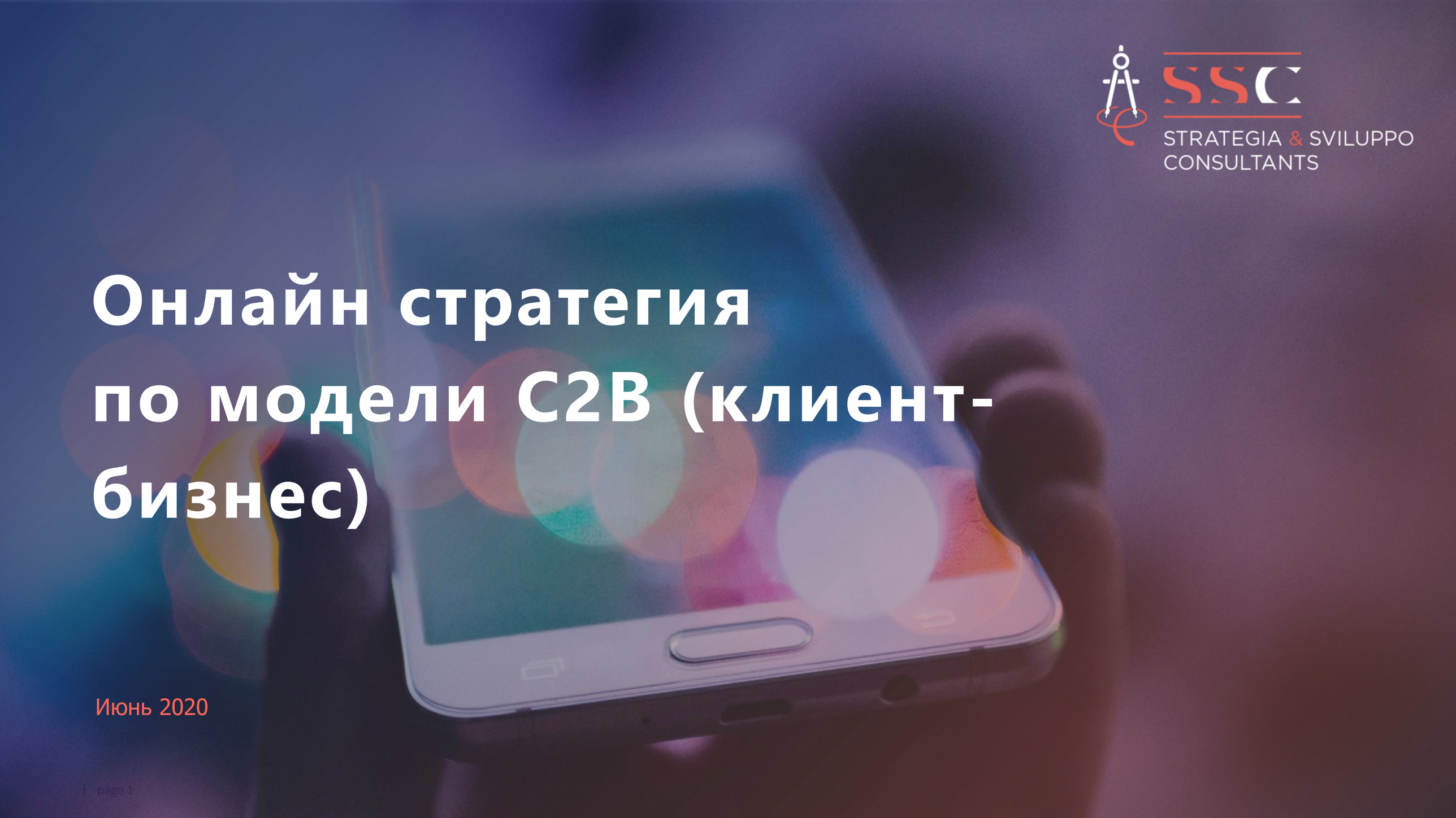


STRATEGIA & SVILUPPO CONSULTANTS

Онлайн стратегия по модели C2B (клиент-бизнес)

Июнь 2020

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. Введение
2. Тенденции и тренды
3. C2B: Как это работает
4. Этапы работы
5. Преимущества стратегии C2B
6. Контакты

Зачем нужно управление онлайн присутствием?

Пандемия COVID-19 показала бизнесу все преимущества и возможности онлайн присутствия которые позволяют развивать бизнес в любых обстоятельствах. Несмотря на то, что онлайн присутствие уже много лет – данность, мало компаний последовательны в своей цифровой стратегии.

Отсутствие анализа результатов и эффективности деятельности своей и конкурентов на разных каналах и платформах (соц.сети, сайт и т.д.), приводит к тому, что полный потенциал этих инструментов остается не раскрыт.

Часто в компаниях социальными сетями занимается отдел IT, а не отдел маркетинга. В результате контенту уделяется мало внимания, и он становится разрозненным. Иногда **даже если в качество контента было вложено достаточно ресурсов и внимания, результат бывает ограничен за отсутствием последовательной стратегии и анализа.**

Трансформация – это не выбор,
это бизнес-императив –

John Shook,

руководитель отдела подряда в Toyota

Развитие несмотря на кризис

Исследования показывают (график 1), что **компании-лидеры в разных отраслях более, чем на 20% чаще остальных конкурентов называют необходимость внедрения онлайн стратегии в соответствии с основной стратегией компании**.

В 2-3 раза больше конкурентов компании-лидеры уделяют внимание диджитализации продуктов и дистрибуции, экосистем, управления процессами, поставками.

В опросе (график 2), 49% респондентов ответили что цифровая стратегия их компании в первую очередь направлена на маркетинг и дистрибуцию, 21% -- на продукты и услуги компании, что подразумевает ведение постоянного «диалога» с клиентами.

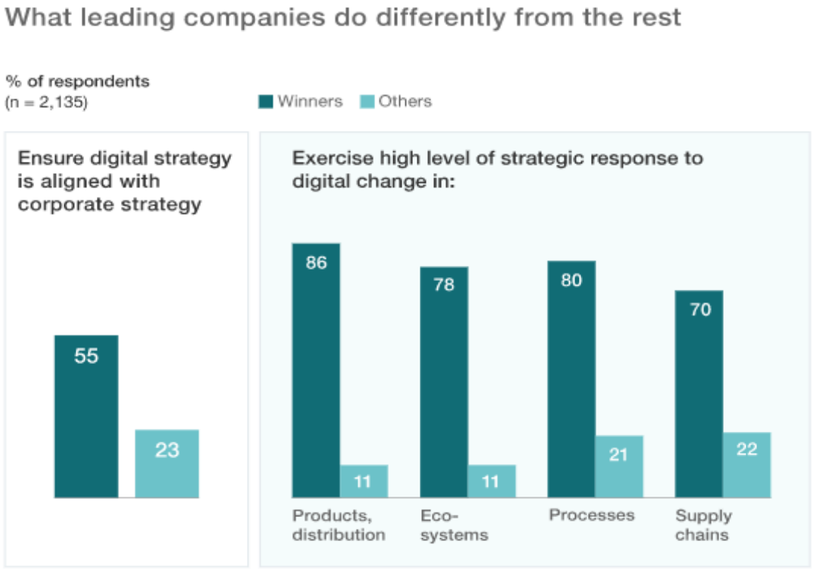


График 1

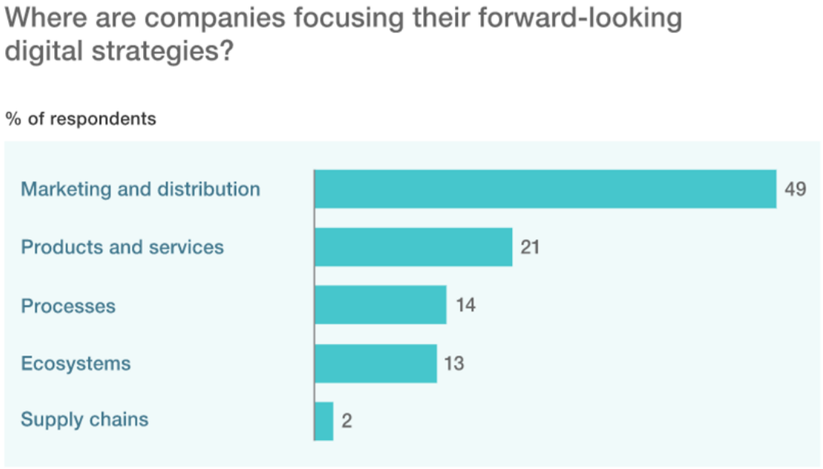
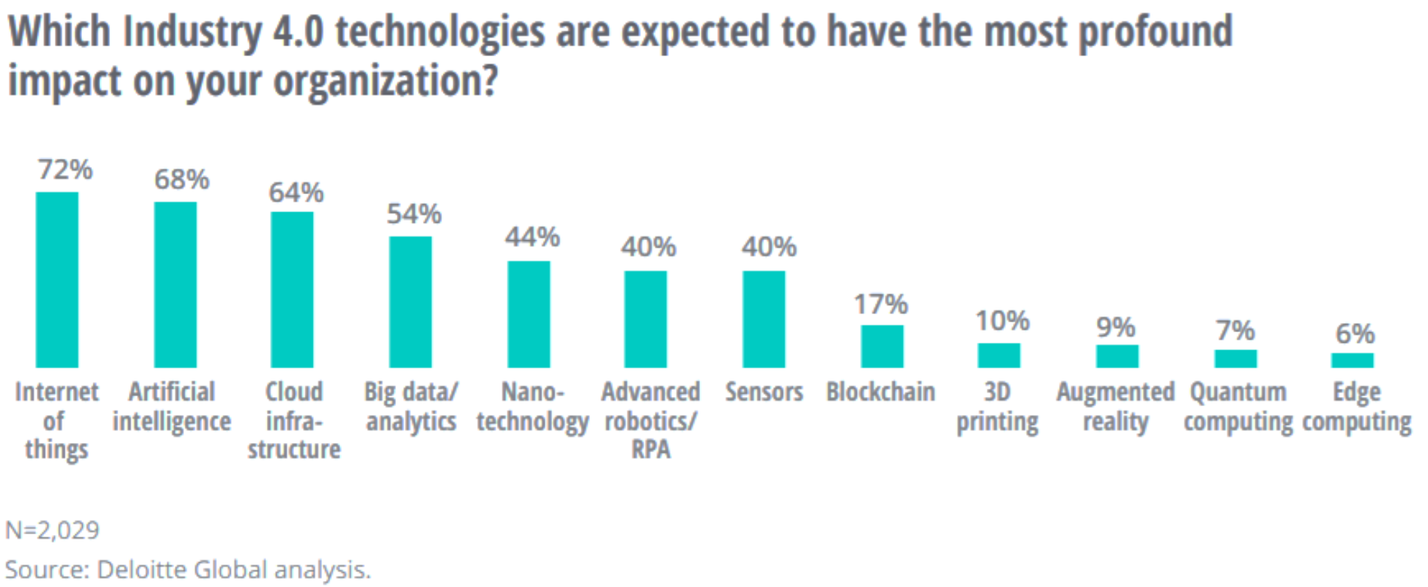


График 2

Тенденции будущего в цифрах

Ниже представлены прогнозы о роли различных технологий, которые в ближайшие годы окажут наибольшее влияние на бизнес.

Лидеры рынка предсказывают рост и значительное влияние, в первую очередь, Интернета вещей, искусственного интеллекта, облачных сервисов, на структуру бизнеса. Эти технологии связывают онлайн и офлайн мир посредством сбора и анализа данных для автоматизации и оптимизации процессов и услуг, улучшения клиентского опыта (customer experience).



C2B: Как это работает

В основе модели –стремление развивать продукт/услугу, исходя из желаний и потребностей клиента и с учетом «голоса клиента» (Voice Of the Customer). Эти данные доступны благодаря анализу отзывов, рейтингов, данных о восприятии и репутации бренда и т.д..

Такая **система двусторонней коммуникации ведет к стратегии обоюдной выгоды (win-win) и помогает сократить риски вывода новых продуктов на рынок**. Кроме того, анализ такой коммуникации помогает **определить потребности аудитории, которые еще не были учтены.**

Таким образом, благодаря онлайн технологиям **клиенты могут повлиять на совершенствование продукта/услуги,** а также на позиционирование и ценообразование, сопутствующие товары и систему потребления в целом.

Этапы работы

1. Анализ онлайн экосистемы

- Анализируем конкурентов и ситуацию компании на настоящий момент

-Определяем пробелы и направления работы в соответствии с моделью бизнеса

2. Разработка стратегии

- Разрабатываем стратегический план и коммуникационную стратегию - Выбираем каналы и инструменты

- Составляем контент план,

- Определяем сроки исполнения и систему оценки.

3. Реализация стратегии и мониторинг

- Посредством правильного контента ведем постоянный «диалог» с клиентами, в том числе для улучшения продукции и оптимизации производства

- Проводим мониторинг результатов на веб-репутацию и динамику бизнеса в целом

1. Анализ онлайн экосистемы (1/2)

Начинаем с анализа настоящей ситуации, чтобы выявить сильные и слабые стороны для дальнейшей работы над ними.

Этот анализ проводится с учетом специфики сектора, конкурентов и лучших практик.

В результате **определяем все необходимые показатели для измерения эффективности** и создания стратегии развития тех или иных каналов коммуникации.

Помимо **анализа веб репутации и общественного мнения** мы проанализируем **уровень интеграции стратегии** по всем социальным сетям, **правильность применения техник SEO.**

Мы **сравниваем показатели с показателями конкурентов** для наилучшего понимания общей ситуации в отрасли и позиционирования компании.

Отчётные данные

- Анализ лучших практик SEO и анализ пробелов (gap analysis) для дальнейшей работы
- Анализ и рекомендации по эффективному управлению соц.сетями
- Анализ репутации компании он-лайн и рекомендации к работе над ней
- Сравнительный анализ с тремя конкурентами.

1. Анализ онлайн экосистемы (2/2)

Мы предлагаем анализ онлайн экосистемы вашего бренда на настоящий день, чтобы вы могли оценить необходимость в дальнейшей разработке и реализации стратегии для всех онлайн каналов вашей компании.

Внутренние каналы (онлайн экосистема компании):

- Сайт/ приложение
- Социальные Сети
- Результаты рекламных кампаний
- Блог
- Платные медиа
- Новостная рассылка
- Служба клиентской поддержки

Внешние источники:

- Приложения и сайты-отзовики
- Платформы опросов и исследований
- Сообщества в социальных сетях

Качественный и количественный анализ

Отчёт о «здоровье» онлайн экосистемы, выводы и рекомендации

2. Разработка стратегии

После первого анализа и определения причин отставания за конкурентами, выделения отправных точек для дальнейшей работы, мы составляем стратегический план, определяем сроки исполнения и систему оценки.

В ходе составления плана учитываются все внутренние и внешние факторы, задачи и бизнес модель.

Далее **рассчитывается бюджет для его реализации и планируется контент,** который позволит протестировать соответствие УТП нуждам клиентов.

Отчётные данные:

- Настройки веб-сайта или онлайн магазина
- Анализ целевой аудитории и соответствующего УТП
- План действий для реализации онлайн стратегии
- Расчёт бюджета для внедрения стратегии
- Определение обязанностей и ролей для реализации стратегии
- Установление системы подотчётности (Road map) и сроков исполнения.

3. Реализация стратегии и мониторинг

Третья фаза работы предполагает **актуализацию разработанной стратегии и последовательный мониторинг на протяжении заданного времени.** Это позволяет убедиться в её эффективности и при необходимости скорректировать для достижения максимального результата.

Мы **определяем какие каналы стоит задействовать, и как объединить их в единую экосистему (омниканальность)**, которая сделала бы коммуникацию наиболее последовательной и эффективной.

Основополагающим является также создание качественного контента, отвечающего интересу целевой аудитории, и в соответствии с её ожиданиями и настроением по отношению к бренду.

На этом этапе 3 месяца -- минимальное время для получения первых результатов.

Отчётные данные:

- Работа с каналами коммуникации, которые способствовали бы максимально эффективной реализации стратегии
- Составление плана и постановка целей в управлении соц. сетями
- Консультирование в создании контента
- Еженедельный анализ репутации и общественного мнения
- Еженедельный анализ ключевых показателей и отчётность.

Преимущества стратегии C2B

Комплексный подход:

Работаем **со всей экосистемой (онлайн каналами) компании** для усиления имиджа бренда и лучшей коммуникации с клиентами.

Проверенная стратегия:

В основе стратегии – статистика и реальные данные взаимодействия компании и клиентов.

Рост качества и оптимизация:

Принятие во внимание мнения клиентов и его анализ способно стать **инструментом для оптимизации продукции/ услуг.**

Гибкое использование:

Стратегия C2B легко масштабируема: может использоваться в качестве подхода на определённых этапах работы или стать в основу бизнес модели.

Онлайн стратегия будет полезна, если вы **хотите оценить потенциал развития онлайн и реализовать его следуя плану, основанному на реальных данных отрасли и составленным конкретно для вашего бизнеса**.

Также подход C2B поможет проанализировать веб репутацию вашей компании и определить методы её повышения.

Contact

Fabrizio Zucca
President

Strategia & Sviluppo Consultants s.r.l

info@strategiaesviluppo.com

www.strategiaesviluppo.com