

Практики

Возможности

- Продажи
- Лояльность

Продажи

- Прямые продажи – утюги Panasonic
- Продукт, созданный для интернета – Тинькофф кредитные системы
- Сервисы коллективных закупок – для ресторанов, салонов красоты и пр.

Прямые продажи

- **Rainasonics** постепенно наращивает базу пользователей в социальных медиа и время от времени мы проводим короткие распродажи и акции
- Чтобы купить утюг, нужно было переслать информацию друзьям или разместить в социальную сеть
- За 2 дня было продано **140** утюгов по цене на **30%** ниже средней

Продукт, созданный для интернета

- Банк Тинькофф создал вид депозита когда не нужно идти в отделение или куда бы то ни было. Все операции происходят через интернет
- За 4.5 месяца привлечено 2 млрд рублей при плане в 0.5 млрд до конца года
- Роль личности в продвижении продукта также высока

Сервисы КОЛЛЕКТИВНЫХ ЗАКУПОК

- В конце 2008 года в США запустился сервис groupon.com. Его суть – предоставление скидок на посещение различных заведений при коллективной закупке
- В 2010 году его оборот должен достичь \$350 млн
- В России насчитывается 11 работающих клонов сервиса

Лояльность

- Создание сообществ – клуб Panasonic
- Управление репутацией – работа на форумах, прайс-каталогах, сервисах вопросов и ответов
- Поддержка пользователей – реагирование на запросы пользователей в профилях и на сайте компании

Создание сообществ

- Инвестируя в рекламу, мы в большинстве случаев теряем контакт с клиентом.
- Интернет позволяет по-настоящему персонализировать отношения с клиентом
- Мы (Panasonic) создали клуб с видом на будущее – лояльность в продажи
- В 2010 году – 132 000 пользователей, \$2 млн продажи.
- В 2012 – 500 000 пользователей, \$ 10 млн продажи.

Управление репутацией и поддержка пользователей

- О вас говорят. На форумах, в блогах.
- Важно присутствовать там, где о вас говорят. И реагировать оперативно.
- В Panasonic выделено 2 сотрудника колл-центра на отслеживание упоминаний