

Маркетинговые планы

Вести маркетинговое планирование

Версия 8.0



Эта документация предоставляется с ограничениями на использование и защищена законами об интеллектуальной собственности. За исключением случаев, прямо разрешенных в вашем лицензионном соглашении или разрешенных законом, вы не можете использовать, копировать, воспроизводить, переводить, транслировать, изменять, лицензировать, передавать, распространять, демонстрировать, выполнять, публиковать или отображать любую часть в любой форме или посредством любые значения. Обратный инжиниринг, дизассемблирование или декомпиляция этой документации, если это не требуется по закону для взаимодействия, запрещены.

Информация, содержащаяся в данном документе, может быть изменена без предварительного уведомления и не может гарантировать отсутствие ошибок. Если вы обнаружите какие-либо ошибки, сообщите нам о них в письменной форме.

Содержание


Вести маркетинговое планирование	4
Создать маркетинговый план	5
Управлять списком запланированных активностей	5
Оценить распределение активностей и нагрузку на сотрудников	6
Анализировать маркетинговые каналы	6
Оценить соответствие маркетингового бюджета	6

Вести маркетинговое планирование

ПРОДУКТЫ: **MARKETING**

В разделе [*Маркетинговые планы*] вы можете планировать маркетинговые активности, например, выставки или вебинары, с учетом планируемого и фактического бюджетов. Отслеживайте и корректируйте в маркетинговых планах график проведения активностей в разрезе недель, месяцев или кварталов. Вы можете указывать ответственных лиц, сроки выполнения работ, а также данные по бюджету для реализации активностей.

На заметку. Список маркетинговых активностей ведется в разделе [*Маркетинговые планы*], не следует их принимать за записи раздела [*Активности*].

Все созданные маркетинговые планы можно просмотреть по кнопке  вверху рабочей области раздела.

Для просмотра подробной информации, например, списка активностей по конкретному маркетинговому плану, откройте его страницу, нажав на гиперссылку заголовка плана.

Для просмотра активностей по всем созданным маркетинговым планам нажмите кнопку .

Для просмотра и анализа активностей в рамках каждого маркетингового плана вы можете использовать стандартные фильтры или настроить группу в меню [*Фильтр*].

На заметку. Например, для отображения календаря активностей по определенному маркетинговому плану настройте стандартный фильтр по колонке [*Маркетинговый план*].



По кнопкам  и  вверху справа рабочей области раздела вы можете настраивать показ записей в разделе **в виде списка** либо **с отображением плановых периодов** на календаре ([Рис. 1](#)).

Рис. 1 — Просмотр маркетинговых активностей в виде календаря

Название	Бюджет	Месяц 1 (1/1-1/31)	Месяц 2 (2/1-2/29)
Контекстная реклама Google	900,00	Контекстная реклама Google	
Ежемесячные публикации: CRM-порталы	1 300,00	Ежемесячные публикации: CRM-порталы	
Вебинар	20,00		Вебинар

В меню кнопки [*Вид*] вы можете настроить масштаб отображения периода планирования — по неделям, по месяцам или по кварталам. Просмотреть план на год можно, используя полосу прокрутки внизу, в календарном отображении маркетинговых планов или активностей.

На заметку. Для отображения дополнительных данных в реестре маркетинговых планов или активностей настройте колонки по кнопке [Вид] в верхней правой части экрана.

Для анализа эффективности планирования перейдите к аналитике раздела по кнопке .

Создать маркетинговый план


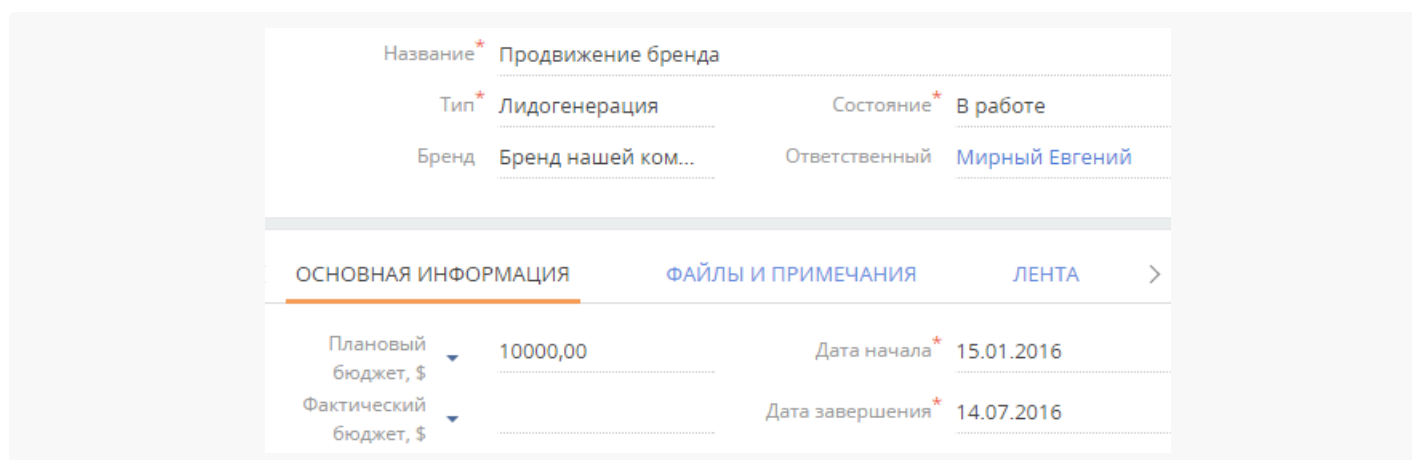
В представлении “Маркетинговые планы”  нажмите кнопку [Новый план]. Откроется страница новой записи с полями для заполнения ([Рис. 2](#)).

Рис. 2 — Пример заполнения страницы маркетинговой активности



Название* Продвижение бренда

Тип* Лидогенерация

Состояние* В работе

Бренд Бренд нашей ком...

Ответственный Мирный Евгений

ОСНОВНАЯ ИНФОРМАЦИЯ ФАЙЛЫ И ПРИМЕЧАНИЯ ЛЕНТА >

Плановый бюджет, \$ 10000,00

Дата начала* 15.01.2016

Фактический бюджет, \$

Дата завершения* 14.07.2016

1. Заполните обязательные поля — [Название], [Тип], [Состояние], [Дата начала] и [Дата завершения].
2. Укажите название бренда, которого касается данный план, планируемый бюджет.
3. Наполните план маркетинговыми активностями по кнопке + на детали [Маркетинговые активности].
4. Сохраните новый маркетинговый план в системе.

Управлять списком запланированных активностей


Чтобы отредактировать список активностей, выберите нужный маркетинговый план из списка, кликнув по его названию. Откроется страница плана. Здесь вы можете сформировать список активностей, которые проводятся в рамках плана. Для добавления активности нажмите кнопку + . Откроется страница активности, у которой будет автоматически заполнено поле [Маркетинговый план] ([Рис. 3](#)). Для удаления активности из системы выделите ее в списке и выберите команду [Удалить] в меню кнопки ⋮ .

Рис. 3 — Пример заполнения страницы маркетинговой активности

Название*	Контекстная реклама Google (CRM, продажи)		
Канал*	Веб: поисковая реклама	Состояние*	В работе
Ответственный	Мирный Евгений	Маркетинговый план	Продвижение бренда
ОСНОВНАЯ ИНФОРМАЦИЯ		ФАЙЛЫ И ПРИМЕЧАНИЯ	ЛЕНТА
Плановый бюджет, \$	3 000,00	Дата начала*	19.04.2016
Фактический бюджет, \$	3 250,00	Дата завершения*	20.07.2016

Оценить распределение активностей и нагрузку на сотрудников


Для оценки **равномерности распределения активностей** по календарю:

1. Перейдите в представление “Маркетинговые активности”.
2. По кнопке  выберите календарное отображение активностей.
3. Укажите интересующий вас масштаб отображения периода планирования — неделя, месяц, квартал.
4. Визуально оцените нагрузку на тот или иной календарный период и скорректируйте ее, меняя плановые даты активностей. Для изменения запланированных дат активности кликните ее название на календаре и, удерживая мышью, переместите на желаемые даты. Такая возможность доступна только в масштабе отображения активностей по неделям. Изменить даты и другие параметры активности также можно на ее странице.

Для оценки **нагрузки на сотрудников**, которые отвечают за выполнение запланированных активностей, настройте фильтрацию по ответственному в меню [*Фильтр*].


Анализировать маркетинговые каналы

Чтобы отследить, насколько эффективно вы используете определенный канал, настройте фильтрацию по каналу в меню [*Фильтр*]. Например, для проверки интенсивности использования канала email в планируемых маркетинговых активностях:

1. В меню кнопки [*Фильтр*] выберите “Добавить условие”.
2. В появившемся поле укажите колонку, по которой будут отфильтрованы записи, — “Канал”. Во втором поле укажите название канала, например, “Email”.
3. Примените настроенный фильтр, нажав кнопку .
4. Отобразится список всех активностей, для проведения которых используется канал email.

Оценить соответствие маркетингового бюджета

Для контроля выполнения общего маркетингового бюджета используйте показатели “Плановый бюджет” и “Фактический бюджет”, доступные в аналитике раздела [*Маркетинговые планы*]. Аналитика

раздела открывается по кнопке .

Для оценки соответствия планового и фактического бюджетов по конкретной активности либо по конкретному маркетинговому плану:

1. По кнопке [Вид] в реестре активностей настройте колонки [*Плановый бюджет*] и [*Фактический бюджет*].
2. Дополнительно настройте фильтрацию по маркетинговому плану в меню кнопки [*Фильтр*].

После применения фильтра отобразится список активностей в рамках выбранного маркетингового плана, а также суммы планового и фактического бюджета по каждой активности.