



АКТУАЛЬНЫЕ ТРЕНДЫ МАРКЕТИНГА



ДАВАЙТЕ ЗНАКОМИТЬСЯ!



 www.spika.pro



 [SPIKA.pro](https://t.me/SPIKA.pro)



 [@spika.pro](https://www.instagram.com/spika.pro)



Ирина Загребина

Маркетолог-стратег

marketing@spika.pro

+7 927 264-88-86

- Совладелица агентства стратегического маркетинга SPIKA.
- Преподаватель стратегического маркетинга на программах MBA Высшей Школы Международного Бизнеса.
- Специалист в области стратегического маркетинга и брендинга.
- Автор статей и член команды курсов по маркетингу «Яндекс Практикум».
- Опыт работы директором по маркетингу в федеральных компаниях.

ТРЕНД №1

Персонализированный
подход

62%

клиентов отвергнут бренд,
не учитывающий их индивидуальность

ПЕРСОНАЛИЗАЦИЯ

— это стратегия, ориентированная на создание индивидуального опыта для каждого клиента на основе интересов, потребностей и поведения.

Сегментация рынка

Сегментация рынка –

процесс деления потребителей на группы или сегменты с аналогичными или схожими запросами, удовлетворяемые определенным комплексом маркетинга.

Целевой сегмент –

один или несколько сегментов рынка, отобранных для маркетинговой деятельности фирмы.

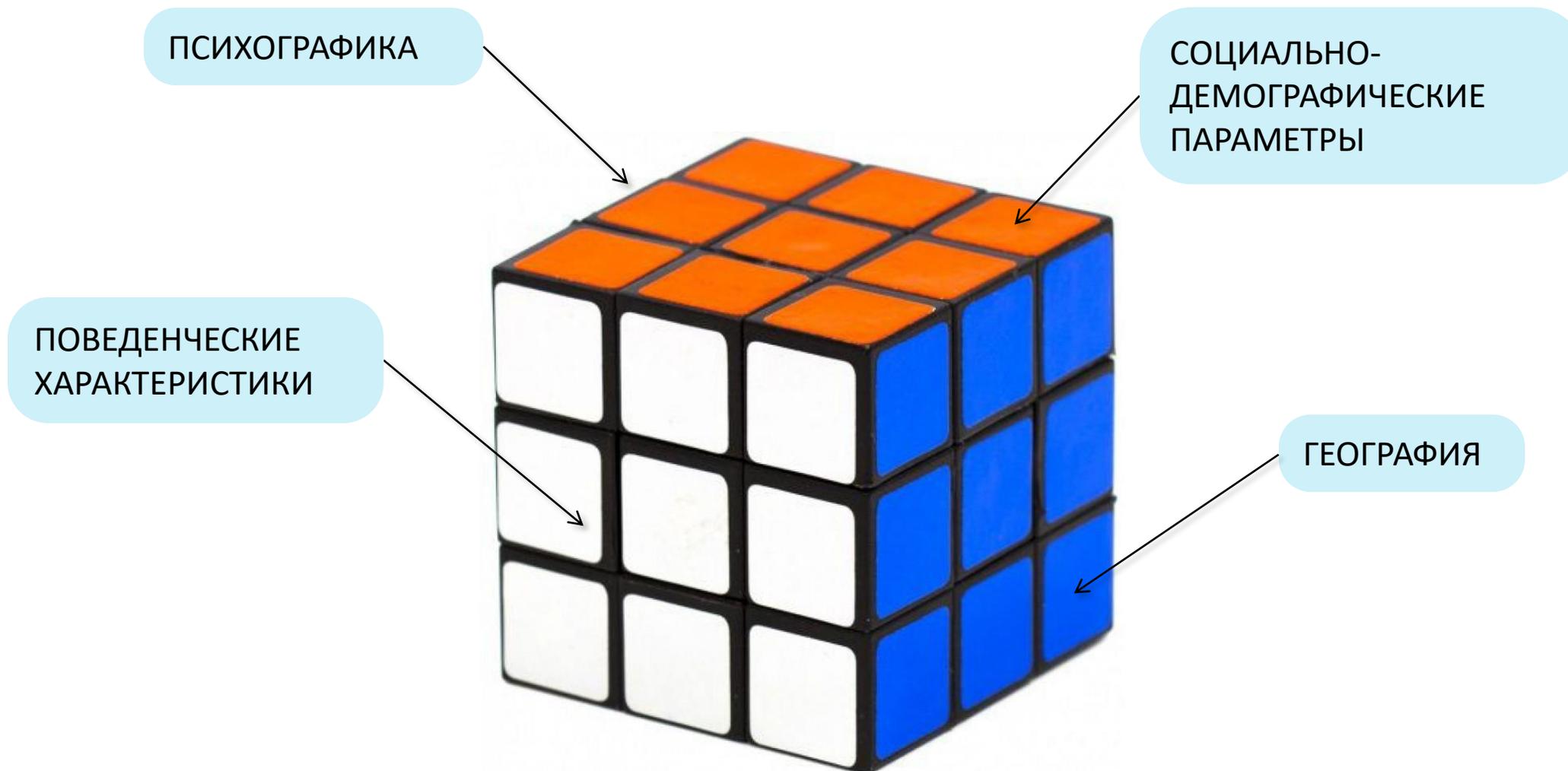


Цель:

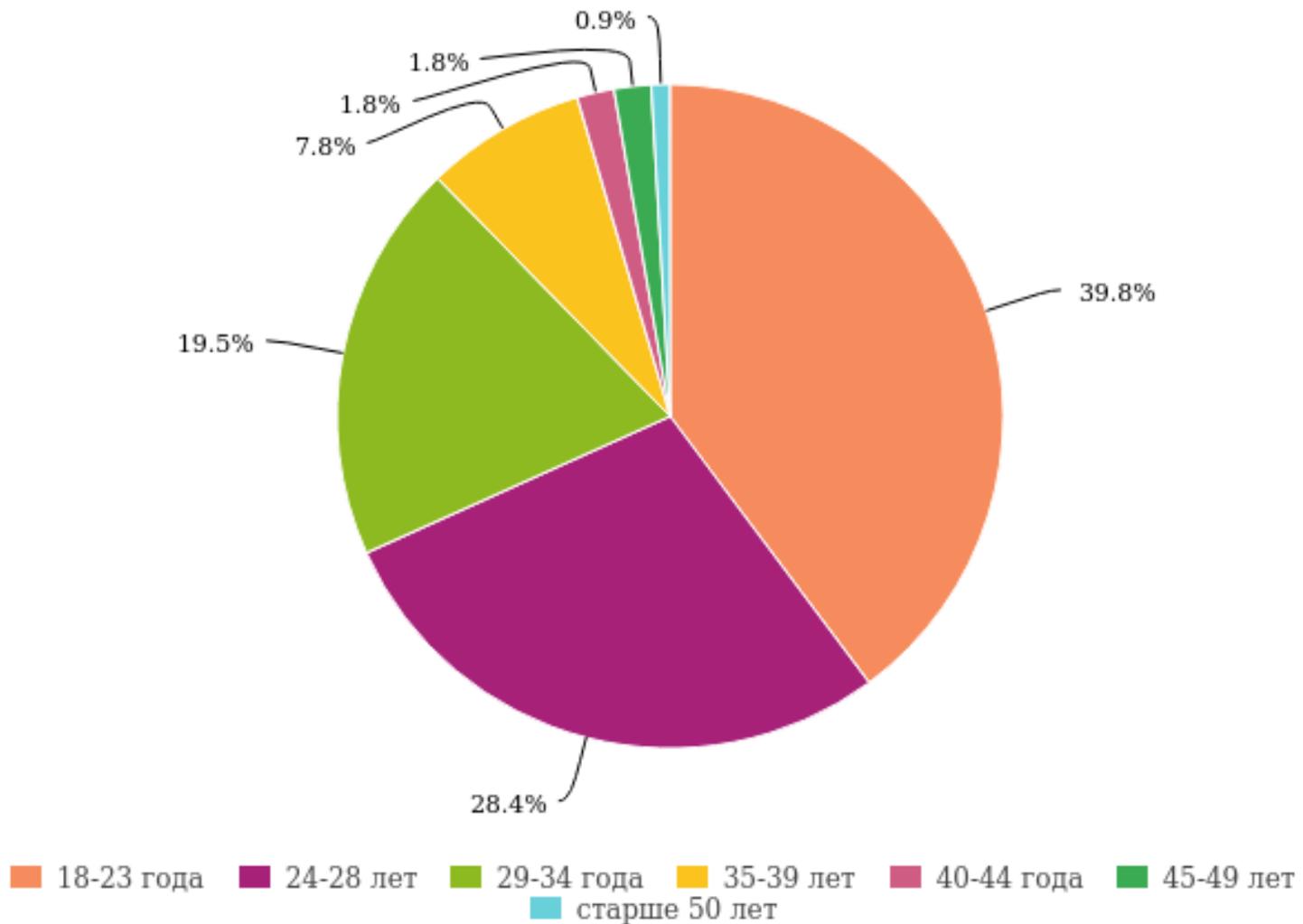
полное удовлетворение
потребностей специфических сегментов



Как сегментируем?



Сегменты аудиторий ресторана



Сегменты аудиторий ресторана



Целевая аудитория «Кореана»



Фанаты корейской кухни

- Возраст от 18-28 лет/ в основном девушки.
- Студенты, офисники.
- Житель мегаполиса в его динамичном ритме
- На еду не так много времени, не любит ждать
- Не парится насчет ЗОЖ, но думает, что он ест



Аватар клиента ресторана

ЗАДАЧИ

- Поеть быстро или на ходу
- Пообщаться с друзьями за едой
- Попробовать разную кухню

БАРЬЕРЫ

- Высокая цена и нет комбо
- Не понятное название блюда/ состав
- Долго готовят
- Много людей в зале

МОТИВЫ

- От жизни хочет получать впечатления
- Поддерживать энергию, хорошее самочувствие от полезной еды
- Быть в ритме города и социума

ИСТОЧНИКИ ИНФОРМАЦИИ

- Друзья и коллеги
- Интернет-реклама
- Социальные сети
- Вывеска и витрина ресторана

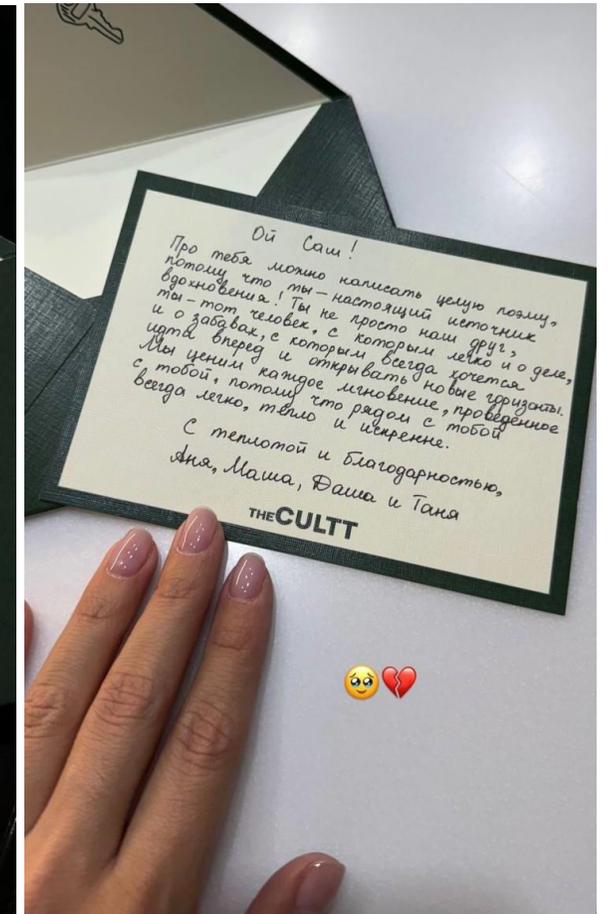
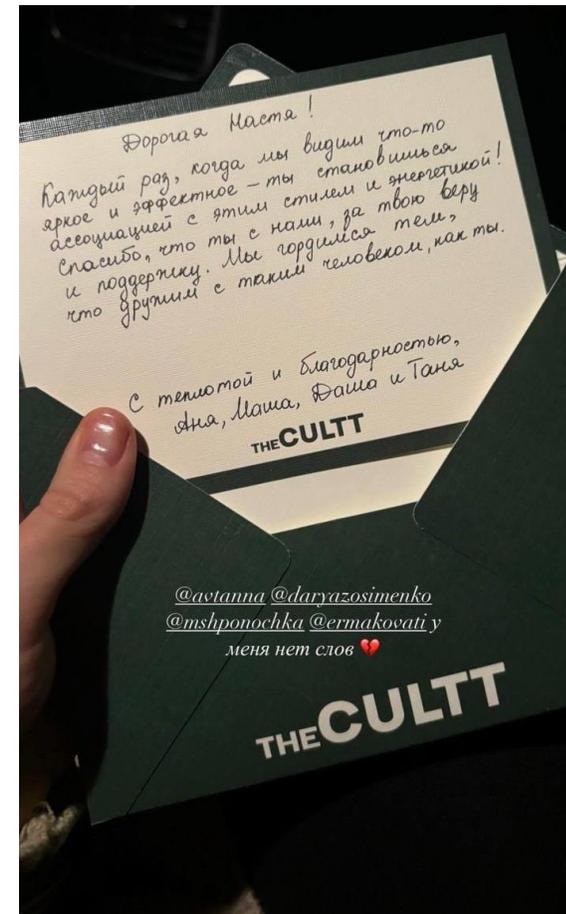
Примеры персонализации

Примеры персонализации

Открытие пространства THE CULTT

Всем приглашенным на открытие инфлюенсерам девушки написали личные письма, в которых подчеркнули какую-то общую историю!

Искренняя персонализация — залог успеха в ближайшее время!



Примеры персонализации



Халаты Zara Home

Речь идет о классических халатах бренда, которые в считанные минуты стали вирусными на платформе, когда на них стала можно добавлять свое имя, фамилию или инициалы.

Свои инициалы вы можно добавить также на постельное белье, полотенца, косметички, дорожные сумки и многое другое.

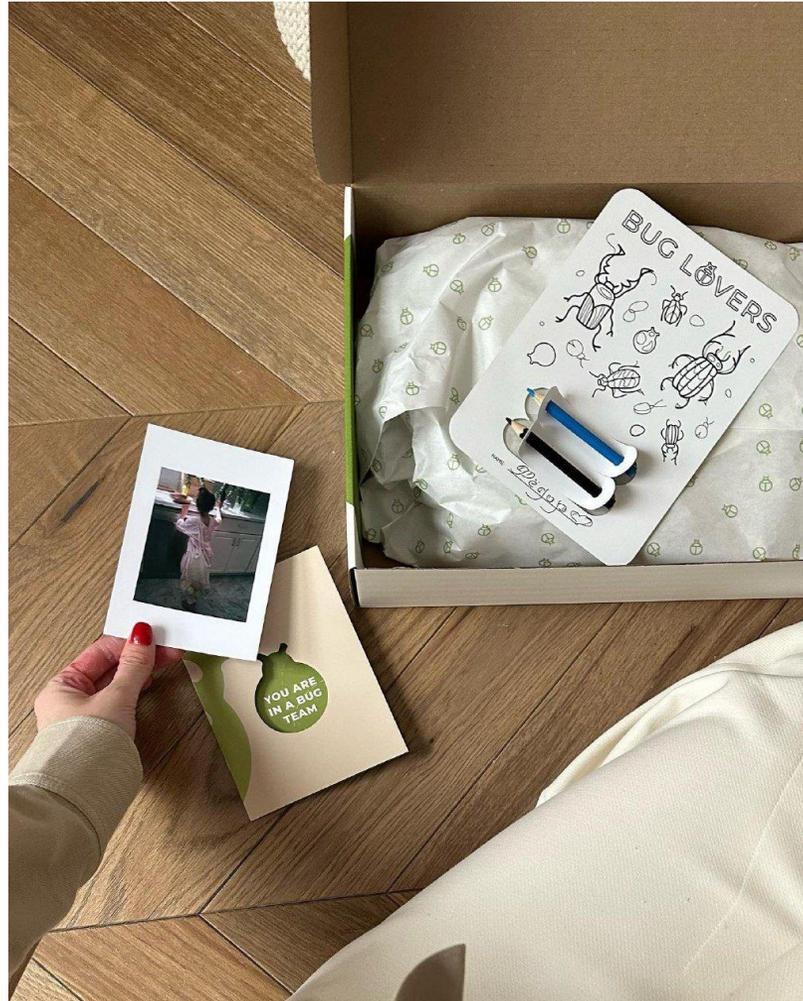
Сделать это можно, как на сайте, так и в некоторых бутиках Zara Home.

Примеры персонализации

Бренд детской одежды buglovers_kids

К каждой упаковке кладут персонализированную открытку, на которой написаны имена детей, для которых сделан заказ.

И подарок в виде раскраски с карандашами.



Примеры персонализации

Простая и стильная идея печенек с персонализацией от Shanty Biscuits



ТРЕНД №2

Маркетинг 360°

- как задействовать все возможные каналы продвижения и точки контакта. Интеграция различных каналов коммуникации для создания единого клиентского опыта.

ПУТЬ КЛИЕНТА –

этапы прохождения вашего клиента с момента заинтересованности в вашем товаре или услуге до момента покупки или далее.

Изучаем путь клиента



Маркетинговая воронка



Этапы пути и действия клиента

Мотивы?

Действия?

**Точки
контакта?**

Осведомленность

**Принятие
решения**

Покупка

Сервис

Лояльность

ТОЧКИ КОНТАКТА –

это многочисленные и разнообразные ситуации, места и интерфейсы соприкосновения клиента с компанией.



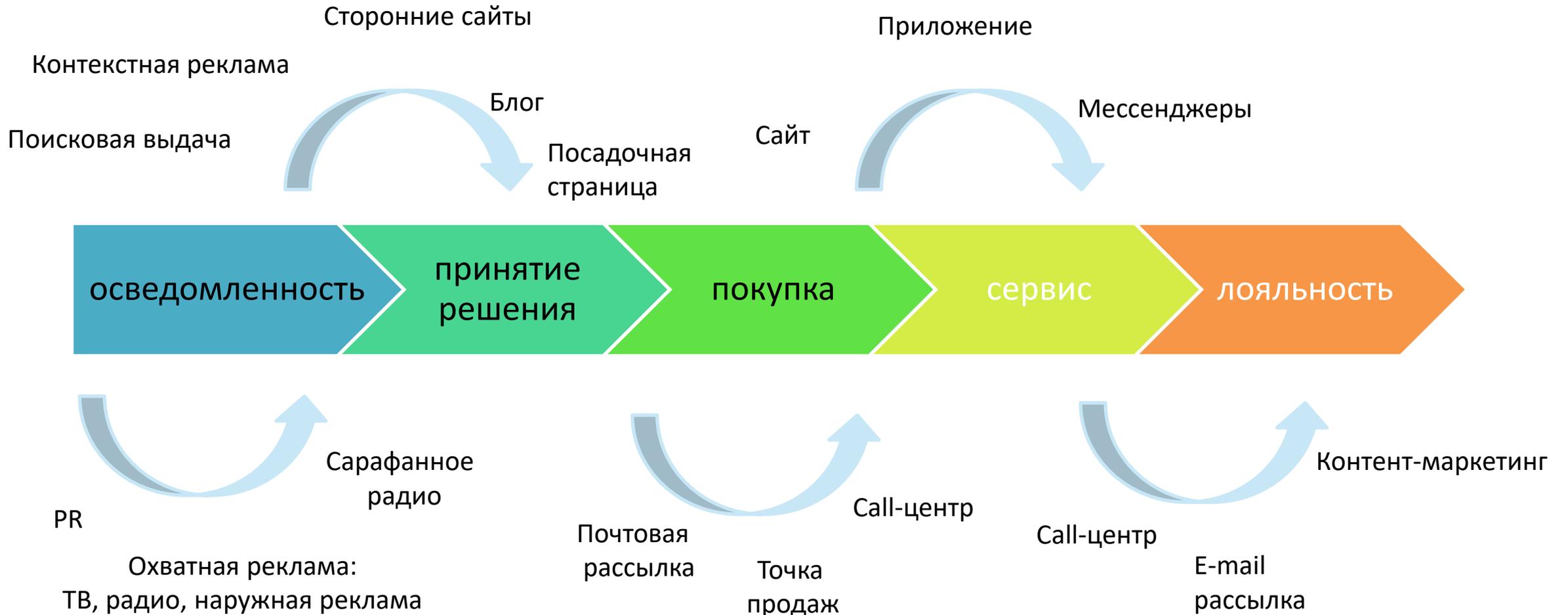
Виды точек контакта:

- офис (сюда входит практически все: от вывески над дверью компании до склада),
- непосредственно сам товар (дизайн, цена и т.д.),
- технологии (сайт, блог, автоответчик, номер дозвона),
- сотрудники компании,
- материалы (рекламные, коммерческие или бухгалтерские)
- **коммуникации (реклама).**

КАНАЛЫ КОММУНИКАЦИИ –

это средства, с помощью которых компания передаёт свои сообщения аудитории/ клиентам.

Точки контакта



Точки контакта



Точки контакта



СМС-информационные технологии

28 авг 2023



КОТ на ВНОТ'23

Всероссийская неделя охраны труда – это глобальная дискуссионная площадка, направленная на совершенствование сферы промышленной безопасности и знакомство специалистов по охране труда с поставщиками услуг и проектами, упрощающими их работу. Показать ещё



Модули и услуги

Преимущества Возможности Клиенты Адаптивность О компании Пользователи Контакты

Цифровизация охраны труда и промышленной безопасности

Призер Всероссийского конкурса "Лучшие цифровые решения по охране труда"



Электронное рабочее место специалиста по охране труда ЭРМ КОТ

Получить доступ Задать вопрос



Точки контакта



ТРЕНД №4

ИИ в маркетинге

Маркетинговые компании в Самаре

Обзор маркетинговых агентств Самары 2024 ...
маркетинговые техн...

Маркетинговое агентство в Самаре - digital услуг...
продам-slona

Каталог рекламных агентств в г. Самара -...
рекламирующий

+5 источников

🌐 Ответ

В Самаре есть несколько маркетинговых компаний, предлагающих широкий спектр услуг. Вот некоторые из них:

Маркетинговые Компании в Самаре

- Sabit:**
 - Услуги: поисковое продвижение, поддержка сайтов, медийная и социальная реклама, создание видеопроектов, веб-аналитика.
 - Преимущества: экспертные услуги в сфере цифровых технологий и медиа, сквозная аналитика продаж, образовательные мероприятия.
 - Клиенты: СК «Моспароходство», Тойота Орск, Волгастройсервис 1.
- Акула:**
 - Услуги: маркетинговые исследования, анализ процессов, разработка бренда, медиапланирование, SMM.
 - Преимущества: членство в Торгово-промышленной палате Самарской

Perplexity умеет:

Искать информацию по рынку и конкурентам.

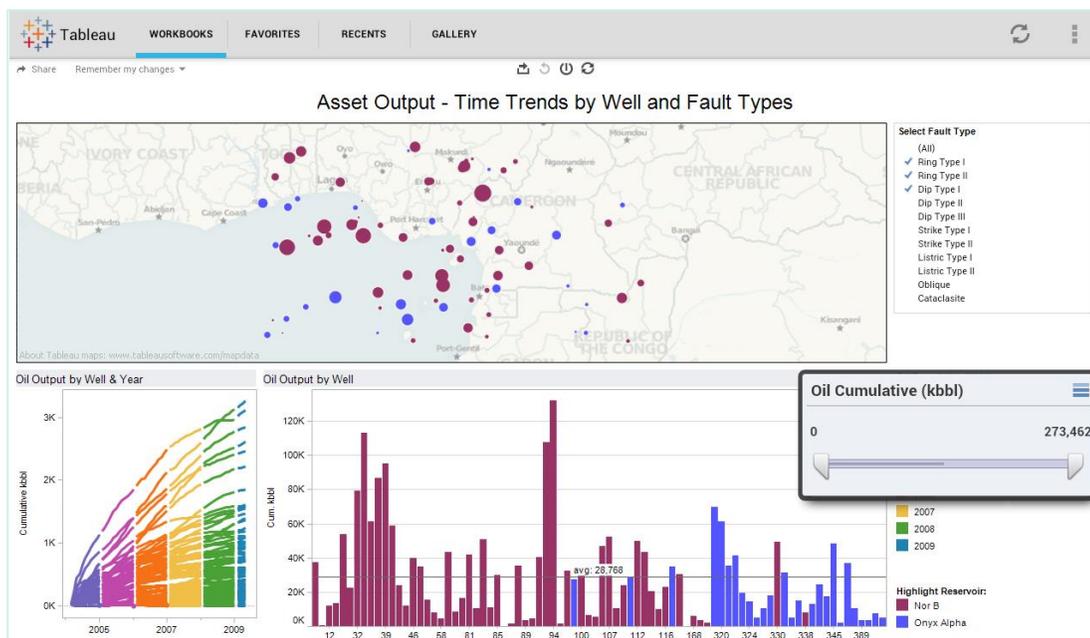
Просто отправьте вопрос нейросети, система соберет ответ из авторитетных источников в интернете. К каждому абзацу текста Perplexity даст пронумерованную ссылку на источник.

Делать краткие сводки документов.

Можно загрузить любой файл в формате PDF, DOC, TXT и попросить сделать выжимку основных тезисов. Потом можно задавать уточняющие вопросы, чтобы не искать информацию самостоятельно.

Подбирать релевантные картинки и

видео. Справа от текста запроса есть три кнопки: «Найти изображение», «Найти видео».

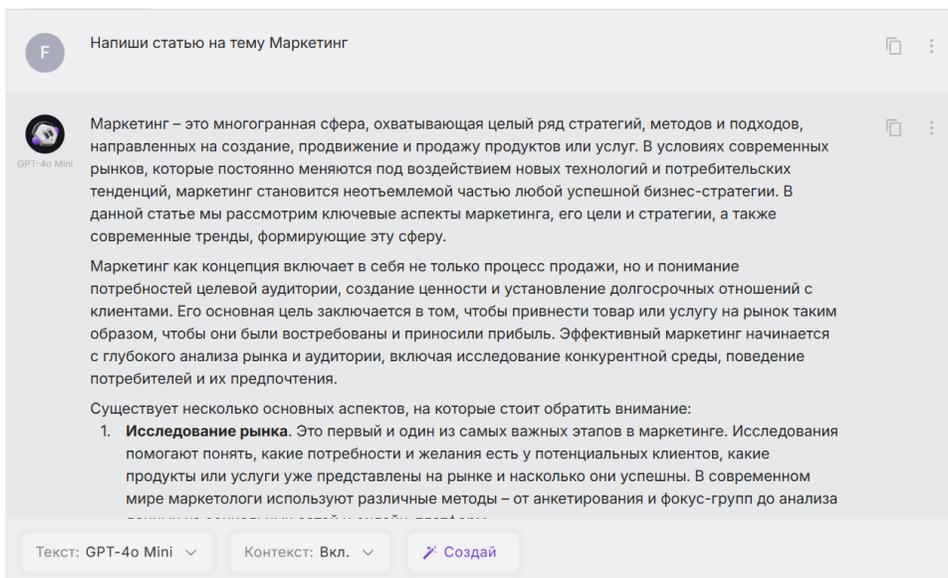
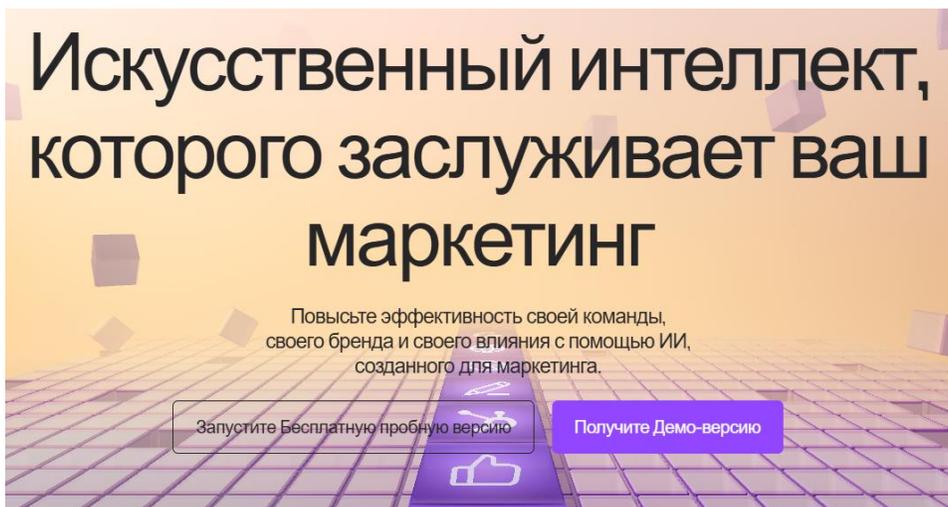


Если у вас есть большие массивы информации, используйте нейросети для их обработки

[MonkeyLearn](#) и [Tableau AI](#) помогут анализировать данные и находить в них важные инсайты.

Особенно полезно для маркетинга, продаж и стратегического планирования.

Написание текстов и сценариев



Нужен текст для поста, письма или статьи?

[ChatGPT](#) или [Jasper](#) помогут создать качественный контент за считанные минуты.

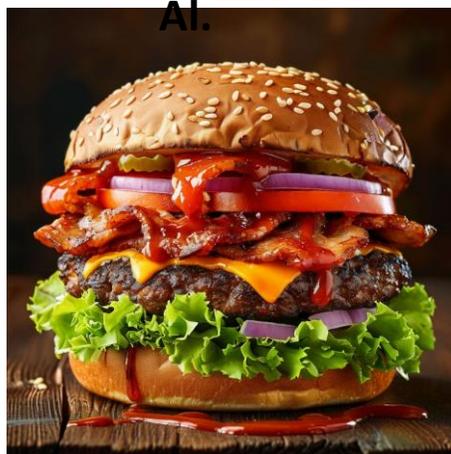
Вы вводите запрос - получаете готовый текст, который можно сразу использовать или доработать.

Создание визуального контента

MidJourney.

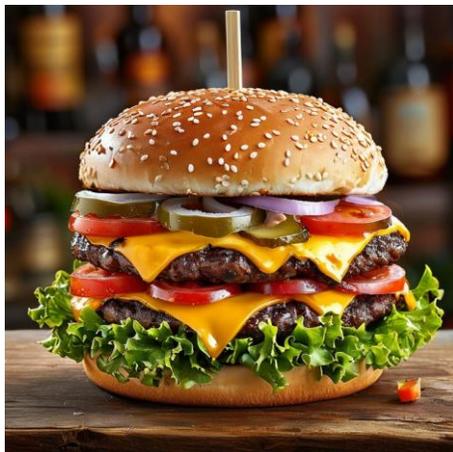


Canva AI.



Для креативов, баннеров и иллюстраций подойдут [MidJourney](#) и [Canva AI](#), но нужен VPN.

БЕЗ VPN: [Шедеврум](#) (от разработчиков Яндекс) и [Kandinsky 3.1](#) (от Сбер).



Шедеврум.



Kandinsky 3.1.

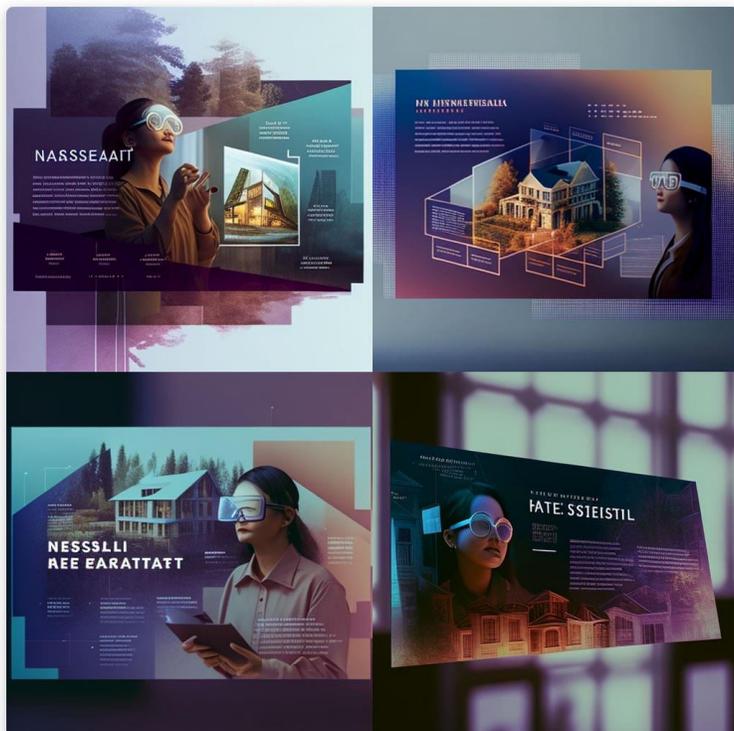
Например, вы можете описать картинку, а нейросеть нарисует её в точности по вашему описанию. Это экономит время на поиске готовых изображений.

Создание презентации

Шаблон презентации



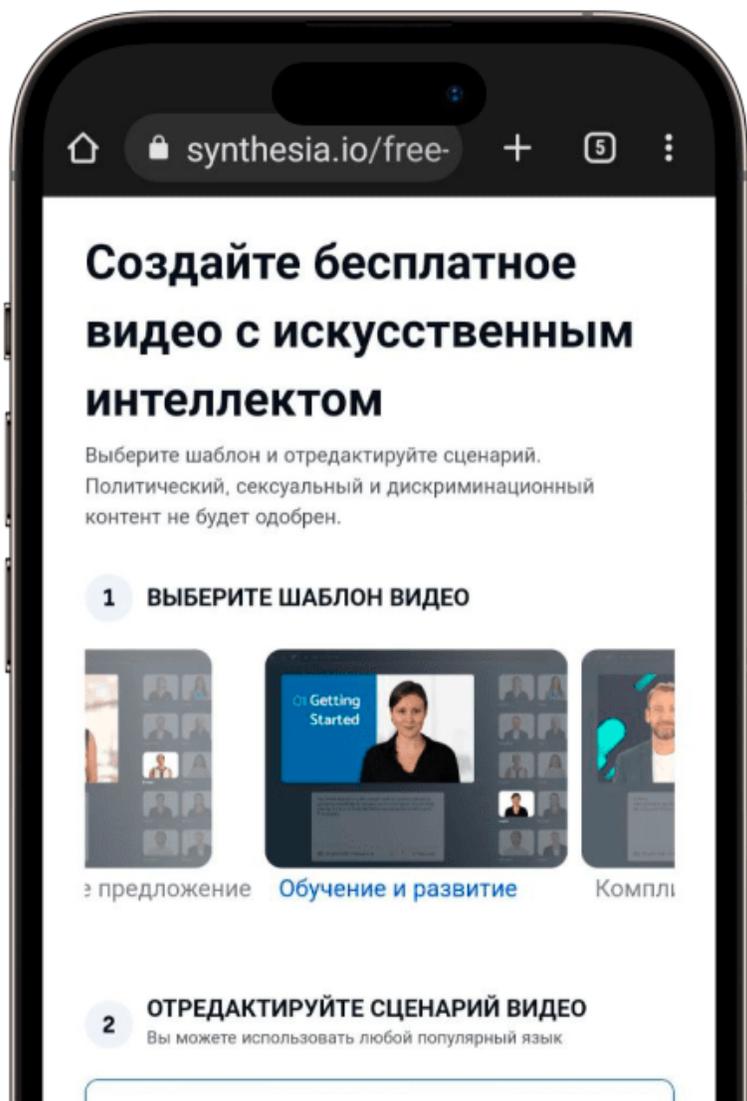
Рисунок Midjourney



Если нужна презентация продукта, но нет идей дизайна, попросите [MidJourney](#) сгенерировать варианты. Можно добавить в задание ссылку на презентацию, которая нравится.

Только в задании нужно было указать формат картинки 16:9, чтобы получить не квадратное изображение, а сразу готовый слайд. Ещё можно добавить команду --no text, чтобы ИИ не добавлял на картинки текст.

Видео со спикером



[Synthesia.io](https://synthesia.io) создаст видео со спикером, которое можно использовать для рекламы.

Нужно написать текст, а нейронная сеть сгенерирует ролик, где этот текст расскажет человек.

Голос чуть-чуть не дотягивает до человеческого, от роботизированного голоса пока не удалось избавиться никому.

ТРЕНД №4

Локальный маркетинг:

микро- и наноинфлюенсеры, партизанский маркетинг, локальные мероприятия и сообщества для продвижения.

Локальный маркетинг –

это стратегия, нацеленная на привлечение клиентов из конкретного географического района.

Он адаптирует маркетинговые сообщения и тактики в соответствии с локальными особенностями, потребностями и предпочтениями аудитории

- Коллаборации
- Участие в местных мероприятиях
- Сотрудничество с местными блогерами
- Геолокационные сервисы



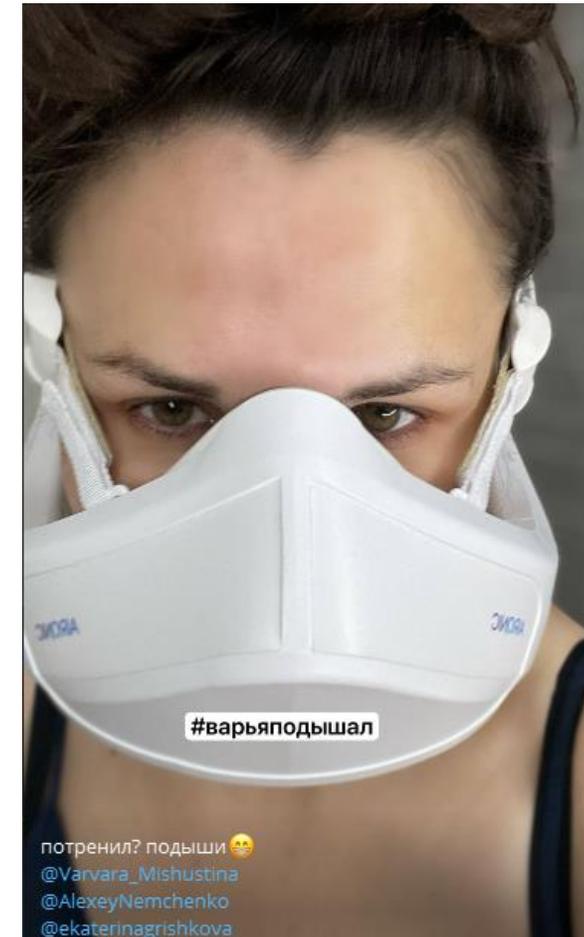
Локальный маркетинг

Размещение рекламы
в заведениях

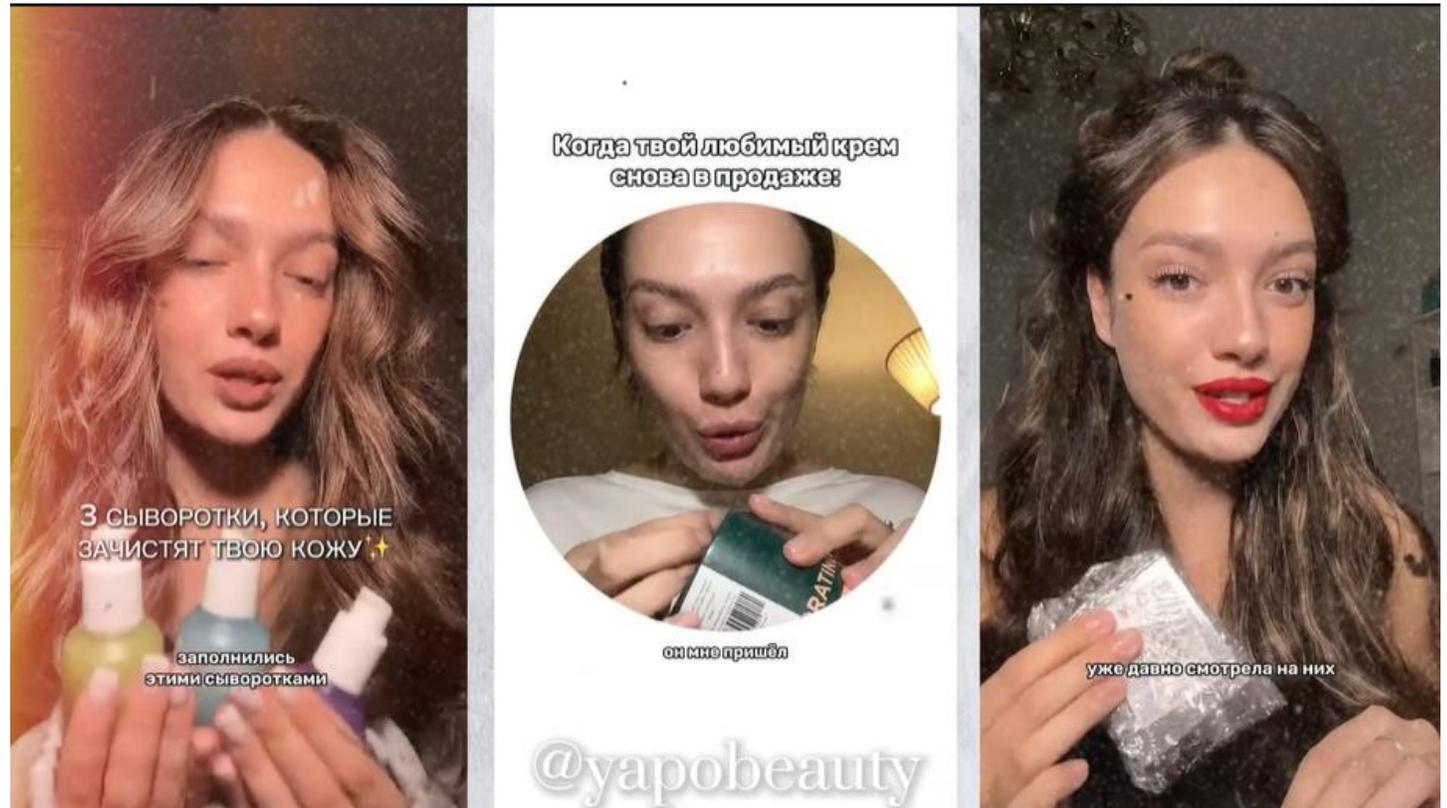


Локальный маркетинг

Создание комьюнити
вокруг своего продукта
или бренда



Работа с микроинфлюенсерами



Партизанский маркетинг –

Комплекс креативных и малозатратных действий, направленных на продвижение продукта и повышение узнаваемости бренда.

Особенности партизанского маркетинга

1. Креативность, юмор, необычность.
2. Локальность.
3. Работа с инфлюенсерами



Инструменты партизанского маркетинга



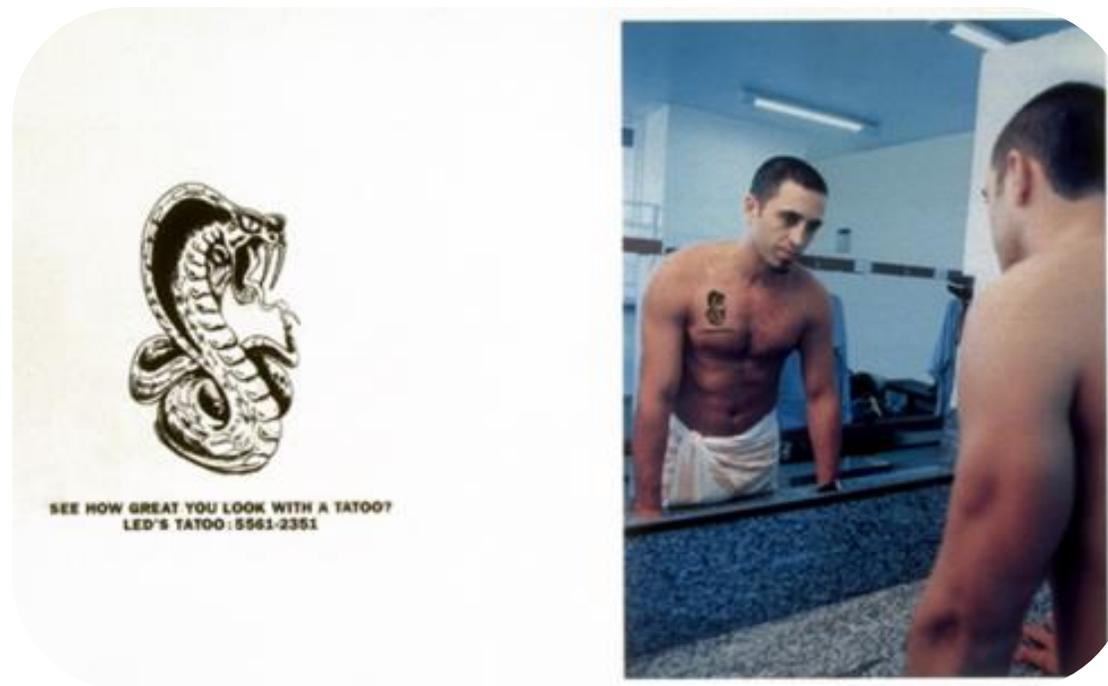
Ambient-media





Реклама центра для занятий йогой.

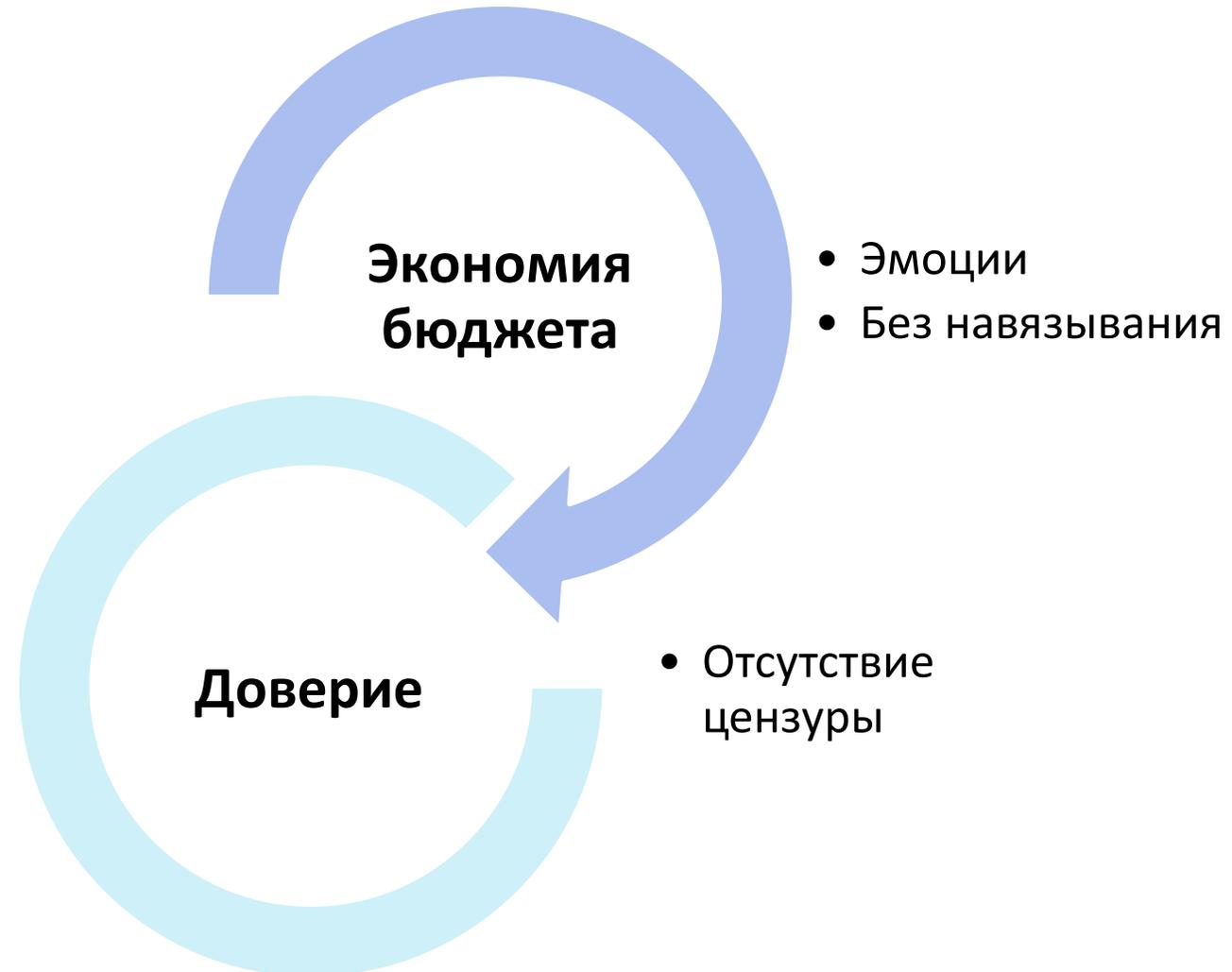
Гибкость людей, занимающихся йогой, олицетворяет трубочка для сока, распространяющаяся в ближайшем кафетерии.



Реклама салона татуировок.

Благодаря нарисованной татуировке на зеркале можно было посмотреть, как она будет смотреться на твоём теле.

- Сарафанное радио.
- Слухи.
- Мониторинг мнений.
- Скандальная новость.
- Распространение за вознаграждение.



Лайф-плейсмент





СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!



 www.spika.pro



 [SPIKA.pro](https://t.me/SPIKA.pro)



 [@spika.pro](https://www.instagram.com/spika.pro)



Ирина Загребина

Маркетолог-стратег

marketing@spika.pro

+7 927 264-88-86