

[ Simple Analytics ]

*минимизируем маркетинговые риски*

# Основные деструктивные убеждения в маркетинговом планировании

---

#39, 13.08.2015

# Основные деструктивные убеждения в маркетинговом планировании

---

Наш опыт работы над маркетинговыми планами, позволяет составить небольшой список распространенных деструктивных убеждений, тормозящих реализацию запланированных мероприятий уже после утверждения бизнес-плана.

1. Не загоняйте себя в рамки единственно верного решения задачи/проблемы. Решение вашей задачи может быть не одно. Будьте готовы к развитию ситуации, а для этого вам необходим план Б, а, возможно и план В.
2. Смиритесь с тем, что не на все обстоятельства вы можете оказать воздействие. В риск-менеджменте есть такой термин «системные риски», - это события, которые присущи внешнему окружению и они во многом определяются макроэкономическими факторами. Ключевой вывод – не на все события вы можете повлиять. Не тратьте время на такие факторы, разработайте план минимизации потерь при наступлении неблагоприятных внешних событий, согласуйте его и двигайтесь дальше.
3. Подготовив и защитив блестящий план маркетинга, не стоит почитать на лаврах. Без должной воли и настойчивости запланированные мероприятия не станут реальностью.
4. Реализация маркетингового плана требует реализации мероприятий в смежных с маркетингом функциях (например, логистика, сбыт). Даже убедив в этом ваших коллег и внося необходимые корректировки в бизнес-процесс, не думайте, что привнесенные вами изменения легко приживутся в компании. Необходим контроль изменений и их воплощение в действительность.
5. Обозначенные в маркетинговом плане сроки и бюджеты по факту более чем в половине случаев оказываются превышенными. Очень внимательно относитесь к планированию ресурсов (бюджет, персонал, оценка загруженности подрядчиков и т.д.) для маркетинговых мероприятий. Будет обидно остановиться на полпути из-за того, что вы где-то упустили необходимость дополнительных ресурсов. Впрочем, не стоит и раздувать в планах необходимость в ресурсах.

# Основные деструктивные убеждения в маркетинговом планировании



# У Вас остались вопросы?

---

Напишите нам: [info@simple-analytics.com](mailto:info@simple-analytics.com)

*[Simple Analytics] - маркетинговое агентство, специализирующееся на маркетинговых исследованиях промышленных рынков России, с целью минимизации маркетинговых рисков российских промышленных предприятий.*

# Библиотека бесплатных маркетинговых обзоров

---

Хотите улучшить свои маркетинговые решения? Подпишитесь на ежемесячную электронную рассылку бесплатных маркетинговых обзоров «Маркетинг на рынке промышленно-инфраструктурного строительства и инжиниринга». Оставляйте свой электронный адрес на страничке:

<http://simple-analytics.com/subscription>

В прошлых выпусках электронной рассылки были следующие маркетинговые обзоры:

- рынок автомобильных грузоперевозок Уральского федерального округа России;
- российский рынок автомобильных грузоперевозок;
- укрупненная цепочка создания стоимости при строительстве объектов промышленного и гражданского назначения;
- уровень конкуренции на промышленных рынках России;
- российский рынок строительства железнодорожной инфраструктуры;
- рынок автодорожного строительства;
- планируемые инвестиционные проекты на территории Дальнего Востока России до 2025 года;
- E-mail-рассылка в инжиниринговой компании;
- и многое другое.