

# FITSALES

# UPROCK



## Брендинг

ЮРИЙ СОКОЛОВ

Опыт работы в продажах - 11 лет

Опыт в маркетинге - 6 лет

Количество клиентов и консультаций - 40000

Основные вехи в карьере:

2003-2008: Розничная торговля

2008- 2014: Автомобильный бизнес

2012: Коучинг, консалтинг, консультации

2010 - РОП «Капитал Авто Кудрово»

2011 - Директор по продажам и маркетингу  
«Авто гамма»

2013 - Директор по корпоративному сектору  
ДОМ.РУ

2014 - Коммерческий Директор «Лаура»



# Текущая деятельность и проекты

Управляющий партнер FitSales

Директор по развитию Uprock

Эксперт Санкт-Петербургской ассоциации бизнес ангелов

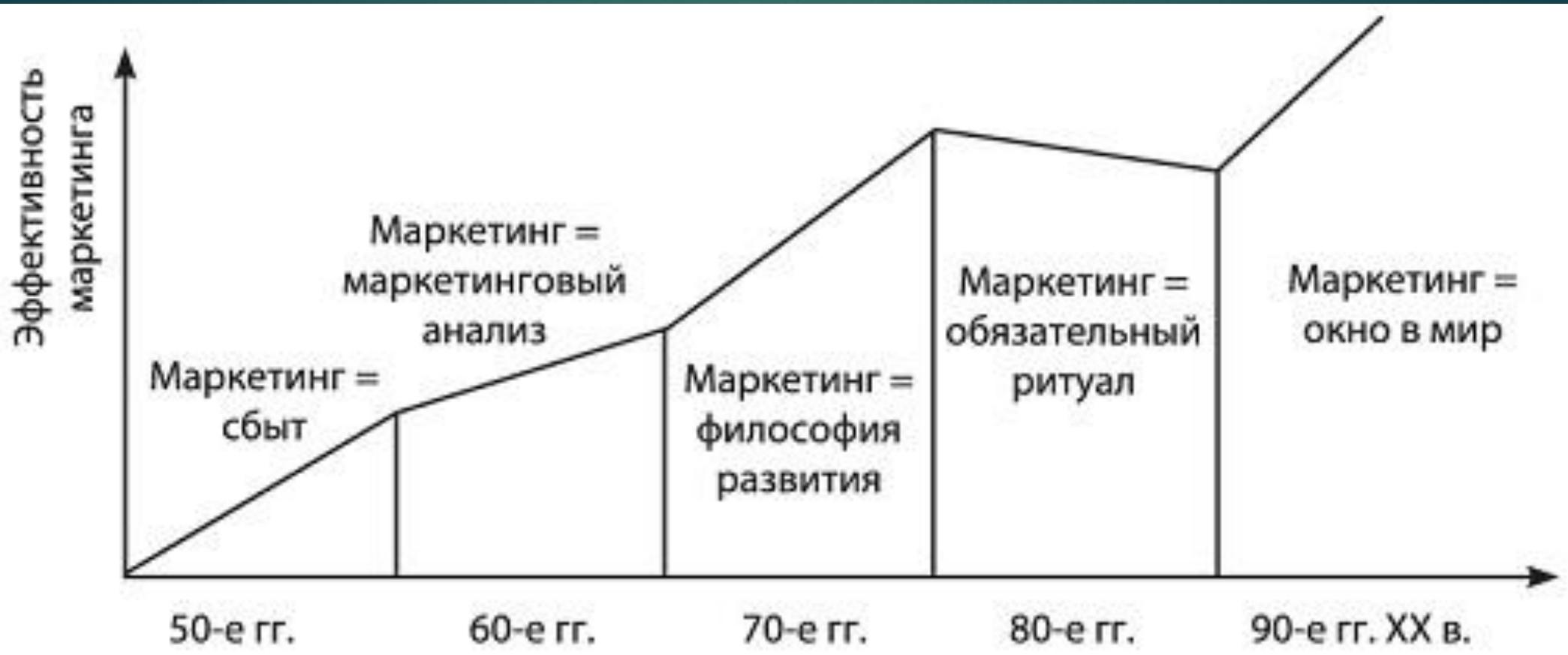
Идеолог и основатель «Школа продаж Sales Star»

Директор по маркетингу Smart WiFi





# Развитие современного маркетинга



# Бренд – сублимация амбиций собственника











DON'T JUST  
MARKET.  
**NEUROMARKET.**



MARKETING<sup>AV</sup>

STRATEGY<sup>ST</sup>

# Маркетинговая стратегия

- ▶ Маркетинговая стратегия — это начальная точка отсчета в процессе планирования деятельности предприятия.
- ▶ Целью планирования маркетинга является определение позиции компании: каких количественных показателей она хочет достичь и как ей добиться этих целей.

# Матрица рыночного успеха

Привлекательность для потребителя	Высокая	<b>Частичная неудача</b> <i>Новые потребители приходят на место старых потребителей</i>	<b>Успех</b> <i>Продажи и прибыль растут с максимально высокой скоростью</i>	
	Низкая	<b>Полный провал</b> <i>Продажи падают по мере того как уходят потребители</i>	<b>Частичная неудача</b> <i>Продажи замедляются или падают из-за недостатка потребителей</i>	
		Низкая	Удержание потребителей	Высокая



Целью продвижения бренда является создание  
монополии в данном сегменте рынка и  
сознании потребителей

# Бренд - ЭТО

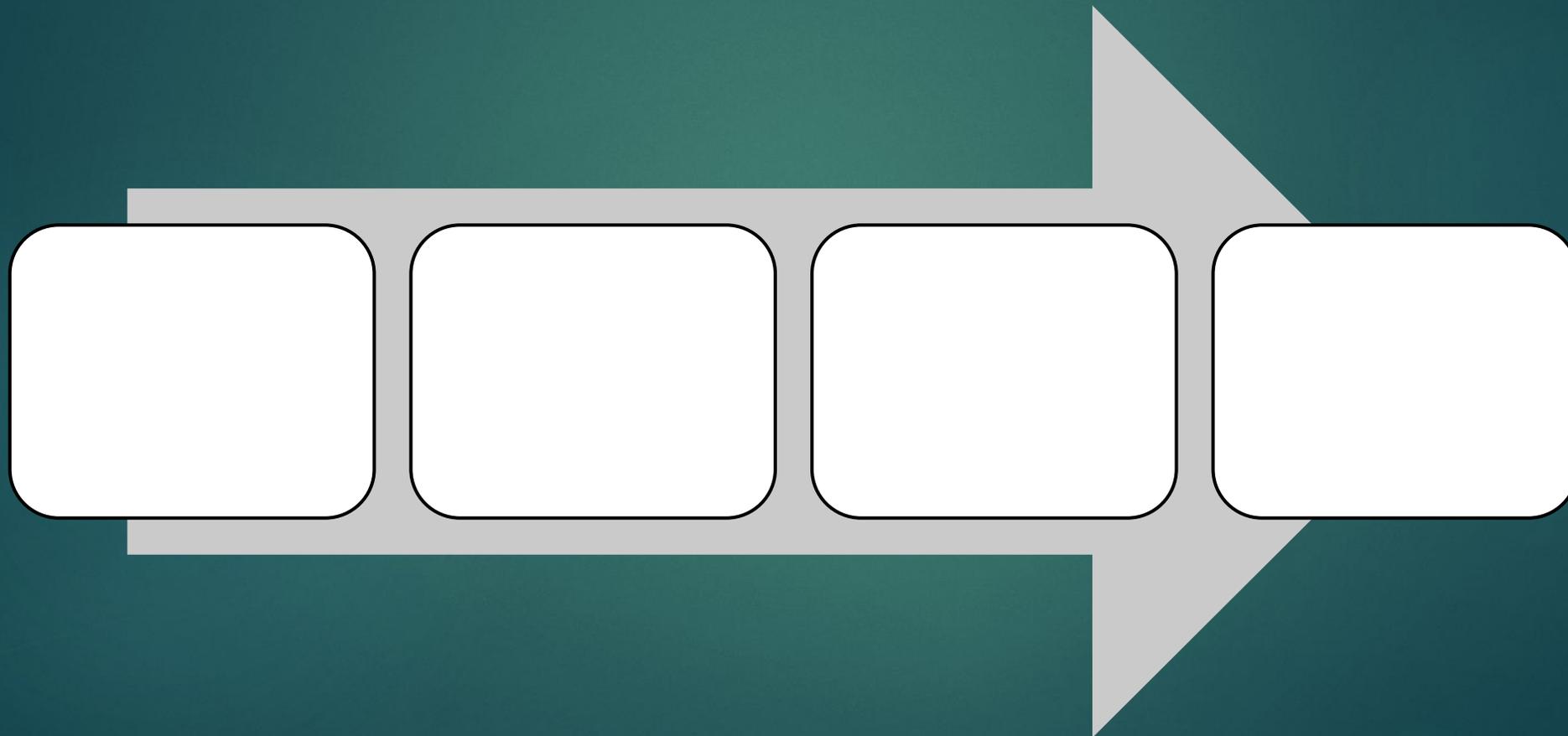
Бренд - это торговая марка (личность), которая обладает следующим набором свойств:

- ▶ Широко известна (узнаваемость бренда)
- ▶ Ассоциируется с качеством товара
- ▶ Обладает узнаваемой идентичностью, выделяющей ее на рынке и обеспечивающей ценностную связь с потребителем

Бренд выражает личностные смыслы и ценности личности.

Поддерживает самоидентификацию человека и направляет его взаимодействие с социальными группами и окружающей средой

# Древний закон продаж





# B2C рынок

Решение



Эмоции



Желания



# B2B рынок

Решение



Выгоды





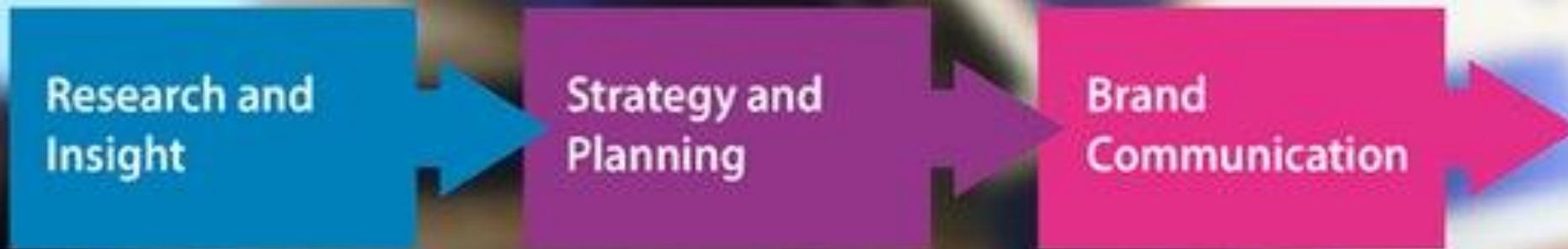
# Позиционирование

Позиционирование - это процесс создания образа и ценности у потребителей из целевой аудитории таким образом, чтобы они понимали, зачем существует компания или бренд по отношению к конкурентам.

# Зонтичный бренд

Вид стратегии расширения бренда, заключающийся в выпуске под одной маркой сразу нескольких групп товаров или товарных категорий, при этом в названии товаров доминирует имя компании-производителя, а в рекламе продукции компании демонстрируется её логотип.

# Бренд коммуникации



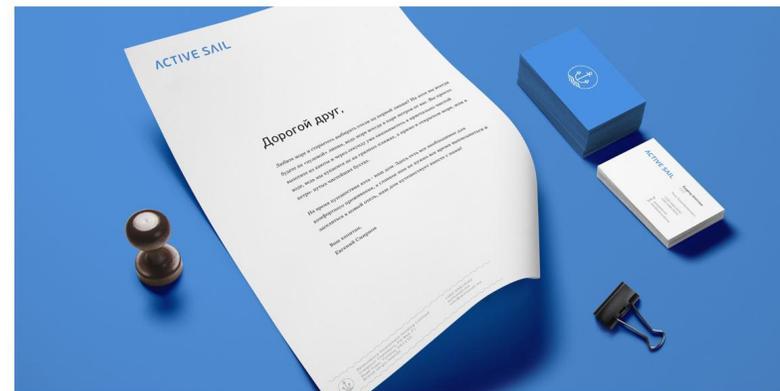
research | strategy | branding





VSCA

# ACTIVE SAIL



UNISPOOL

# VSCA

Имя: [ ] Фамилия: [ ] Контакт: [ ]

Header

VSCA

3 145 40 27

Call to Action

Magazin

## New Japan

UNISPOOL

# DrimEstate

Имя: [ ] Фамилия: [ ] Контакт: [ ]

Header

## DRIMESTATE

3 145 40 25

Call to Action

Magazin

## New Japan

UNISPOOL

# Cellini

Имя: [ ] Фамилия: [ ] Контакт: [ ]

Header

CELLINI

Ювелирные студии

3 145 40 25

Call to Action

Magazin

## New Japan

UNISPOOL

# Spice Gems

Имя: [ ] Фамилия: [ ] Контакт: [ ]

Header

Spice Gems

3 145 40 25

Call to Action

Magazin

## New Japan

UNISPOOL

# Варламов

Имя: [ ] Фамилия: [ ] Контакт: [ ]

Header

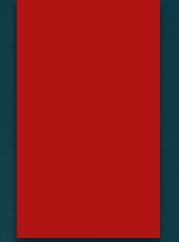
Варламов

3 145 40 25

Call to Action

Magazin

## New Japan



# КОНТАКТЫ

Y-sokolov.ru

Skype: yuriydsokolov

Email: yuriydsokolov@gmail.com

<http://vk.com/yuriydsokolov>