



Software Engineering Conference Russia **2018**

October 12-13
Moscow

Разработка «предложения мафии»
для рынка

Виктор Вальчук, сертифицирован ТОСІСО

АРБ - консалтинг

Подходы к построению Предложения для рынка

- Уникальное торговое предложение
- Стратегия голубого океана
- Ценностное предложение
- Предложение ценности



Уникальное торговое предложение



- Реклама должна содержать конкретное предложение для покупателя: купить конкретный товар и получить конкретную выгоду;
- Уникальность должна быть связана либо с уникальностью товара, *либо с утверждением, которое еще не делали в данной сфере рекламы.*
- Предложение должно быть достаточно сильным, чтобы вовлечь новых потребителей в покупку товара.
- УТП могут быть истинными и ложными, не основанными на реальной уникальности товара

Стратегия голубого океана

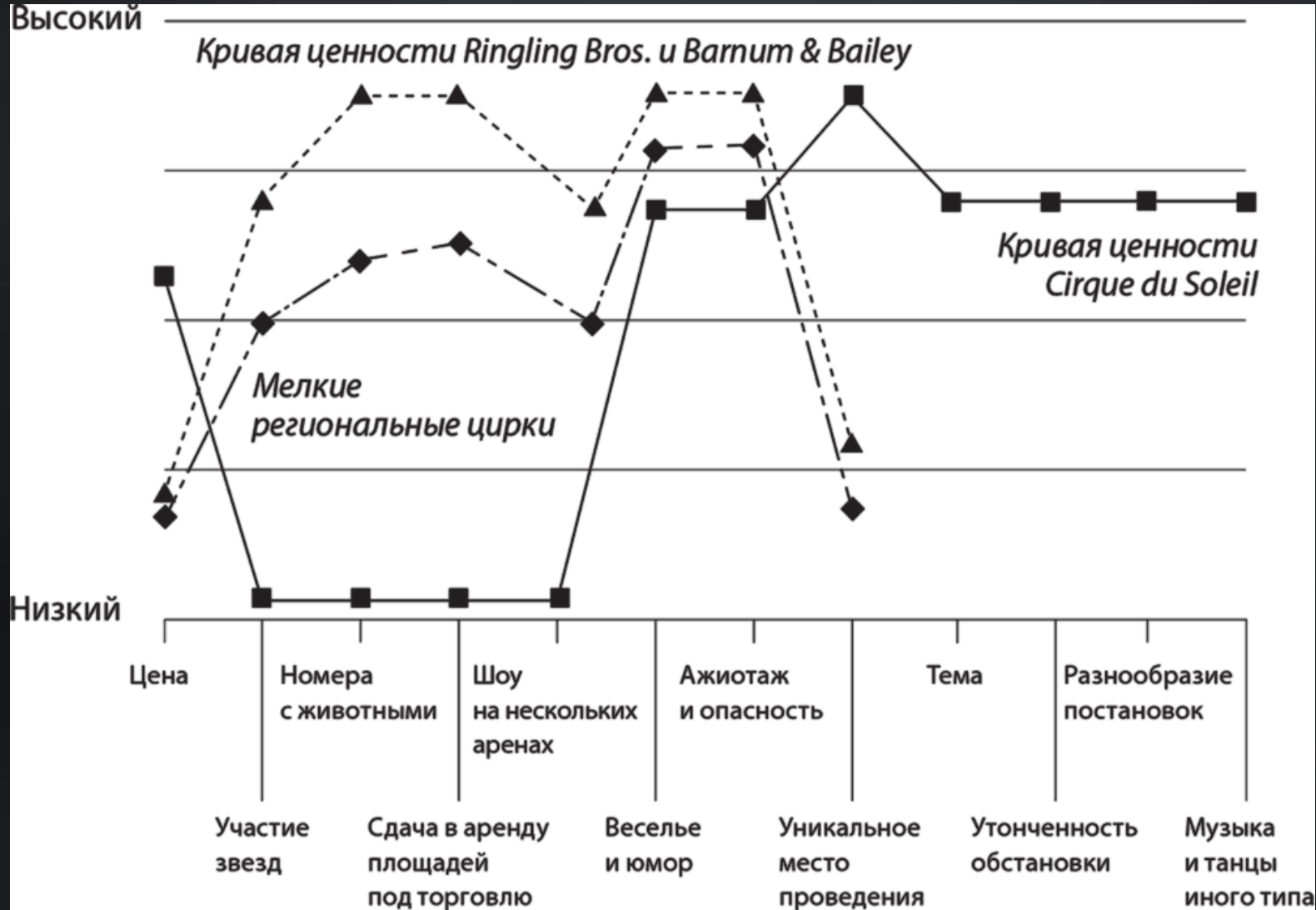


Вместо борьбы с конкурентами за рынок (алый океан) создание нового рынка (голубой океан).

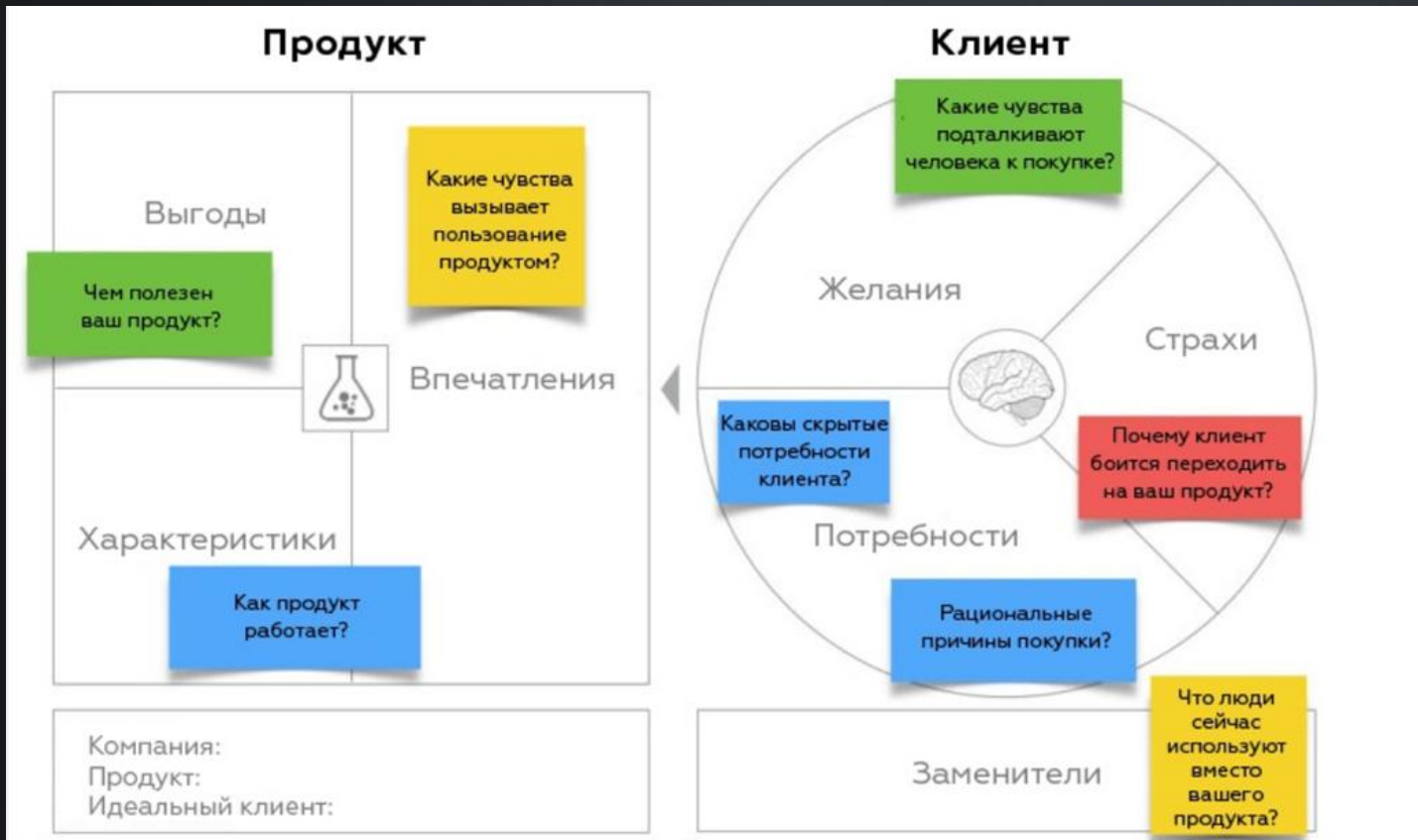
В основе - **инновация ценности:**

- Увеличение ценности для клиента за счет создания и развития новых атрибутов продукта/услуги
- Снижение издержек за счет упразднения и снижения атрибутов продукта/услуги

Профиль ценности



Ценностное предложение



Ценностное предложение – это объяснение того, как продукт решает проблему.

Ценностное предложение = Проблема + Решение / Продукт

Если проблема существует и ваш продукт ее решает — значит, у вас есть ценностное предложение!

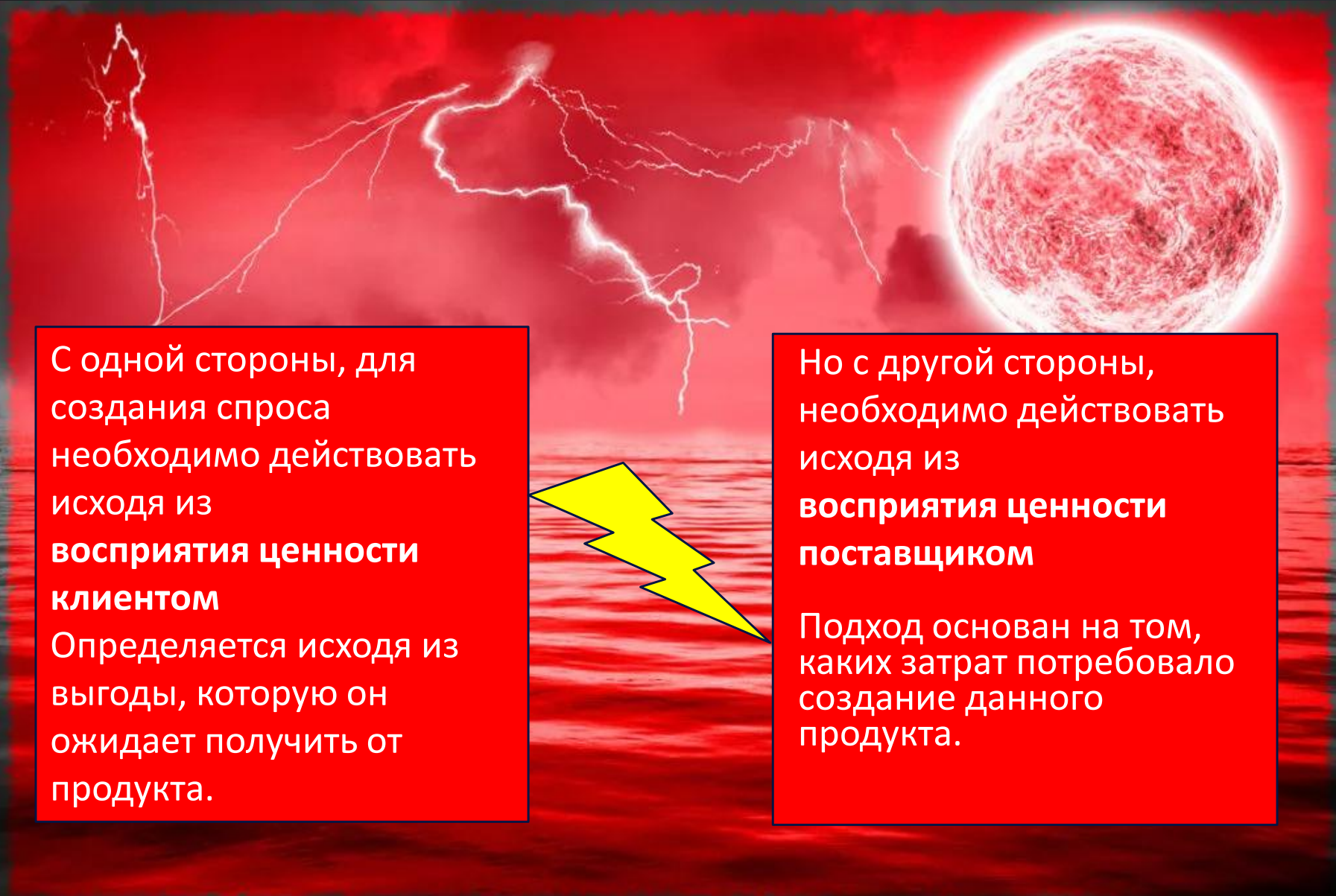
Идея предложения ценности

Ценность создается удалением значительного препятствия для клиента (корневой проблемы), способом, который до того не был возможен и в объеме, который не может быть обеспечен значащими конкурентами

- Это стратегическое решение.
- Но не основанное на конкурентном анализе.
- Когда мы начинаем с конкурентного анализа, основной фокус внимания состоит в том, как ограничить конкуренцию, и мы теряем возможность создать исключительную ценность.



Суть конфликта между клиентом и поставщиком



С одной стороны, для создания спроса необходимо действовать исходя из

восприятия ценности клиентом

Определяется исходя из выгоды, которую он ожидает получить от продукта.

Но с другой стороны, необходимо действовать исходя из

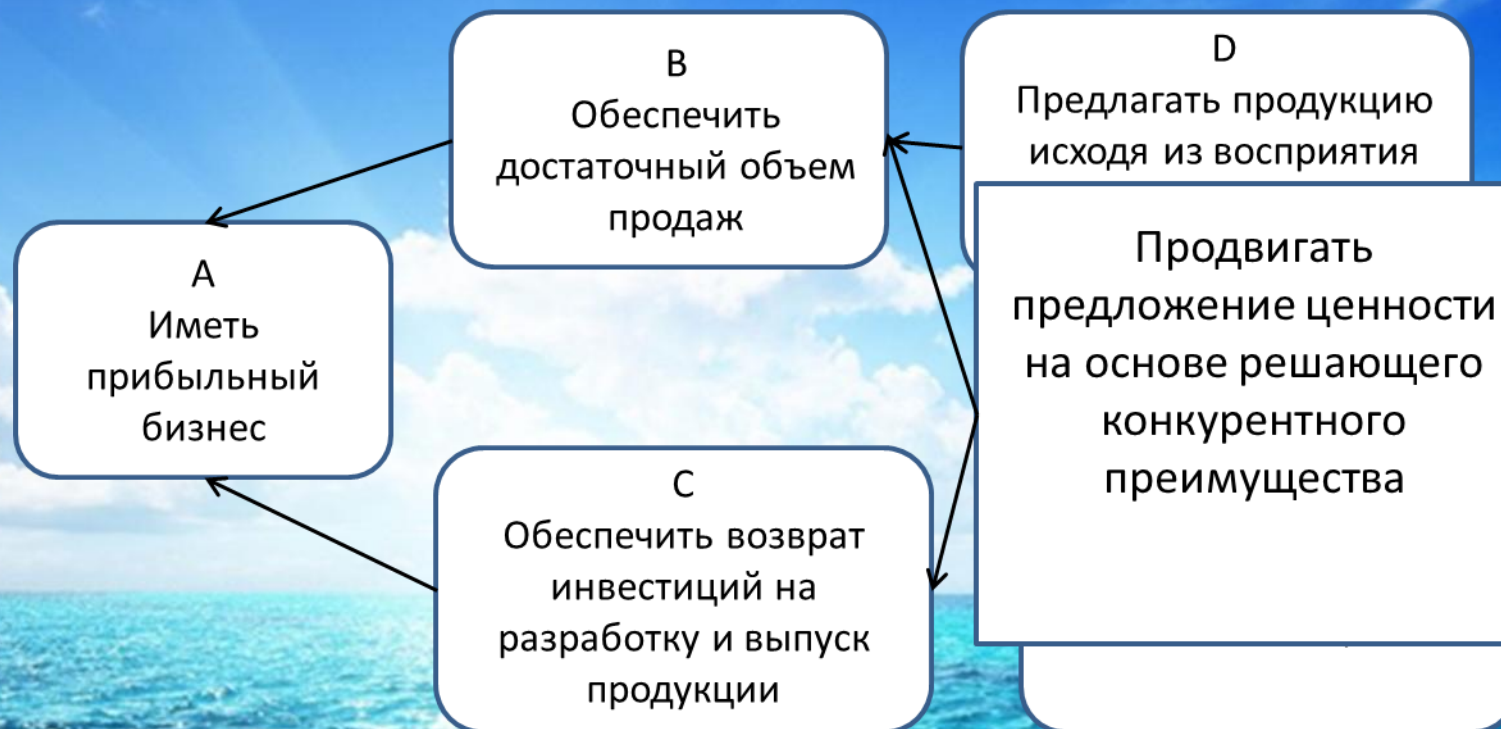
восприятия ценности поставщиком

Подход основан на том, каких затрат потребовало создание данного продукта.

Основной конфликт клиента и поставщика



Снятие конфликта клиента и поставщика



Предложение ценности

- Основано на значительных улучшениях в операционной работе компании
- Направленно на специфический сегмент рынка достаточной величины
- Дает клиентам исключительно высокую ценность за счет устранения основных проблем, которые они испытывают в работе со своими поставщиками

Должно быть таким, чтобы конкуренты не могли легко его скопировать

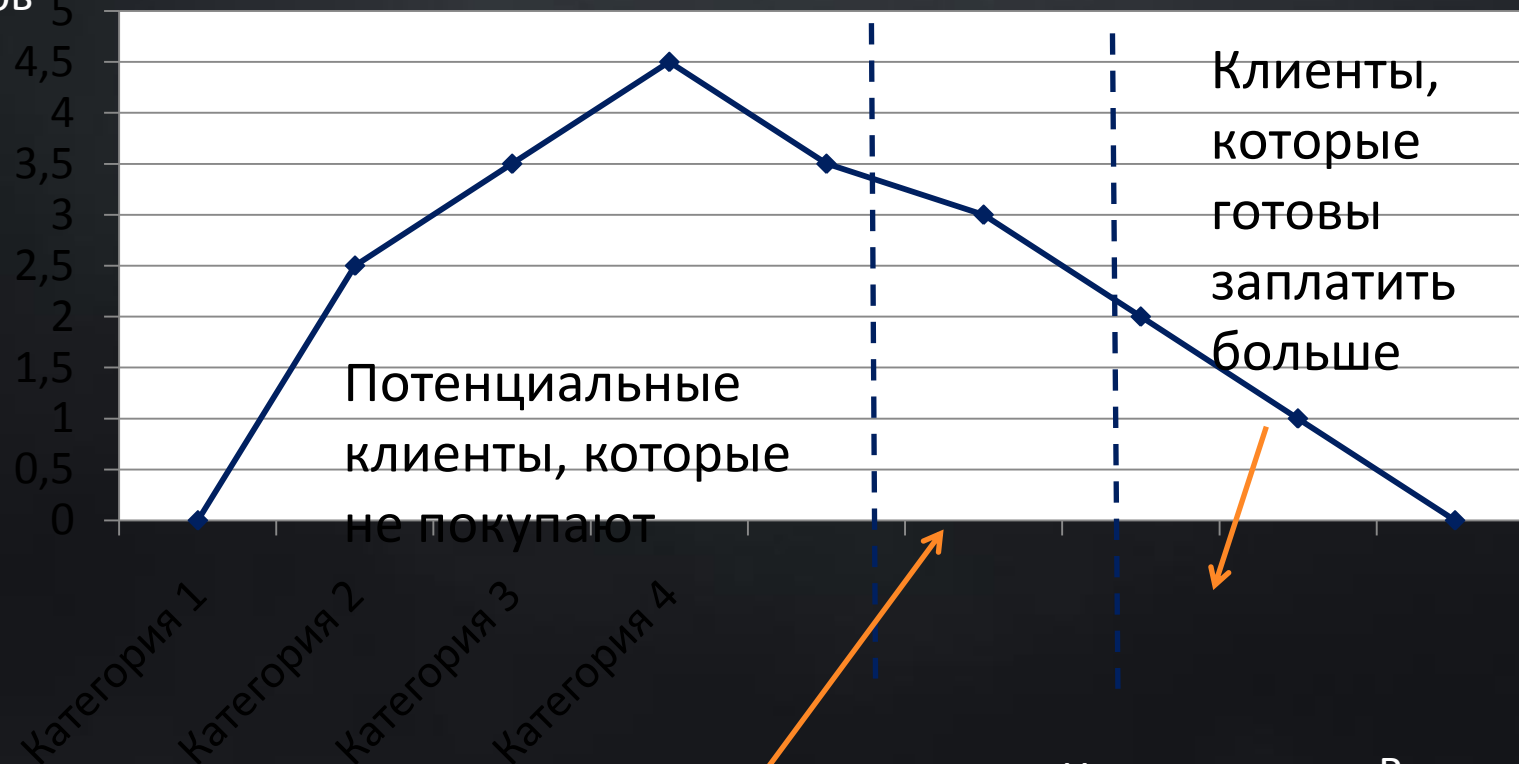
Должно нести минимальный риск и не требовать существенных инвестиций

Задача предложения ценности

- Повысить восприятие ценности предложения клиентом до или выше уровня восприятия его ценности самой компанией - поставщиком.

Восприятие ценности клиентом

Плотность распределения
клиентов



Потенциальные
клиенты, которые
не покупают

Клиенты,
которые
готовы
заплатить
больше

Потенциальные
клиенты, которые не
довольны вашей ценой

Цена

Восприятие
ценности

Разные клиенты
имеют разные
проблемы и таким
образом, разное
восприятие
ценности
предложения

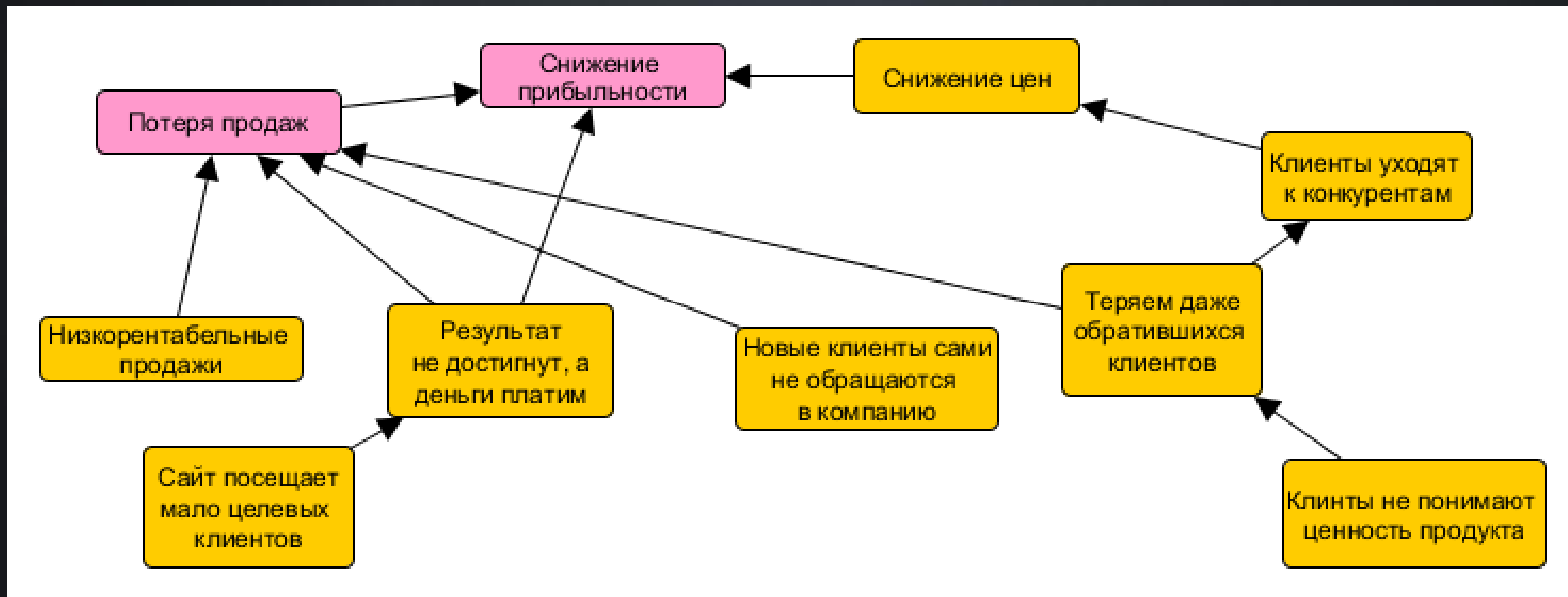


Задача предложения ценности

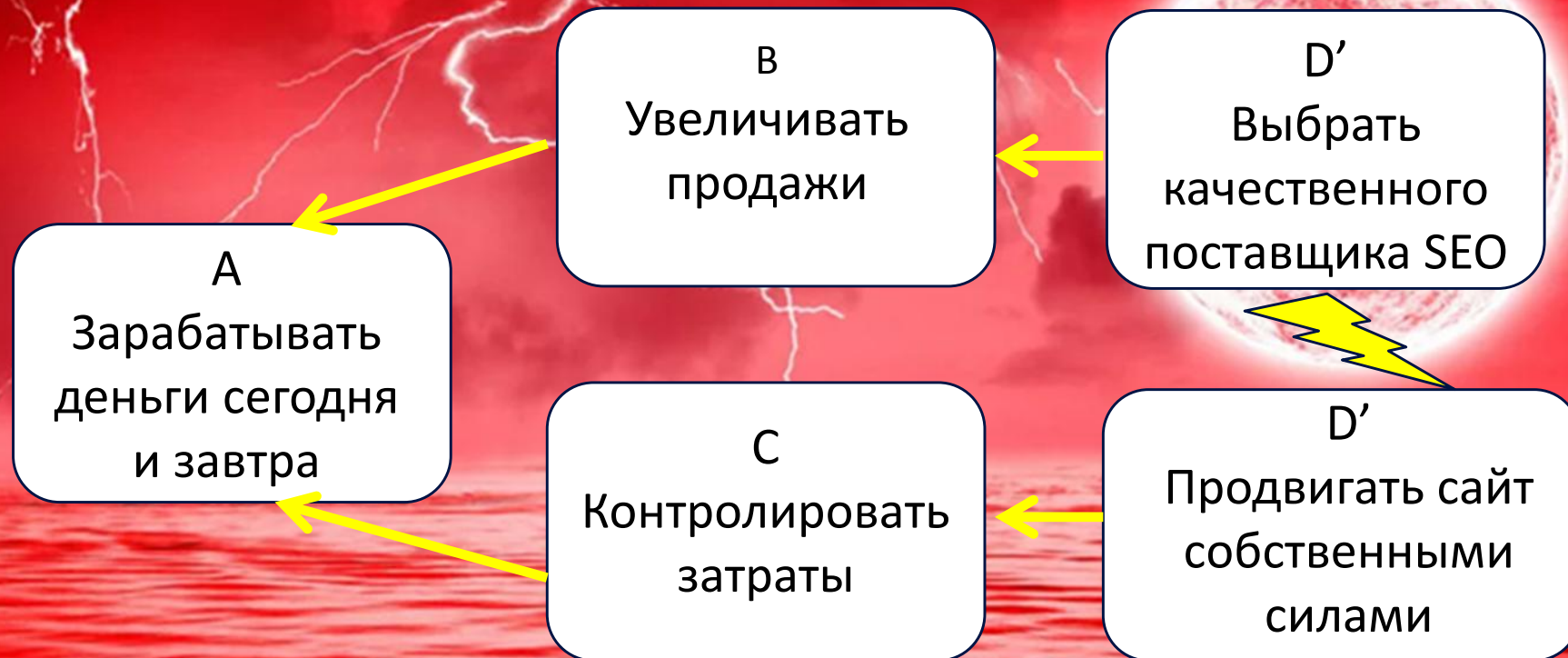
- Повысить восприятие ценности предложения клиентом до или выше уровня восприятия его ценности самой компанией - поставщиком.
- Для этого необходимо провести сегментирование – в соответствии с **проблемами, нуждами и потребностями** определенных групп клиентов.
- Чем больше проблема клиентов и серьезнее их нужды и потребности – тем выше будет ими восприятие ценности решения, которое их устраняет.
- Разработка предложения ценности проводится либо на основе экспертного знания ваших сотрудников, либо на прямом опросе ваших потенциальных клиентов.



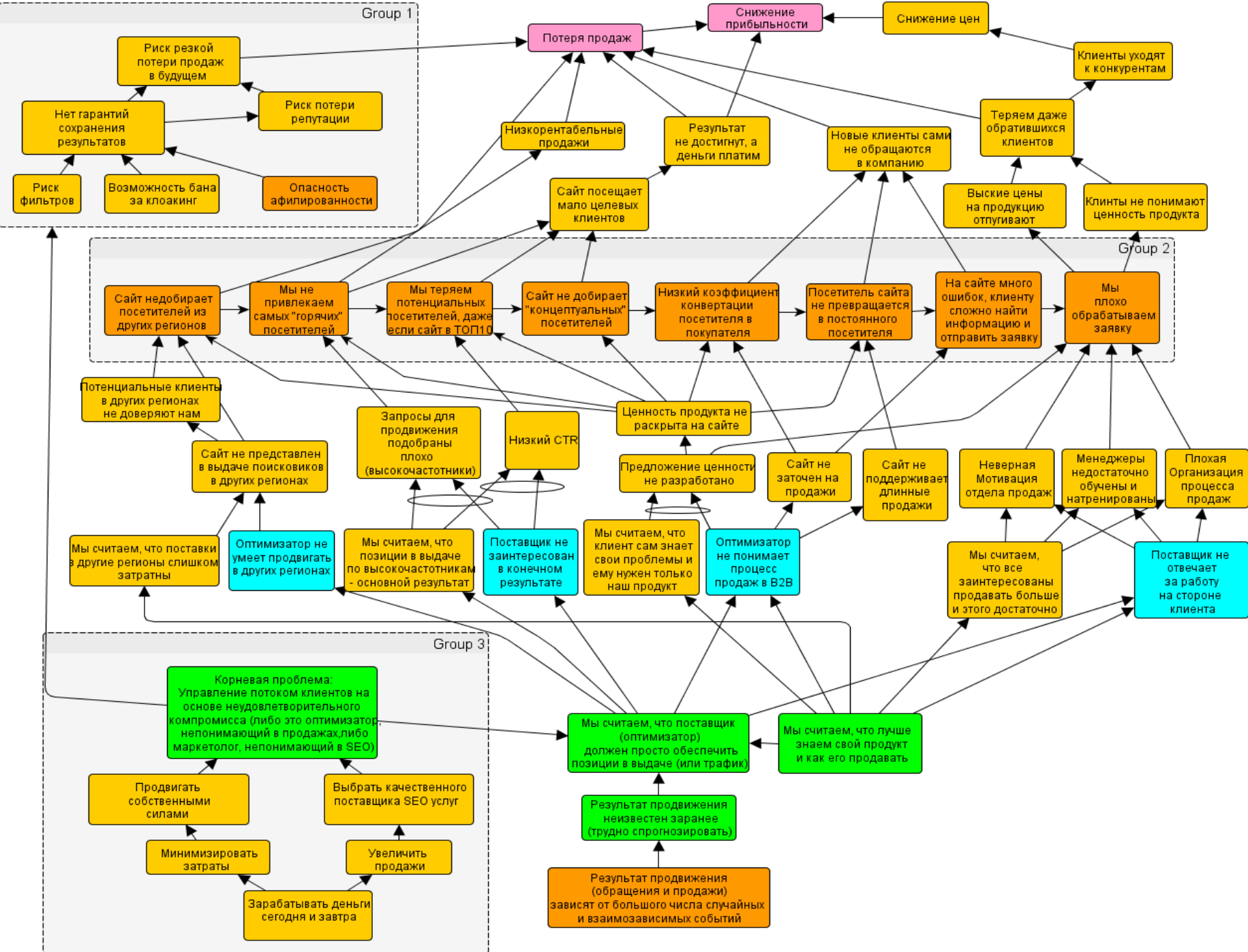
Проблемы клиентов услуги SEO продвижения

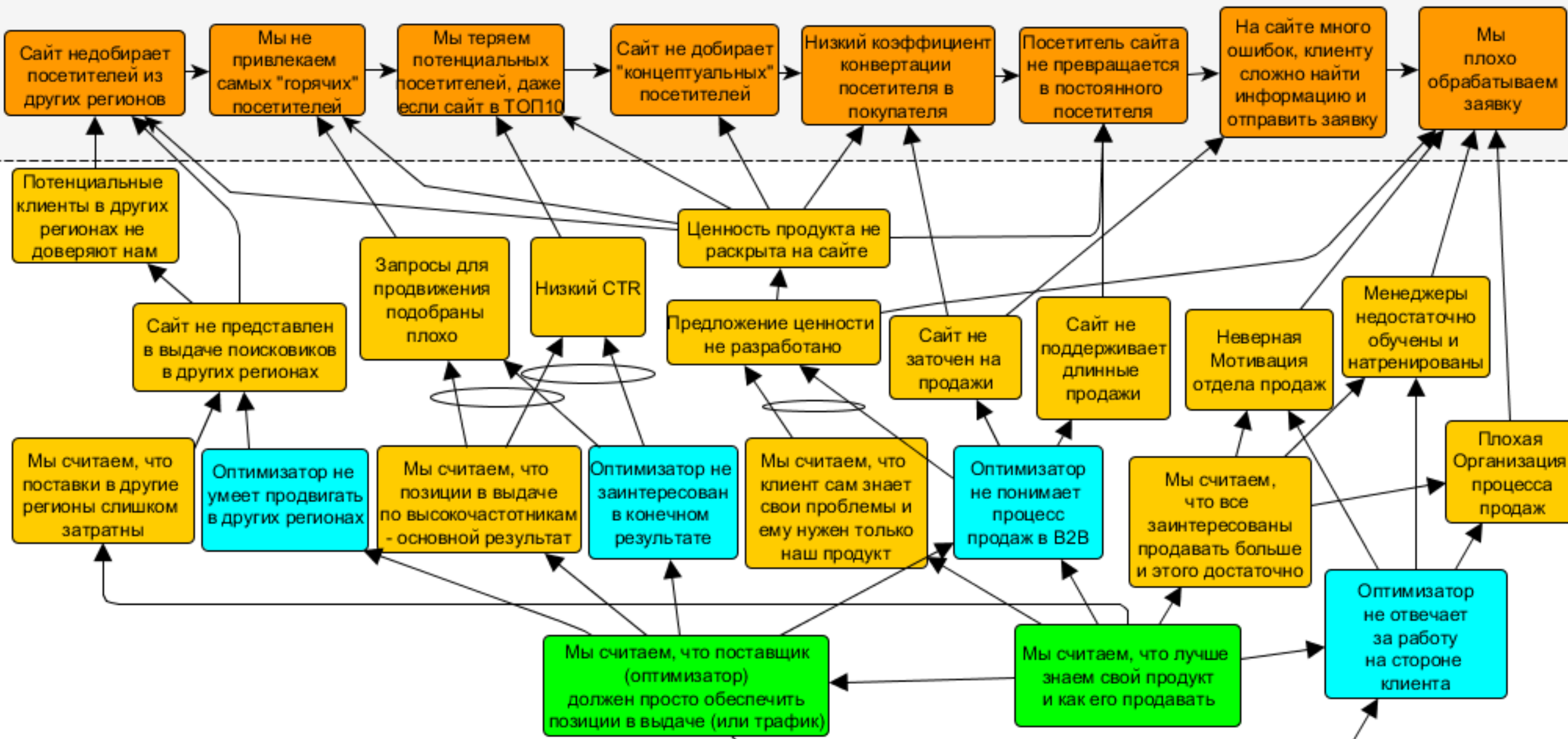


Корневая проблема клиента при SEO продвижении



Дерево текущей реальности клиента





Реальные примеры отсутствия правильной фокусировки

- Обучение менеджеров по продажам при наличии проблем в операционной деятельности, тормозящих продажи
- Затраты на продвижение в интернет при наличии ограничения в операционной деятельности
- Обвинение отдела продаж в недоработках при наличии правила, сокращающего продажи

Общие проблемы

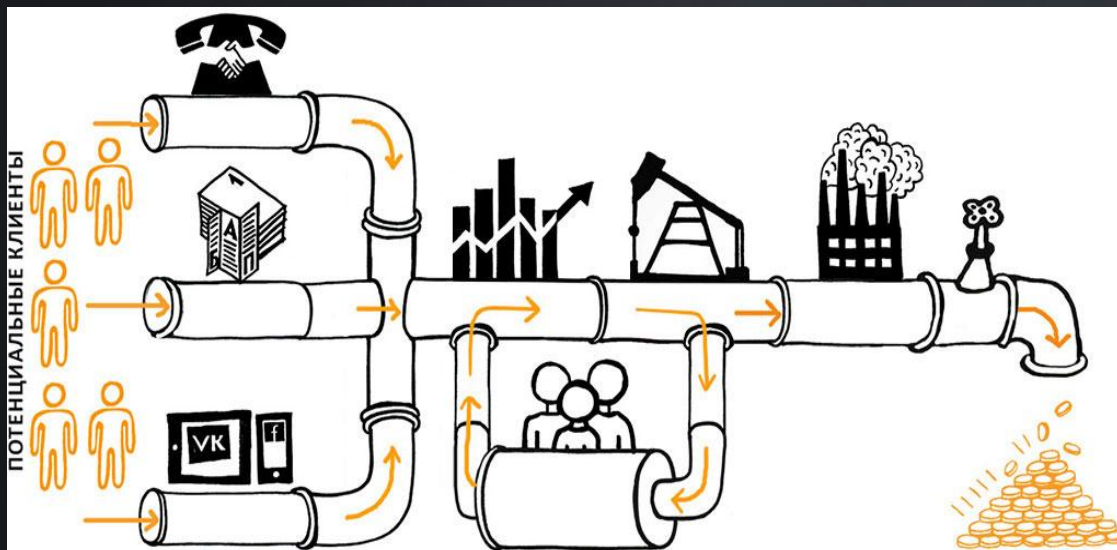


«Заметь, я не отвечаю за всю трубу – только за часть, которая течет через мой офис»

- Клиент уверен, что он точно знает, какие действия нужно предпринимать для увеличения продаж.
- Тот элемент бизнеса, который действительно требует улучшения, совершенно упускается из виду.
- Улучшается элемент, который приносит недостаточную отдачу
- Деньги расходуются очень неэффективно.

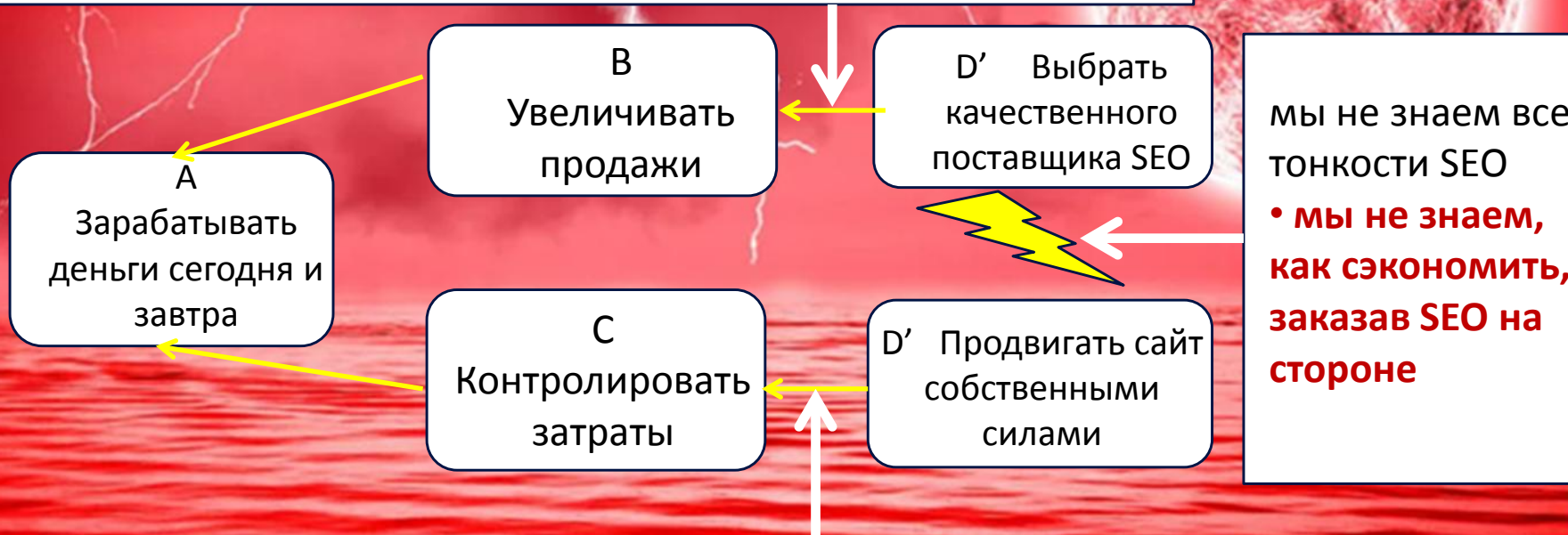
Концепция интегрированной трубы продаж

- Для каждой компании можно построить присущую ей последовательность элементов, бизнес процессов, обеспечивающих продажи.
- Элементы ТП взаимозависимы. Каждый элемент работает только с тем потоком, который ему обеспечили предыдущие.
- Любой элемент ИТП может значительно снизить конечный результат, если он работает плохо.
- Есть элементы, оказывающие решающее влияние на эффективность других участков трубы (наличие предложения ценности и правила).
- Всегда есть **критический элемент**, улучшение которого дает **наибольший вклад в увеличение продаж**.
- Если мы улучшаем другой, некритический элемент, мы теряем деньги и время.



Поиск предложения ценности

- Профессионалы SEO гарантировано обеспечат ТОП 10
- **ТОП 10 гарантирует продажи**
- **Трафик ХХХ гарантирует продажи**
- **Мы знаем, что именно потребовать от поставщика**



- **свой специалист обойдется дешевле**
- в стоимости услуг поставщика есть его накладные и прибыль
- **Стоимость профессиональной работы слишком дорога**

Формулирование решения

Убеждения

- ТОП 10 гарантирует продажи
- Трафик ХХХ гарантирует продажи
- Мы знаем, что именно потребовать от поставщика
- Мы хорошо знаем и умеем продавать свой продукт
- свой специалист обойдется дешевле
- Стоимость профессиональной работы слишком дорога
- мы не знаем, как сэкономить, заказав SEO на стороне

Предложение ценности

- Мы берем на себя ответственность за всю ИТП клиента
- Мы обеспечиваем регулярный анализ для определение ограничивающего элемента
- При наличии элемента, который имеет максимальные потери, мы или клиент фокусируемся именно на нем

Зарабатывать
деньги сегодня
и завтра

Увеличивать
продажи

Контролировать
затраты

Мы берем на себя ответственность
за всю ИТП клиента

Мы обеспечиваем регулярный
анализ для определения
ограничивающего элемента

При наличии элемента, который
имеет максимальные потери, мы
или клиент фокусируемся именно
на нем

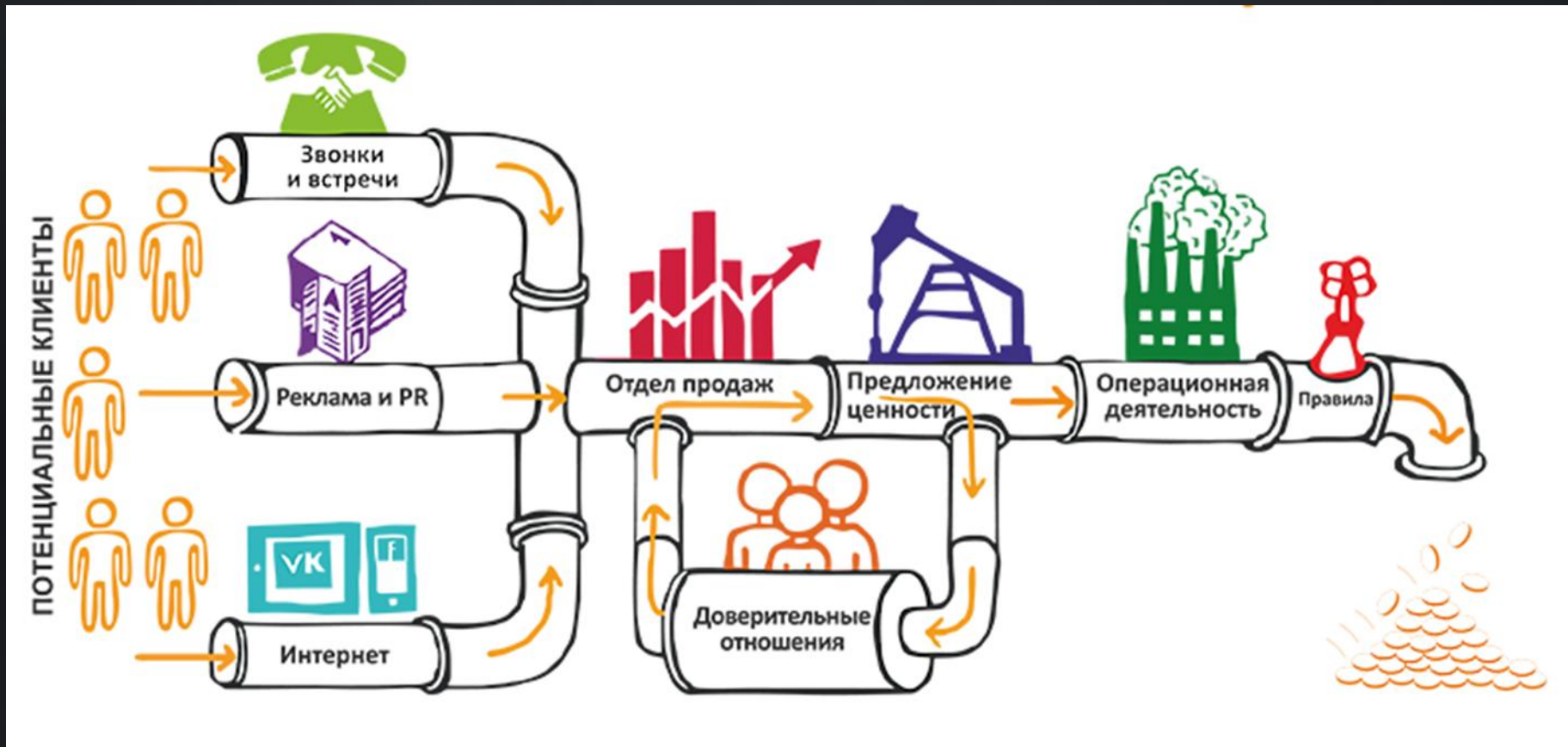
Почему Предложение приведет к увеличению продаж?

- Будут исключены случаи, когда внутренние проблемы (наличие ограничений мощности, финансов, правил) препятствуют увеличению продаж.
- Фокусировка внимания на элементах, которые дают наибольший вклад в продажи.
- Наличие у компании предложения ценности – ключевой элемент «трубы продаж», ее «насос». Оно обеспечивает конкурентное преимущество, повышает конвертируемость как на сайте, так и в выдаче, увеличивает эффективность переговорного процесса (повышает отдачу каждого участка «трубы продаж»)

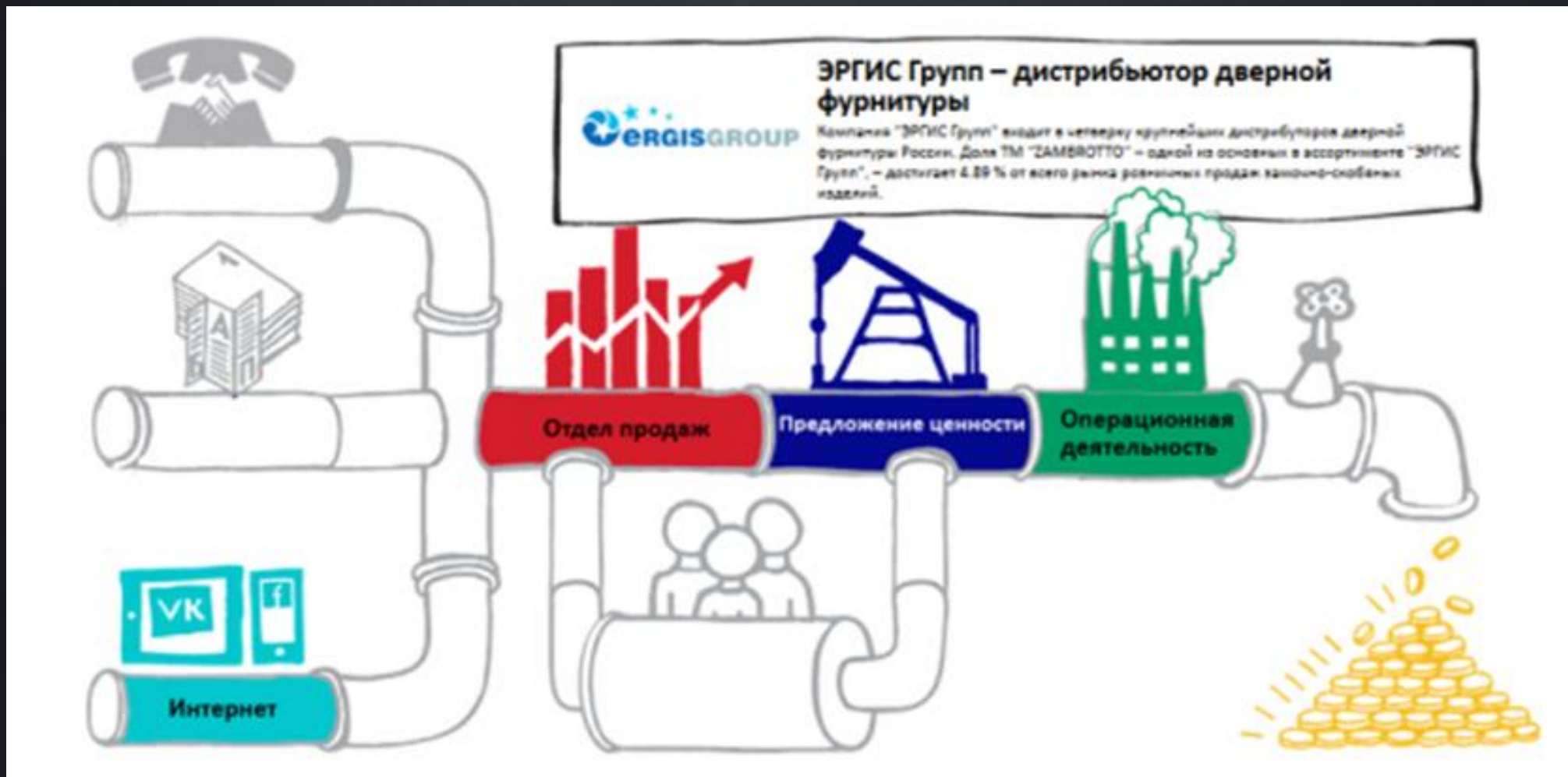
Почему Предложение приведет к контролю затрат?

- Затраты на улучшение самого слабого элемента многократно окупаются за счет увеличения продаж .
- Затраты становятся оправданными. Неоправданным является не нести их, сдерживая развитие бизнеса.
- Мы не тратим средства на продвижение элементов, которые сейчас не являются ограничением.

**ИНТЕГРИРОВАННАЯ ТРУБА ПРОДАЖ – ЭТО СИСТЕМНЫЙ ПОДХОД,
ОБЕСПЕЧИВАЮЩИЙ НАИБОЛЕЕ ЭФФЕКТИВНЫЙ ПРОЦЕСС СОЗДАНИЯ И
ПОДДЕРЖАНИЯ ПОТОКА КЛИЕНТОВ**



Кейс. Компания Эргис - групп



Предложение ценности



Отказ от работы по прогнозам и пополнение запасов на складе только исходя из реального потребления, для обеспечения наличия на складе товаров в полном ассортименте и необходимом количестве.

НАШИ ПРЕИМУЩЕСТВА



до **0 РУБ.** ноль вложений в ТОВАРНЫЕ ЗАПАСЫ

Ваши оборотные средства ничем не обременены: их не нужно «складывать» в товарный запас, «замораживать» в неликвидный товар, подвергая инфляции. Консигнационный склад и оплата по факту продажи принесут Вам быструю прибыль при отсутствии собственных затрат.

[Узнать подробнее →](#)

100 %
обеспечение
заявок

+

в **10-15** раз
уменьшение
товарного запаса

+

0 руб.
ноль вложений в
товарные запасы

+

до **0 шт.**
полное отсутствие
неликвидов на
ваших складах

+

до **40 %**
увеличение
прибыли

+

NEW
высвобождение
денежных средств
на новые проекты

повышение эффективности
ведения бизнеса

до **10** раз!



КАЛЬКУЛЯТОР ВЫГОД

Для оптовиков

Для производителей

ВВЕДИТЕ ДАННЫЕ О ТЕКУЩЕМ СОСТОЯНИИ СКЛАДА

Объём продаж в месяц	<input type="text" value="2 400 000"/>	рублей	Текущая доля дефицита	<input type="text" value="10"/>	%
Наценка	<input type="text" value="20"/>	%	Желаемая доля дефицита	<input type="text" value="1"/>	%
Операционные расходы	<input type="text" value="300 000"/>	рублей			

Рассчитать

[Свяжитесь с нами](#)



Решенные задачи при внедрении ИТП в срок с июня по декабрь 2011 года

- Партнеры отказались от работы по прогнозам и стали пополнять запасы на складе, только исходя из реального потребления
- Увеличена частота поставок для всех партнеров компании.
- Снижены в 2-4 раза складские запасы партнеров компании, а в некоторых случаях, полностью ликвидированы.

1 год вместе с ИТП. Что изменилось?

- 40% рост продаж два года подряд.
- Постоянное наличие товара на складе, в нужном объеме и нужного артикула позволило на 100% выполнять заявки клиентов.
- Оборачиваемость товарных запасов склада увеличилось с 1,9 раза в феврале 2011 до 4,1 раза в феврале 2012 года.
- Доля низколиквидных товарных запасов снизились с 45% до 19%
- Кредиторская задолженность вошла в договорные рамки.
- Существенно снижены затраты на маркетинг и рекламу
- Заметно повысилась узнаваемость ТМ.

Виктор Вальчук

- Email: vvalchuk@yandex.ru
- Phone: +7 922-63-40-647
- Facebook [@victor.valchuk](#)
- E-mail vvalchuk@yandex.ru
- Website www.a-r-b.ru
- www.sale-tube.ru

