B2B STRATEGY

MARKETING STRATEGIC
BLUE OCEAN STRATEGY
STRATEGIE BUSINESS

Romanian Forum for Innovation 2012

18 Octombrie 2012, Bucuresti, Romexpo

ANCS
AUTORITATEA NATIONALA PENTRU CERCETARE STIINTIFICA

European Commission
Enterprise and Industry

ARoTT
Innovation , Technology Transfer

enterprise europe network
Business Support on Your Doorstep

B2B STRATEGY

De ce nu vinzi in recesiune?

Strategie » Pozitionare » Inovatie » Diferentiere » Performanta 2013?

MARKETING STRATEGIC
DIFERENTIERE
INOVATIE

B2B STRATEGY

Despre mine:

Daniel Gheorghe Rosca

Fondator B2B STRATEGY
www.about.me/DanielRosca

www.b2b-strategy.ro/testimoniale

B2B STRATEGY

Cateva supozitii care stau la baza solutiilor noastre in 2012.

* nu mai exista notiunea de **client fidel**

* profilul de consumator o sa fie definit de **instabilitate** pentru marea majoritate a cazurilor, indiferent de industrie

* funnel-ul de Marketing sufera **schimbari** conceptuale

* notiunea de retentie nu mai exista pentru ca la fiecare proces de fidelizare in propriul portofoliu de clienti avem de fapt in fata de fiecare data un **"client nou"**…!

* pozitionarea companiilor este orientata din ce in ce mai mult pe factorul **pret**.

* presiunea pe **Departamentul de Vanzari** este in crestere

* consumatorul exercita o **presiune** din ce in ce mai mare prin controlul pe care il preia asupra funnel-ului de Marketing al companiilor

B2B STRATEGY

2013?

Client Fidel?

“Client nou”?

Instabilitate?

Schimbari?

Pret?

Presiune pe Departamentul de Vanzari?

Anticipare? Diferentiere?

B2B STRATEGY

Noi am gasit o singura solutie » INOVATIE

sursa foto: Fast Company

"Without Strategy you have no direction, without Innovation you lose relevance."

via Twitter feed @Digitaltonto

Green Future – Studiu de caz
Pozitionare Blue Ocean Strategy

"A journey has begun …"

Un concept de Marketing Strategic
www.b2b-strategy.ro

B2B STRATEGY

B2B STRATEGY

Proiect Strategie Business.

GREEN FUTURE

In ultimi 7 ani Holdingul Green Future si-a consolidat pozitionarea ca unul din cele mai puternice grupuri industriale din sudul si vestul Romaniei, cumuland o Cifra de Afaceri de peste 15 milioane de euro si un numar de 2000 clienti industriali.

www.b2b-strategy.ro/management-marketing/branding-arhitectura-brand-pozitionare-bos

B2B STRATEGY

Segmentare.

Puf si Pana de Gasca:

Elasticitate ridicata.
Nu supraincalzeste. Mentine doar temepratura corpului.
Cel mai bun material izolant din lume.
Nonalergic.
Durata de viata indelungata si rezistenta la uzura.
Pastrarea calitatilor intacte pe toata durata de utilizare.
Reducere energetica.

Lana:

Putere higroscopica, absoarbe umiditatea produsa de transpiratia din timpul noptii si o elibereaza in mediul ambiant.
Continutului ridicat de lanolina, ajutor natural contra durerilor si inflamatiilor articulare.
Distributie omogena de greutate si volum
Confort termic ridicat, transpirabilitate.
Termoreglare in timpul somnului.

Nanofibra:

Ventilatie sporita.
Senzatie de puf de gâsca, foarte fina, usoara.
Hypo-Alergenic.
Putere de revenire.
Uscat si respirabil - retine mai mult aer, fata de alte fibre.
Se usuca mai repede decât puful natural.
Anti-bacterial, Anti-Acarieni, Anti-Praf.
Suntem singurul producator din Europa de Est care are tehnologia necesara prelucrarii.

Fibra siliconica:

Voluminoasa, foarte usoara.
Antialergica.
Rezistenta la spalari repetate.
Termoizolare perfecta, confort ridicat datorita aerului din interiorul microsferelor de poliester.
Transfer rapid al excesului de umiditate.

Bambus:

Ventilatie si dispersie a caldurii.
Antialergic si impermeabil pentru razele UV.
Cu 40% mai abosorbant decat bumbacul Antifungic.
Contine “pectina din miere” care este foarte sanatoasa pentru pielea omului.
Controlul temeperaturii prin ventilatie.
Absoarbe si permite evaporarea transpiratiei intr-o secunda.

Vata sintetica:

Inlocuitor sintetic lana.
Antiaglomerare.
Moale, confortabila, utilizare indelungata.
Antialergica si antifungica.
Rezistenta la spalari repetate.
Termoizolare buna.

B2B STRATEGY

Rebranding.

GREEN FUTURE
sleep evolution

B2B STRATEGY

Branding de produs.

life
GREEN FUTURE
safety of your dreams

B2B STRATEGY

Gama de produse, material Nanofibra

safety of your dreams

green-future.ro/life

Siguranta. Fara alergii.

B2B STRATEGY

Strategie Vanzari 2013

Game de produse » Segmentare Beneficii Client Final

Avantaj 5 – 1 versus Competitie

Mai exista presiune pe Departamentul de Vanzari?

B2B STRATEGY

Inovatie?

Totul despre Inovatie » resursa actualizata constant » 3 retele de socializare updatate periodic:

www.b2b-strategy.ro/2012/06/inovatie

B2B STRATEGY

Strategie Business 2013

De ce atatea eforturi in 2013?

Pentru:

* Fidelizarea portofoliului de clienti
* Stabilitatea business-ului
* Evitarea fluctuatiilor din mediul economic caracterizat de schimbari continue
* Optimizarea procesului de achizitie al clientilor noi
* Eliminarea / diminuarea importantei factorului pret
* Eliminarea / diminuarea presiunii Departamentului de Vanzari

Am rezolvat dilema? Marketing vs Vanzari?

Client Fidel?
“Client nou”?
Instabilitate?
Schimbari?
Pret?
Presiune pe Departamentul de Vanzari?

B2B STRATEGY

Va urez un 2013 optimizat pentru performanta prin inovatie!

"Don't look for big ideas. Seek small ideas that can grow. Fail fast. Fail often. Keep learning and never give up." John Kearon

Daniel Rosca

B2B STRATEGY

Nu uita!

In 2013 Departamentul de Vanzari **NU** este responsabil de scaderea Cifrei de Afaceri!

"Business has only two functions – Marketing and Innovation. All the rest are costs."

&

"The aim of Marketing is to make selling unnecessary."

Peter Drucker

www.b2b-strategy.ro