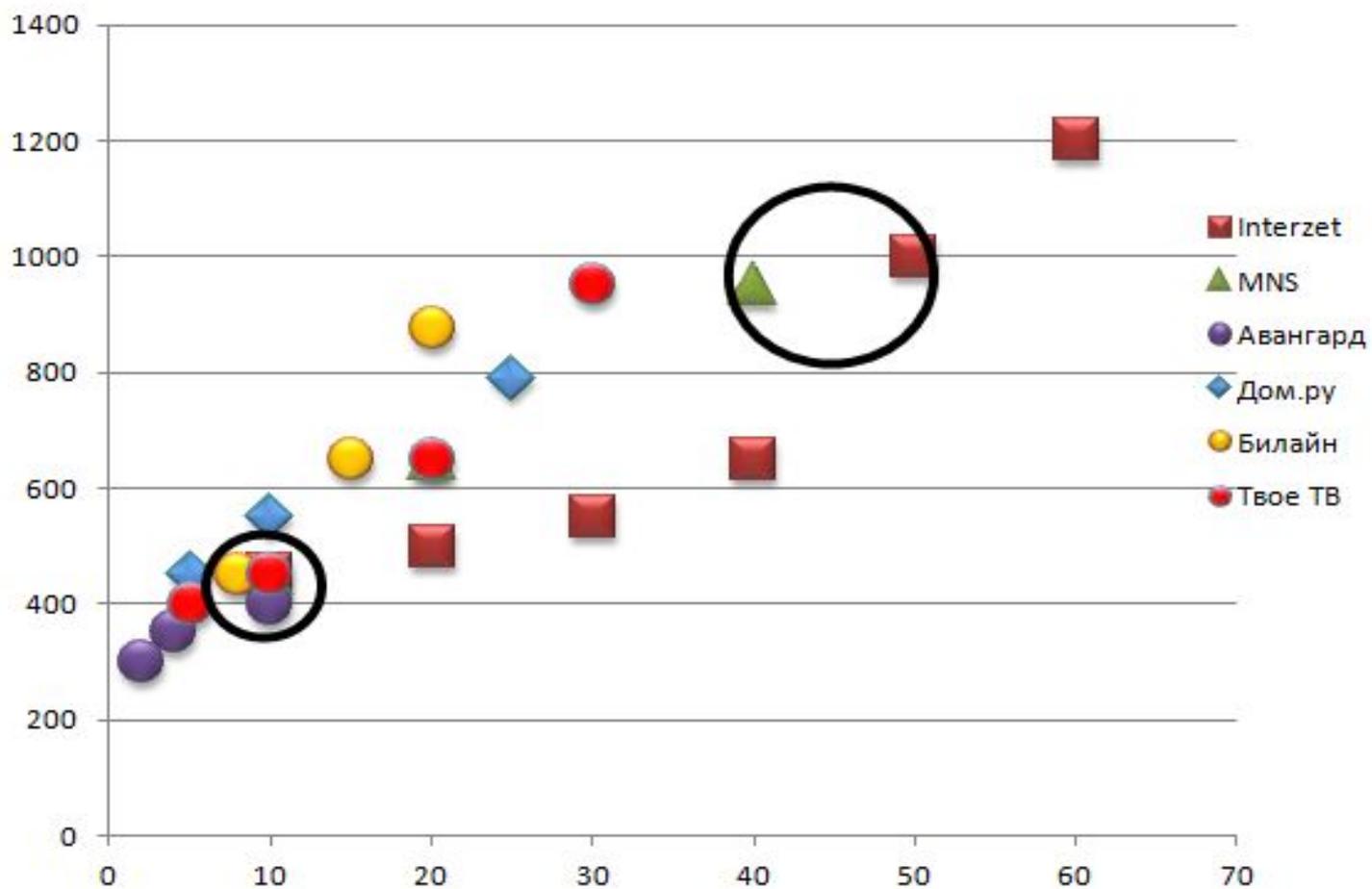


Позиционная карта



Стратегия компании

- ▣ **Стратегии роста**- приоритет отдаётся расширению зоны подключения клиентов (развитие рынка) и спектра предоставляемых услуг (развитие продукта)

- ▣ **Функциональные стратегии:**
 - Стратегия позиционирования;
 - Стратегии комплекса маркетинга (7P);
 - Стратегия управления персоналом;
 - Инновационная стратегия

Стратегия позиционирования

Тарифный план	Целевые потребители	Выгоды	Ценностное предложение
<i>Без ограничения по трафику</i>	Все категории клиентов	Большой выбор скоростей доступа в интернет	Продолжение позиционирования на основе «цена-качество».
<i>С предоплатой</i>	Новые клиенты	Выгодный рекламный пакет с возможностью сэкономить при оплате услуги на 3 и 6 месяцев вперед	Предоставление скидок на услуги при привлечении знакомых к услугам компании.
<i>«Все включено»</i>	Все категории клиентов	Расширенный пакет услуг по цене доступа в интернет	Возможность сформировать свой тарифный план согласно предпочтениям: взять больше ТВ каналов, звонить еще дешевле, усилить защиту своего компьютера антивирусом и родительским контролем или приобрести купон со скидкой на вызов мастера или удаленную настройку компьютера.
<i>Безлимитный «Военмех»</i>	Студенты общежитий	При проживании в комнате общежития от 2-х человек есть возможность сэкономить	Дальнейшее снижение цены для жителей общежития при

Стратегии комплекса маркетинга

Политика в области интернет продуктов (IP)

Программы интернет продуктов можно классифицировать по следующим признакам:

- по набору услуг - интернет, телефония, IP TV
- по скорости доступа к интернету- от.. до..

Формирование политики интернет в области IP связано с разработкой следующих решений:

- ▣ *на уровне ассортимента интернет продуктов*
 - оставить ширину продуктовых линий - интернет, телефония, IP TV
 - усилить глубину продуктовых линий по интернету и по IP TV
- ▣ *на уровне продуктовых линий* : осуществить модернизацию продуктовой линии «интернет» за счет создания новых тарифов, увеличение скорости; продуктовой линии IP TV за счет увеличения числа каналов

Для выделения продуктовых линий по их ценности для потребителей будут использоваться следующие *марочные стратегии*:

- для всех линий – многопродуктовая (единая марка Interzet)

Стратегии комплекса маркетинга

Ценовая политика (2P)

Будут использоваться следующие подходы к ценообразованию:

- Сохранение существенного положения или стабильный объём продаж. Установление доступных цен.
- Увеличение доли рынка компании, или максимизация продаж (установление относительно низких цен по сравнению с ценами конкурентов).

Для продуктовых линий будет использоваться стратегия цены сегмента рынка

Политика распределения (3P)

Interzet использует 1 канал распределения:

- прямые продажи

Стратегии комплекса маркетинга

Политика продвижения (4P)

Для продвижения образовательных услуг ИДПО использует весь комплекс маркетинговых коммуникаций, характерных для сферы услуг:

1. Рекламу:

- буклеты
- реклама на сайте Interzet
- наружная реклама (вывески)

2. PR-деятельность:

- имиджевые статьи
- изготовление сувенирной и рекламной продукции (блокноты, ручки, календари и цветные буклеты);
- Спонсорство

3. Стимулирование сбыта:

- скидки для сотрудников компании
- скидки студенческим общежитиям
- рассрочки платежей

Стратегии комплекса маркетинга

Расширенный комплекс маркетинга (5-7 P)

Персонал (5P):

- стимулирование сотрудников при заключении договоров с корпоративным клиентом (премии)
- рейтинги сотрудников (лучший сотрудник месяца)
- специальная подготовка сотрудников, отвечающих на звонки при CALLS-поддержки

Материальные свидетельства (6P):

- лицензии
- благодарственные письма клиентов
- дизайн сайта

Процессы (7P):

- использование потока действий : регистрация, оплата, доступ к интернету, текущий контроль

Стратегия управления персоналом

Обеспечить компанию квалифицированным персоналом

- Снизить текучесть кадров
 - Организовать гибкую систему мотивации (система мотивации должна быть основана на системе оценки персонала, которая должна происходить постоянно и быть ориентирована на процесс: должны учитываться факторы и обстоятельства полученных результатов на конкретный момент)
 - Обеспечить благоприятную рабочую установку
- 

Инновационная стратегия

Компания Interzet выбирает *наступательную инновационную стратегию*, направленную на разработку новых технологических решений для реализации стратегии роста в форме увеличения доли на рынке и проникновения на рынок интернет-провайдеров в Северо-Западном Федеральном Округе.