

1. Разработка оптимальной маркетинговой стратегии

- 1.1. Определение перспективных сегментов (рыночных ниш) для разработки;
- 1.2. Описание подходов к позиционированию компании на рынке на выбранных сегментах;
- 1.3. Выработка оптимальной ассортиментной политики;
- 1.4. Выработка оптимальной ценовой политики;
- 1.5. Выработка оптимальной сервисной политики;

2. Разработка оптимального плана продвижения

- 2.1. Онлайн-продвижение (SEO, SMM, SERM)
 - 2.1.1. ТЗ на внутреннее SEO (семантическое ядро, копирайтинг)
 - 2.1.2. ТЗ на юзабилити сайта
 - 2.1.3. ТЗ на наполнение групп в соцсетях (контент, инвайтинг)
 - 2.1.4. ТЗ на политику упоминания в сети интернет (отзывы, статьи итп)
- 2.2. Оффлайн-продвижение (партнерство и спонсорство, кросс-маркетинг, выставки и PR-события, отраслевая пресса и т.п.)
 - 2.2.1. ТЗ на кросс-маркетинг
 - 2.2.2. ТЗ на участие в выставках
 - 2.2.3. ТЗ на размещение статей в отраслевой прессе
 - 2.2.4. ТЗ на политику упоминания в сети интернет (отзывы, статьи итп)