление репутацией бренда.</p> <p>Работа с партнерами: Поиск и привлечение партнеров для совместного продвижения.</p> <p>Организация мероприятий: Участие в выставках, конференциях, семинарах и других мероприятиях для продвижения продукта/услуги.</p>
Бренд-менеджмент	<p>Развитие и поддержание бренда.</p> <p>Управление репутацией бренда.</p> <p>Повышение узнаваемости бренда.</p>
	Важно помнить, что каждый клиент и его бизнес уникальны, поэтому этапы работы могут варьироваться в зависимости от конкретной ситуации и требований клиента.