



Marketing cu Cisco -strategii și tactici -



Raluca Negulescu
Marcom Manager Romania

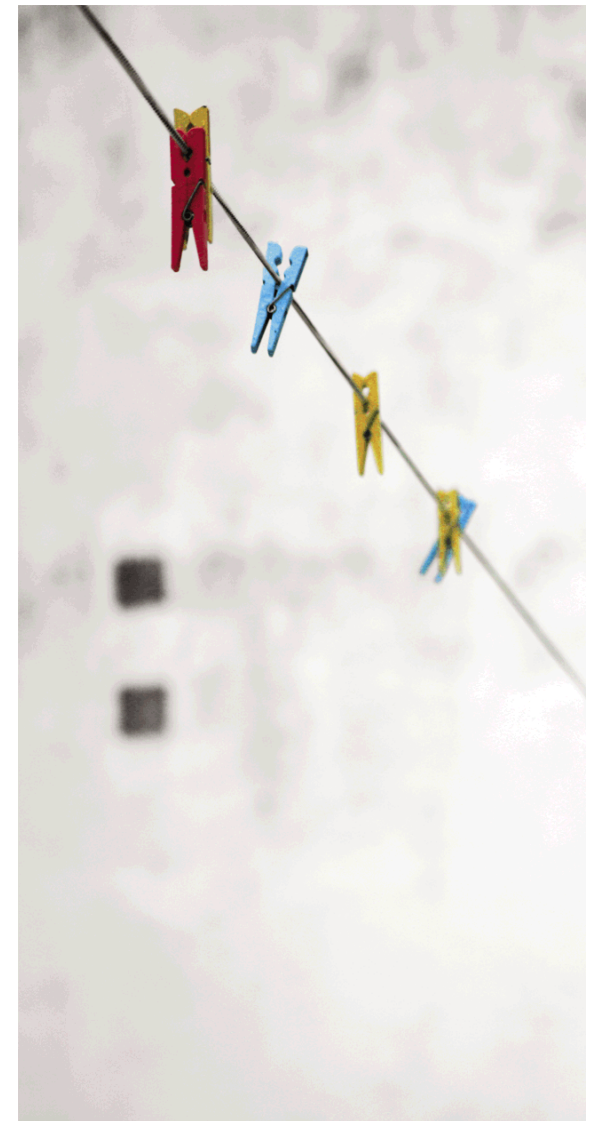
Lili Drăghici
Channel Marketing Manager, Emerging East

Agenda sesiunii

- Introducere
- Sincronizarea Cisco/parteneri: planificare și execuție
- Instrumente și resurse disponibile astăzi
- Exemple
- Întrebări și răspunsuri

Condiții interne și externe

- Cisco – lider în domeniu
- Resurse și capabilități interne/locale de marketing
- Flexibilitate relativă
- Colaborare între echipe
- Vizibilitate limitată asupra bugetelor
- Tipul / adresabilitatea cheltuielilor
- Cisco – notorietate mare în piața enterprise, mică în SMB
- SMB – piață sensibilă la preț
- Resurse limitate pentru campanii pe scară largă în SMB
- Contextul economic general
- Oferte de produse și soluții mai adaptate segmentului SMB
- Mai multe instrumente self-serve la îndemâna partenerilor
- Easy Lease



Priorități Cisco în FY 09-10

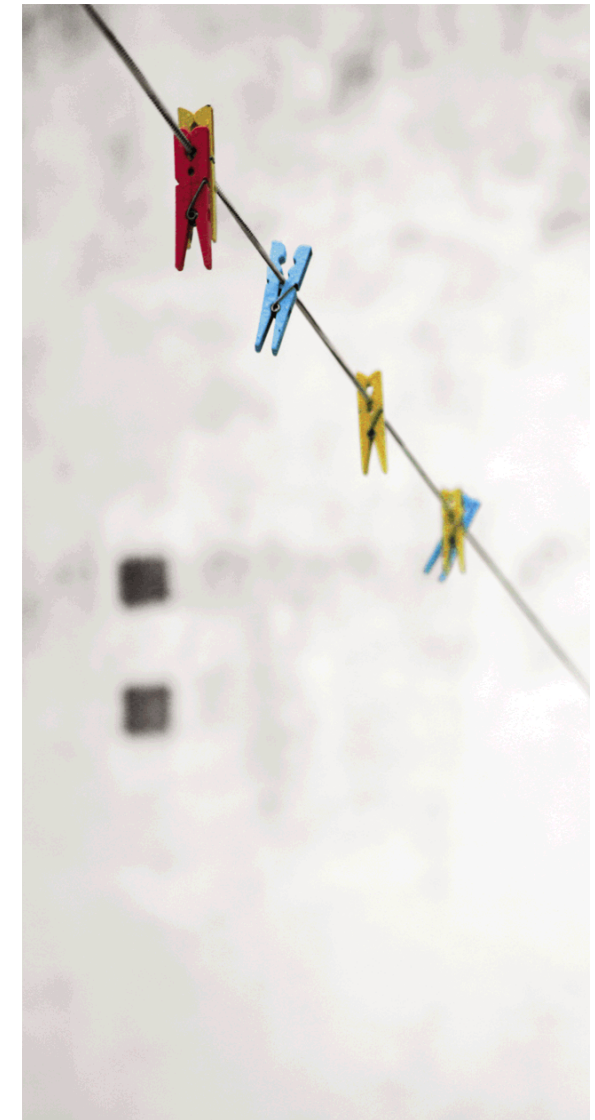
- Commercial (SMB+MM)- 80% din bugetul de marketing
- Achiziție de noi clienți și loializarea celor existenți
- Comunicare sistematică și relevantă
- Accent pe e-marketing
- Penetrarea pieței cu ajutorul EasyLease
- Marketing cu partenerii (mai eficient decât singuri)
- Rezultate măsurabile

Sincronizarea cu partenerii - strategii

- Alinierea obiectivelor
- Win-win-win (Cisco, channel, customers)
- Priorități comune
- Aceeași înțelegere a termenilor
- Obiective puține/clare/măsurabile
- Planificare în același ritm
- Proiecte comune
- Comunicare cu partenerii – CPI newsletter, evenimente, materiale

Dezvoltarea unui plan de marketing

- Identificarea strategiei de marketing
- Determinarea obiectivelor generale
- Identificarea campaniilor și activităților necesare atingerii obiectivelor
- Planificarea calendaristică
- Alocarea fondurilor
- Detalierea campaniilor și a activităților
- Stabilirea responsabilităților
- Stabilirea indicatorilor de evaluare
- Comunicarea internă a planului
- Fiți flexibili!



Un (posibil) mix de marketing

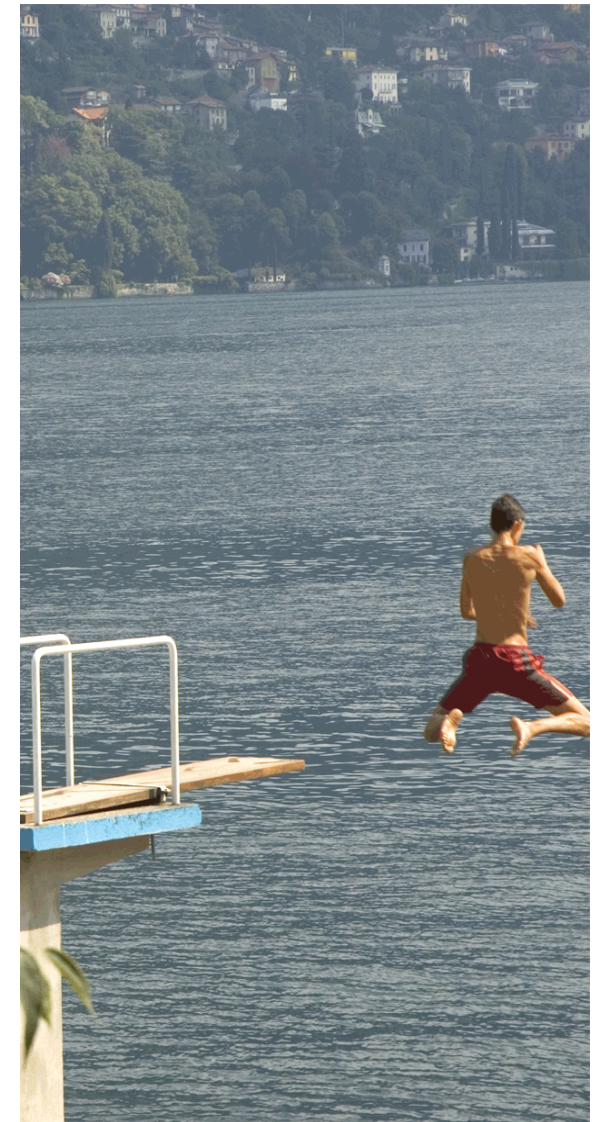
- Marketing direct
- Comunicarea electronică
- Seminarii și evenimente
- Telemarketing
- Web Marketing
- PR
- Publicitate

Tactici comune de marketing

- Cisco poate reuși numai cu ajutorul partenerilor
- Anumite acțiuni realizate în principal de parteneri, cu sprijin Cisco
- Campanii de marketing in channel: segmentate
- Call center pentru lead generation susținut prin activități de marketing (i.e newsletters sau evenimente)
- Site-uri web dedicate SMB
- PR: Comunicate de presa cu studii de caz locale (vs advertoriale)
- Evenimente regionale
- Programe și promoții (Easy Lease)

Seminarii și evenimente

1. Dezvoltați o strategie de eveniment și un plan post-eveniment
2. Dezvoltați un plan de atragere a audienței
3. Creați o invitație care să rețină atenția
4. Planificați strategia de abordare a lead-urilor. Poate începe cu înregistrarea participanților
5. Creați o experiență confortabilă (conținut și formă) în cadrul evenimentului



Comunicarea prin email



- Atinge exact segmentul de piață dorit
- Instrument măsurabil și precis
- Poate fi interactiv dacă utilizați:

Direct Mail – eDm

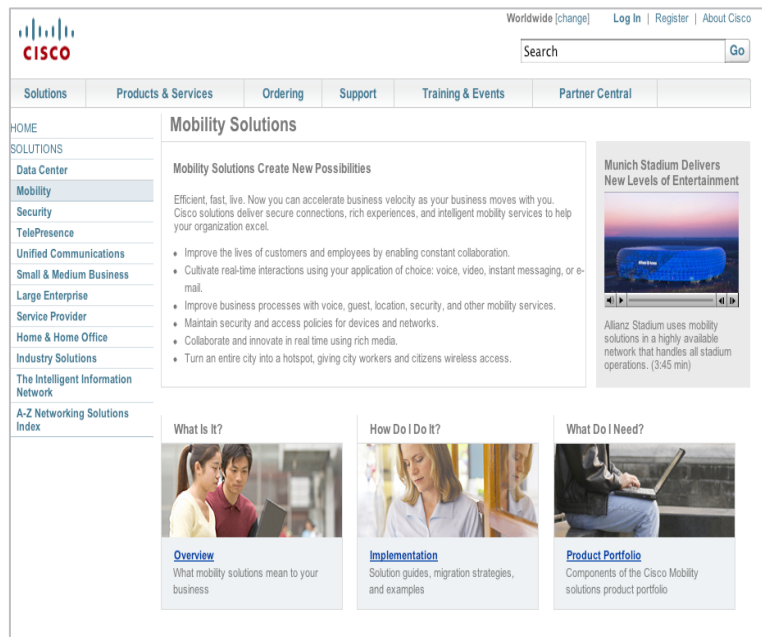
Newsletter

Comunicarea pe bază de înregistrare

Marketing prin intermediul instrumentelor web

- Aveți grijă să respectați politicile de confidențialitate!

Web

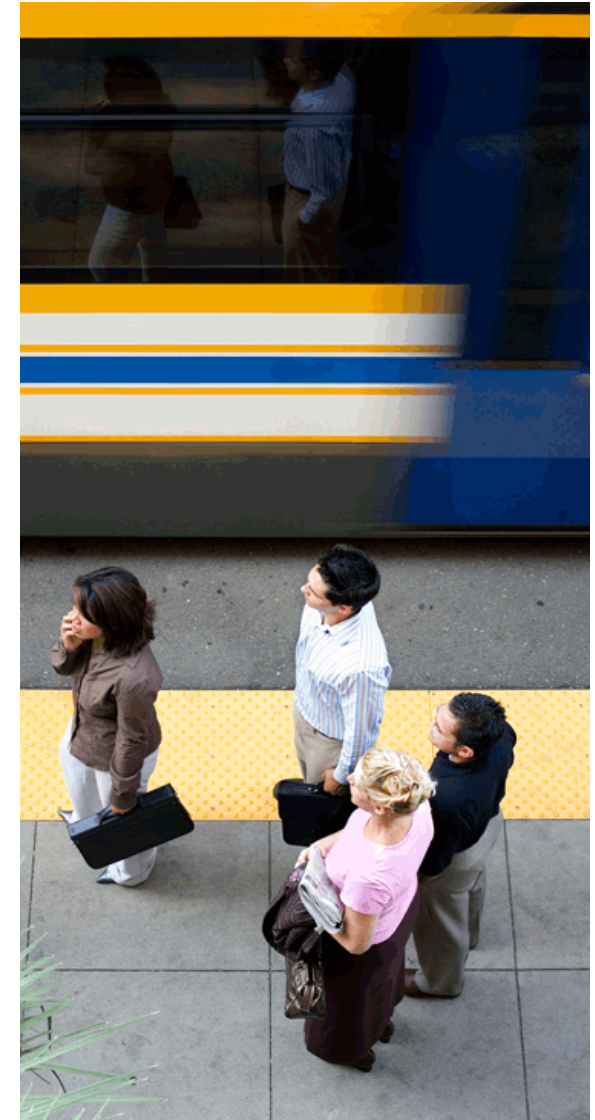


www.cisco.com

- Considerați o structură în funcție de beneficiile pentru client
- Oferiți interactivitate
- Măsurați traficul
- Mențineți-l la zi
- Informații non-promoționale
- Povești de succes, referințe de la alți clienți
- Multimedia

Telemarketing

- Stabiliți obiectivul – ce doriți să obțineți în urma discuției telefonice? Informații, o întâlnire sau vânzarea unui produs Cisco?
- Scrieți un paragraf de prezentare de cel mult 30 de secunde
- Alegeți o preocupare a clientului, o referință comună, o tehnologie sau o soluție de bază pentru a începe discuția
- Subliniați care sunt beneficiile soluției propuse pentru afacerea clienților
- Gândiți-vă cum să încheiați discuția astfel încât să ajungeți în punctul “vă rog să-mi transmiteți informații suplimentare”



PR

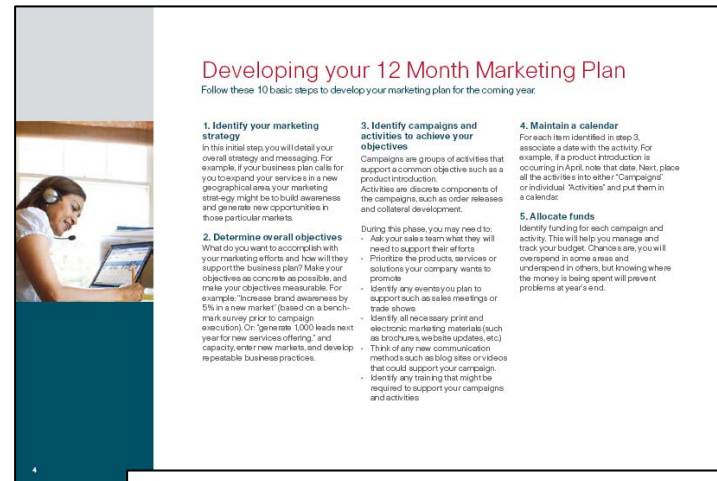
- O modalitate simplă și ieftină de a genera notorietate
- Credibilitate maximă a mesajului
- Cisco vă ajută în redactarea și distribuția materialelor
- <http://www.cisco.com/web/partners/market/public-relations.html>

Câteva instrumente disponibile partenerilor


- Co-finanțare
- Marketing Guide for Cisco Partners
- CPI – Customized Partner Intelligence
- Campaign Builder
- WebCollage
- Cisco Marketing Library
- Ghid de Public Relations
- Ghid de evenimente
- Materiale localizate

Cisco Marketing Guide

- Acest ghid structurează cele mai importante elemente ale unei campanii de marketing
- Ghidul acoperă în detaliu câteva elemente importante:
 - Dezvoltarea unui plan de marketing anual
 - Crearea unui newsletter electronic
 - Cele mai importante 5 idei pentru succesul unei campanii de telemarketing
 - Îmbunătățirea performanțelor în vânzări
 - Planificarea cu succes a unui eveniment
 - Ghid pentru utilizarea programului Joint Marketing Fund de la Cisco
 - Ghid pentru Cisco Channel Partner Resources Guide



Cisco Customized Partner Intelligence (CPI)

- Este un e-newsletter pe care Cisco îl transmite către parteneri, care conține informație relevantă pentru afacerea voastră și cu privire la noutățile tehnologice
 - Puteți afla mai multe accesând www.cisco.com/web/partners/news
- 
- The screenshot shows a horizontal navigation bar with a light blue background. It contains five menu items: "Products & Services", "Ordering", "Support", "Training & Events", and "Partners". The "Partners" item is partially cut off on the right side of the image.

