

Михаил Фербер
Михаил Иванов

Руководство по маркетингу консалтинговых услуг

*Руководство по маркетингу консалтинговых услуг: Альпина
Пабlishер; Москва; 2003
ISBN 5-94599-072-8*

Аннотация

Бурное развитие рынка консалтинга и усиливающаяся конкуренция на нем требуют новых подходов к маркетингу этих услуг. Авторам книги удалось осуществить глубокий всесторонний анализ российского опыта по маркетингу консалтинговых услуг и сделать важные обобщения. В книге представлена вся палитра методов маркетинга, описаны приемы рыночной защиты и нападения, предложены схемы построения системы маркетинга, а также даны рекомендации по подготовке персонала. Наличие конкретных примеров из опыта работы как зарубежных, так и российских компаний в органичном сочетании с базовыми теоретическими основами дает реальную возможность менеджерам и руководителям консалтинговых компаний выбрать правильную маркетинговую стратегию.

Содержание

| | |
|---|-----|
| Предисловие | 5 |
| Введение | 9 |
| Часть 1 | 19 |
| 1. Особенности маркетинга консалтинговых услуг | 19 |
| 2. Зачем нанимают консультантов | 33 |
| 3. Карта рынка консалтинга (сегментация и позиционирование) | 46 |
| 4. Дополнительные методы сегментации, или Что еще вы должны знать о своем рынке | 70 |
| 5. Ключевые факторы успеха консалтинговых компаний | 82 |
| Часть 2 | 91 |
| 6. Постановка системы маркетинга в консалтинговой компании | 91 |
| 7. Как мотивировать консультантов на участие в маркетинговых программах | 113 |
| 8. Как оценивать работу маркетолога | 115 |
| 9. Кто может быть хорошим маркетологом | 117 |
| 10. Каналы привлечения заказов от существующих клиентов | 119 |
| 11. Каналы привлечения новых клиентов | 130 |
| 12. Развитие торговой марки | 220 |

| | |
|--|-----|
| 13. Ценообразование | 243 |
| 14. Типичные ошибки в маркетинге консалтинговых услуг | 253 |
| Часть 3 | 257 |
| 15. Пример разработки стратегии | 257 |
| Приложение | 283 |
| Список использованной литературы | 291 |