

Код	Мероприятие	(1) - цена рыноч.	(1) - цена норм. Т.р. без НДС	Наш стандарт	Входные данные	Процесс	Ожидаемый результат
1.	Презентация		5,0	Презентация + мин.пакет документов + спец.брифы	информация о компании и предмете проекта	Подготовка презентации, пакета документов, выезд к Заказчику, сама презентация.	Начало переговоров, заполненные спец.брифы
1.1.	Обучение маркетологов потенциального Заказчика		8,0				
2.	Проведение переговоров		15,0		Заполненные Заказчиком спец.брифы	Грамотное понимание надобностей партнера и его слабины и сильных позиций	Заклученный договора
3.	Первичная диагностика компании/проекта (бренда) с целью формирования первичной концепции рекламно-маркетинговой стратегии	30,0	70,0		Видение компании в виде стратегического плана		Техническое задание, утвержденное Заказчиком
3.1.	Анкетирование ТОП- менеджеров и ключевых специалистов (до 10 человек)		30,0		Концепция развития от Заказчика в виде сформулированной политики	Разработка анкет, сам процесс анкетирования, обработка анкет	
4.	Сегментирование рынка (без брендинга)	50,0	50,0		Характеристика продукта и насыщенность рынка аналогами	Связка характеристик продукта и его аналогов с привязкой к их рынку	
4.1.	Анализ ниши, занимаемой компанией Заказчика на	100,0	100,0		Маркетинговые отчеты	Опрос маркетологов	

	заданном им рынке						
5.	Определение и описание целевых групп (без интервью потребителей)		40,0		Маркетинговые отчеты и анализ динамики по CRM	Делаем "портрет образцового клиента" продукта и его мотивацию	
5.1.	Анализ покрытия потребностей целевых групп Заказчиком		40,0		Маркетинговые отчеты и анализ динамики по CRM	Сравниваем и строим карту жизненного цикла группы-продукт	
6.	Построение карты стекхолдеров клиента (бренда)		от 150		Маркетинговые отчеты и анализ динамики по CRM	Деловые диагностические игры с персоналом	Карты стекхолдеров (КС) различной степени детализации, описание системы отношений по силовым и временным показателям
6.1.	Анализ системы CRM Заказчика		от 50		Маркетинговые отчеты и анализ динамики по CRM	Отражение групп клиентов по базе и по факту (ЖЦ)	
6.2.	Анализ деловой репутации Заказчика		от 50		Карта ключевых стекхолдеров	Поиск в Инет и опросы по связям (слухи)	
6.3.	Анализ документирования требований стекхолдеров		60,0		Руководство по качеству и внутренние руководящие документы	Работа с документами, заполнение ведомости несоответствий	Скорректированная базовая карта стекхолдеров
7	Разработка вариантов маркетинговой и рекламной стратегии (не более трех) на основе траекторной модели развития		100,0		Перечень используемых в компании стратегий	Тестирование каждой из стратегий методом "атаки", выявление "брешей в обороне" и	Утвержденная маркетинговая стратегия

						недостающих компетенций (деловые диагностические игры)	
7.1.	Разработка стратегии формирования социального имиджа клиента		40,0		Р/Анализа деловой репутации и стратегическое видение	SWOT и его корректировка	
7.1.1.	Обучение формированию деловой репутации специалистов Заказчика (до 10 человек)		70,0			мастер-классы, брейн-шторм	
8.	Разработка рекомендаций к бюджету рекламно-маркетинговой компании		50-60				Утвержденный бюджет
8.1.	Анализ вариантов снижения затрат на мероприятия рекламно-маркетинговой компании		60,0				
9.	Разработка программы мероприятий по реализации рекламно-маркетинговой стратегии		30,0				
9.1.	Оптимизация состава и структуры мероприятий исходя из заданного бюджета и ресурса связей исполнителей		40,0				
9.2.	Презентация Заказчику программы мероприятий с обоснованиями и разъяснениями		30,0				

10.	Формирование требований к компетентности и проф.пригодности сотрудников, ответственных за обеспечение мероприятий		20,0				
11.	Обучение выделенных Заказчиком Ответственных лиц		20,0				
12.	Разработка корпоративных стандартов, протоколов и рабочих инструкций		от 100				
12.1.	Анализ существующей у Заказчика документации		40,0				
12.2.	Анализ продолжительности и протяженности управленческих циклов Заказчика, задействованных в обеспечении мероприятий		от 80				
13.	Разработка брифов мероприятий		от 60,0 за пакет	эталонный бриф			План-график мероприятий
14.	Разработка критериев оценки того, как проведется комплекс мероприятий		от 80,0				
15.	Подбор соисполнителей мероприятий		от 30				
16.	Разработка Плана-графика мероприятий		20-30				
17.	Оценка проведенных мероприятий		20-30				
17.1.	Оперативное обучение выделенных Заказчиком Ответственных лиц		20-30				
18.	Корректировка брифов и корпоративных стандартов		20-150				

19.	Оценка реакции рынка по сегментам и целевым группам		10 - 1000				
19.1.	Анализ возможностей существующих у Заказчика сигнальных систем		30-40				Заключение или рекомендации
20.	Формирование отчета о достигнутых результатах и программы работы на ближайший год		от 50,0				
20.1.	Обсуждение проекта отчета и Программы работ на год		10,0				
20.2.	Внесение корректив и Утверждение Заказчиком отчета и Программы		10,0				
20.3.	Презентация отчета и Программы работ на год		5,0				
21	Передача проекта в линейное управление						Скорректированные РИ и ДИ
21.1.	Контроль за реализацией мероприятий в соответствии с Программой работы на год и на основе предоставляемой отчетной документации		от 30 за месяц				
21.2.	Коучинг Ответственных сотрудников		15,0 т.р./чел./неделя				