



Креатив в маркетинге сегмента B2B

Предлагаем вам материал, построенный на кейс-методе (метод анализа ситуаций). Суть его в том, чтобы осмыслить реальную жизненную ситуацию, описание которой одновременно отражает не только какую-либо практическую проблему, но и актуализирует определенный комплекс знаний, который необходимо усвоить при разрешении данной проблемы. Мы предлагаем решить следующую задачу — сформировать концепцию маркетингового мероприятия для компании «Альфа» и ее продукта «Бета». В основе кейса лежит реальный пример из жизни. Информация получена из опыта автора. В учебных целях некоторые детали скорректированы, названия/имена изменены.

Кейс составила руководитель Группы «Бриф» Екатерина Митясова специально для журнала BLANK.

Суть ситуации. Вы являетесь консультантом по маркетингу. Ваш бизнес — маркетинговые коммуникации и креатив. Вы получили бриф от компании «Альфа» и готовите презентацию. Время действия — март 2006 года.

Место действия — Москва.

Ваша задача:

Помогите директору по маркетингу сформулировать концепцию маркетингового мероприятия для компании «Альфа» и продукта «Бета». Концепция должна включать:

- o Название мероприятия
- o Целевую аудиторию
- o Содержание мероприятия
- o Ресурсное обеспечение

Бриф

Российский рынок интеграционных платформ.

Рынок интеграции потенциально велик, но на нем низка активность по закрытию сделок и реализации проектов по результатам 5 лет развития рынка. Потенциальные заказчики — зачастую не знают, чего хотят. Интеграционные платформы — недешевый продукт.

О компании «Альфа»

Основателем «Альфа» в Москве стала, в начале 2004 года, немец-

кая компания Super IT Systems GMBH (SITS), более 15 лет успешно работающая в ИТ бизнесе на мировом рынке. В 2003 году компания SITS разработала интеграционную платформу «Бета», и было принято решение о выводе платформы на международные рынки. Эта задача была возложена на «Альфа». Президент «Альфа» — Peter Gerdz. Российский офис управляет регионом Восточная Европа и СНГ. «Альфа» — проектная компания, интегратор, обладающий собственной интеграционной платформой «Бета». Продукты и решения «Альфа» направлены на снижение операционных рисков посредством мониторинга ключевых показателей организации, управления корпоративной информацией, интеграции бизнес-процессов и приложений.

Портфель продуктов компании включает

1. ПО собственной разработки:
 - o интеграционная платформа «Бета»;
 - o система управления корпоративной информацией «Гамма» (электронное хранилище, электронный документооборот);
 - o система мониторинга деловой активности «Дельта».



2. Услуги (интеграция, консалтинг, управление комплексными проектами, поставки).

На рынке России нет другой, кроме «Альфа», компании-интегратора, которая может работать на любой платформе. Конкурентное преимущество «Альфа» — профессионализм в реализации интеграционных проектов.

Коммуникационные цели «Альфа» для «Бета» — закрепить за «Альфой» позиции:

- о Лидер в области проектов по интеграции;
- о Опытные «руки» с опытом практической реализации проектов на разных платформах: Oracle Fusion, Bea AquaLogic, IBM WebSphere и др.

Бизнес цель — продажа проектов в области интеграции и консалтинга, а также по продуктам «Гамма», «Дельта».

Ресурсы

Государственное предприятие Внешнеэкономическое Объединение «Технологии-импорт», реализующее комплексные проекты в области автоматизации (BA3 и др.), стало генеральным партнеров «Альфа» в России. В текущем 2006 году ВО «Технологии-импорт» исполняется 40 лет.

Опираясь на заключенное соглашение о генеральном партнерстве, ВО «Технологии-импорт» заинтересованно поддержать мероприятие «Альфы»:

- о своими связями,
- о готово предоставить сотрудни-

ков для поддержки организации мероприятия, рассматривает мероприятие как возможность рекламы для себя. «Альфа» заключила партнерские соглашения с Oracle (разработчик Oracle Fusion) и Bea Systems (разработчик Bea AquaLogic). Имеет деловые отношения с другими ведущими мировыми вендорами и разработчиками платформ: Microsoft, HP, IBM и др.

ЗАО «ММВБ», уважая серьезную деловую репутацию ВО «Технологии-импорт», готова выступить совместно с ним со-организатором мероприятия и предоставить в аренду свою площадку (конференц-зал, оборудование, catering и т.д.). Стоимость всех услуг ниже средней по рынку при высоком качестве всех услуг. Маркетинговый бюджет «Альфа» на мероприятие 350 евро.

В какой ситуации находится директор по маркетингу?

Директор по маркетингу компании «Альфа» реализует стратегию вывода платформы «Бета» и других продуктов компании на российский рынок. В компании, ввиду ее сравнительно небольших размеров (российский офис — 35 человек), существуют ресурсные ограничения. Многие вопросы приходится решать энергично, без долгих раздумий и теоретизирования.

Решение опубликовано в данном номере журнала на стр. 107



Креатив в маркетинге сегмента B2B

Решение составила
руководитель Группы «Бриф»
Екатерина Митясова
для журнала BLANK
Задача на стр. 86

Нам дан скромный маркетинговый бюджет в 350 евро и ресурс разнообразных партнерских связей. Идея решения — максимально привлечь эти ресурсы для организации мероприятия.

В кейсе рассматривается рынок B2B или, так называемый, промышленный. Такие рынки — телеком, строительство, и в особенности ИТ — отличаются разносторонними отношениями между игроками рынка. Так, герой кейса компания «Альфа» и компания Oracle являются по одним направлениям партнерами, по другим конкурентами, по третьим — покупают услуги и продукты друг друга. Это требует гибкости в отношениях между компаниями.

Сложность продаж высокотехнологичных продуктов B2B сектора связана, в том числе, с фактом, что центр закупок клиентов состоит из нескольких сотрудников с разным уровнем квалификации в технических и гуманитарных областях знаний.

Организована конференция «ИТ для финансового бизнеса: от интеграции приложений к интегрированным сервисам». Целевая аудитория — персоналии, отвечающие

за развитие бизнеса и автоматизацию (CIO, директора по развитию бизнеса) в организациях финансового рынка: банках, инвестиционных компаниях, управляющих компаниях, страховых компаниях. Организаторами выступили ВО «Технологии-импорт» и ЗАО «ММВБ». Спонсорами стали компании: Oracle, Hewlett Packard, Bea Systems, Software AG. Информационными партнерами стали: журналы «Банковские технологии» и «Банковское обозрение», порталы Банкир.Ру и CNews. Кроме спонсоров и организаторов, на конференции выступили представители Microsoft и InterSystems.

Из спонсорских взносов профинансирован бюджет конференции: аренда зала и оборудования, 3 кофе-брейка. Директор по маркетингу лично провел работу со спонсорами и информационными партнерами.

Команда исполнителей (2 человека) от «Альфа» и ВО «Технологии-импорт» осуществила приглашение участников. Конференцию посетило 65 ИТ-директоров и директоров по развитию бизнеса, или 70% от подтвердивших свое участие приглашенных персоналий. Это является хорошим показате-

лем посещаемости, что говорит о высоком качестве подготовки мероприятия. Участие организовано на бесплатной основе для упрощения документооборота, поскольку в бухгалтерии «Альфа» процессы заточены на обработку небольшого числа крупных контрактов, а не десятков и сотен небольших платежей.

350 евро направлены на печать визиток и брошюр «Альфы».

Результаты:

- база 100 ИТ-директоров банков и финансовых компаний, которые узнали «Альфу» как интегратора платформ мировых лидеров;
- 3 бесплатные публикации о мероприятии в тематических изданиях: PC Week, «Банковское обозрение», «Банковские технологии»;
- продажа двух интеграционных проектов по базе участников в течение года после конференции.