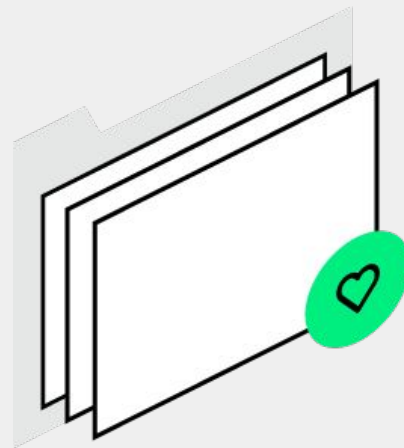


Продуктовая стратегия

Помогаем компаниям понять, что делать

Зачем

Чтобы структурировать продукты и услуги, обнаружить устаревшие и перспективные позиции, понять, кому они нужны и создать функциональные описания. В итоге получить упорядоченный ассортимент, упростить работу менеджерам по продажам, а клиентам — выбор.



Кому, когда

Кому

- Банкам, софтовым компаниям, производителям.
- Магазинам и онлайн-сервисам с объемными каталогами.

Когда

- Услуг и продуктов много, они не структурированы и не описаны.
- Создаете или обновляете онлайн-каталог, но не знаете, как его организовать.
- Клиенты задают много вопросов, не понимают, чем отличаются продукты, им трудно выбирать.
- Вашим менеджерам трудно помогать клиентам выбрать.

Как*

1. Исследование

2. Стратессии

3. Исполнение

4. Презентация

* Этап «Исполнение» зависит от типа стратегии

Как*

1. Исследование

2. Стратессии

3. Исполнение

4. Презентация

Проводим от двух интервью с вашей командой и разговариваем с людьми из аудитории. Читаем сайты, соцсети, анализируем статистику. Другие методы, например, фокус-группы, тестирование и опросы – выбираем по задаче.

* Этап «Исполнение» зависит от типа стратегии

Как*

1. Исследование

2. Стратсессии

3. Исполнение

4. Презентация

Собираем гипотезы и зовем вас на совместные штурмы. Обсуждаем находки, проблемы, идеи. Критикуем, предлагаем, решаем, с чем будем работать дальше. Таких сессий может быть несколько, например, с разными специалистами с вашей стороны.

* Этап «Исполнение» зависит от типа стратегии

Как*

1. Исследование

2. Стратессии

3. Исполнение

4. Презентация

Описываем, в чем проблемы, и куда идет ваш бизнес. Выясняем, кто какие услуги и продукты покупает, почему, что им нравится и не нравится, как выбирают. Думаем о потенциальных клиентах: кто они и как до них добраться. Смотрим на похожие компании, изучаем их предложение. В итоге обрабатываем исходный ассортимент и создаем продуктовую матрицу или структуру.

* Этап «Исполнение» зависит от типа стратегии

Как*

1. Исследование

2. Стратсессии

3. Исполнение

4. Презентация

Собираемся небольшим составом на два-три часа, презентуем результат, обсуждаем и выбираем, что будем внедрять в первую очередь.

* Этап «Исполнение» зависит от типа стратегии

Что в итоге

- Презентация в ПДФе.
- Продуктовая матрица.
- Структура каталога.
- Функциональные описания.
- Пример подачи одного-двух продуктов или услуг на сайте.
- Тезисы для сайта.
- Структура сайта.
- Семантика.

Дополнительные услуги

- Аудиты, опросы, тестирование и другие исследования.
- Позиционирование компании, продуктов и услуг.
- Редполитика.
- Редплан.
- Медиаплан.

Как работаем

- От нас: стратег и аккаунт.
Другие специалисты участвуют по необходимости.
- От вас: менеджер и руководитель.
Другие специалисты участвуют на этапе исследования.
- Письмо со статусом раз в неделю.
- Совместная работа, двусторонние штурмы.
- Письменная история разговоров и договоренностей.

Еще стратегии*

Продуктовая стратегия

Коммуникационная стратегия

Рекламная стратегия

Сервисная стратегия

Контентная стратегия

* **Часто комбинируем типы**. Содержание стратегии зависит от проблемы и задач

Об агентстве

Стратегия

Брендинг

Разработка

Реклама

Видео

Мы часть большого Нимакса. Делаем так, чтобы все специалисты агентства знали, что и зачем делают для вас.

Что после стратегии

Брендинг

- Нейминг – Слоганы – Фирстиль
- Логотипы – Упаковка – Баннеры
- Носители – Гайдлайны – Шаблоны

Реклама

- Веб-аналитика – Поиск – Промо
- Соцсети – Контекст – Таргетинг
- Пиар – Медиа – Спецпроекты

Разработка

- Проектирование – Дизайн
- Фронтенд – Бэкенд – Итерации
- Поддержка – Аудит – Аналитика

Видео

- Концепции – Сценарии
- Раскадровки – Производство
- Монтаж – Анимация – Музыка



NIMAX

**Нимакс.
Стратегия**

Март 2017