



Трансформація маркетинга в Microsoft

Дмитрий Марченко

*Директор по маркетингу и
операціям Microsoft*

Несколько фактов про Microsoft и маркетинг



126

стран



600+

офисов



126 000

сотрудников



Несколько фактов про Microsoft и маркетинг

500+

сервисов
на Azure

И это только Azure!
Microsoft имеет
«бесконечный» портфель
продуктов и сервисов

B2B

целевая
аудитория

Все виды бизнеса,
IT-специалисты, системные
администраторы, разработчики,
Руководители: HR, CFO, CMO,
CEO, Sales, CSO, гос. служащие и
т.д

Культура

Microsoft

Sales-driven
и Product-driven культура

Почему

мы решили меняться?



Эффективность традиционных продаж и маркетинга падает

Что изменилось в принятии решения?



57%

Случаев принимают решение
ДО контакта с продавцом

Source: CEB



80%

Увеличилось время принятия
решения и количество участников



Что изменилось в коммуникации?



75%

Полагаются на диджитал каналы при выборе

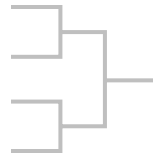


Pull vs Push

Клиенты не хотят, чтобы раньше времени с ними контактировали



Что изменилось в подходе к выбору?



> 50%

B2B заказчиков изучают 8 вариантов контента перед покупкой, еще 30% от 5 до 7



?????

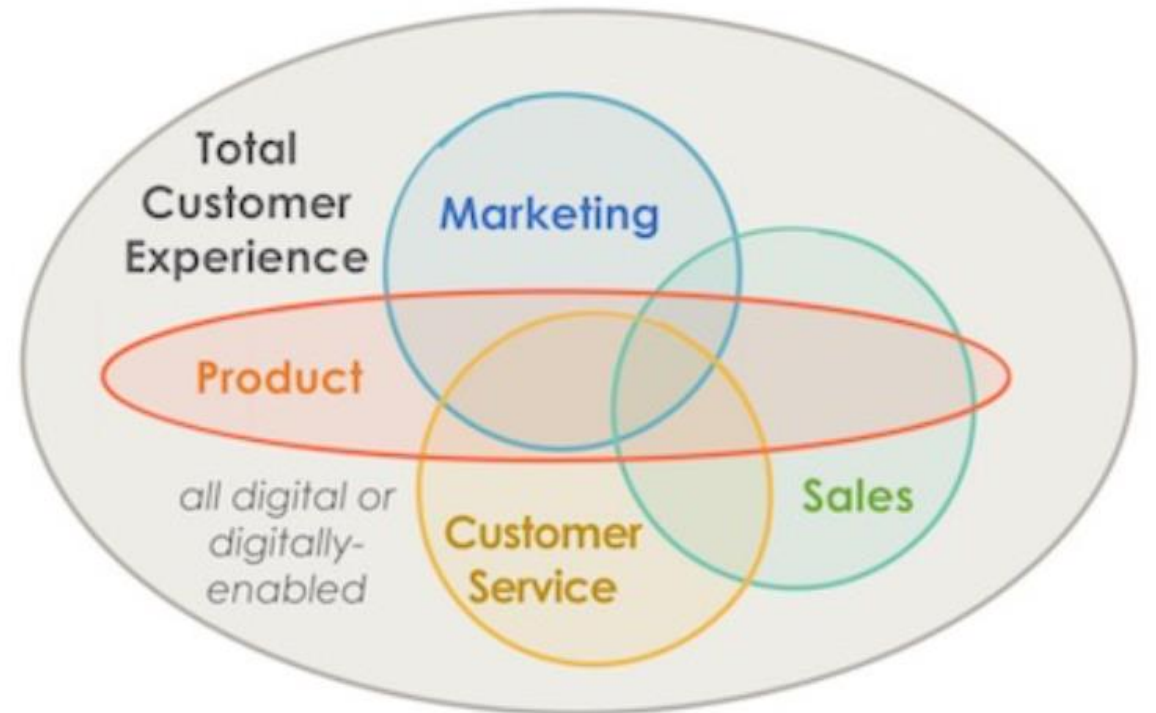
Большой объём данных, но мало инструментов качественного анализа



Что становится главным дифференциатором в восприятии преимуществ товара?

Customer Experience

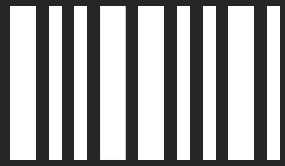
Цифровая трансформация увязывает в неразрывном процессе маркетинг, продажи, клиентский сервис и сам продукт...







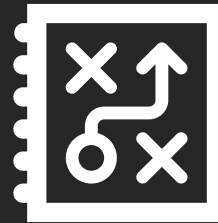
5 факторов, изменяющих Маркетинг



Цифровая
Трансформация



Микро-
сервисы &
APIs



Вертикальная
конкуренция

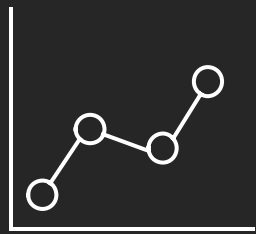


AR, MR, VR, IoT,
wearables,
conversational
interfaces

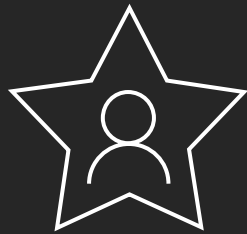


Искусственный
Интеллект

Миф о Sourced Revenue Marketing



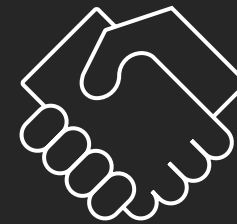
Маркетинговая
активность



Взаимодействие
с продавцом



Создание
лида



\$\$\$

Инвестиции



\$\$\$

Возврат
инвестиций

=

\$\$\$

ROI

Реальность современного маркетинга

Sales Activity →

Marketing Activity →

Sales Activity →

Marketing Activity →

Sales Activity →

Marketing Activity →

Sales Activity →



Заказчик
принимает
решение

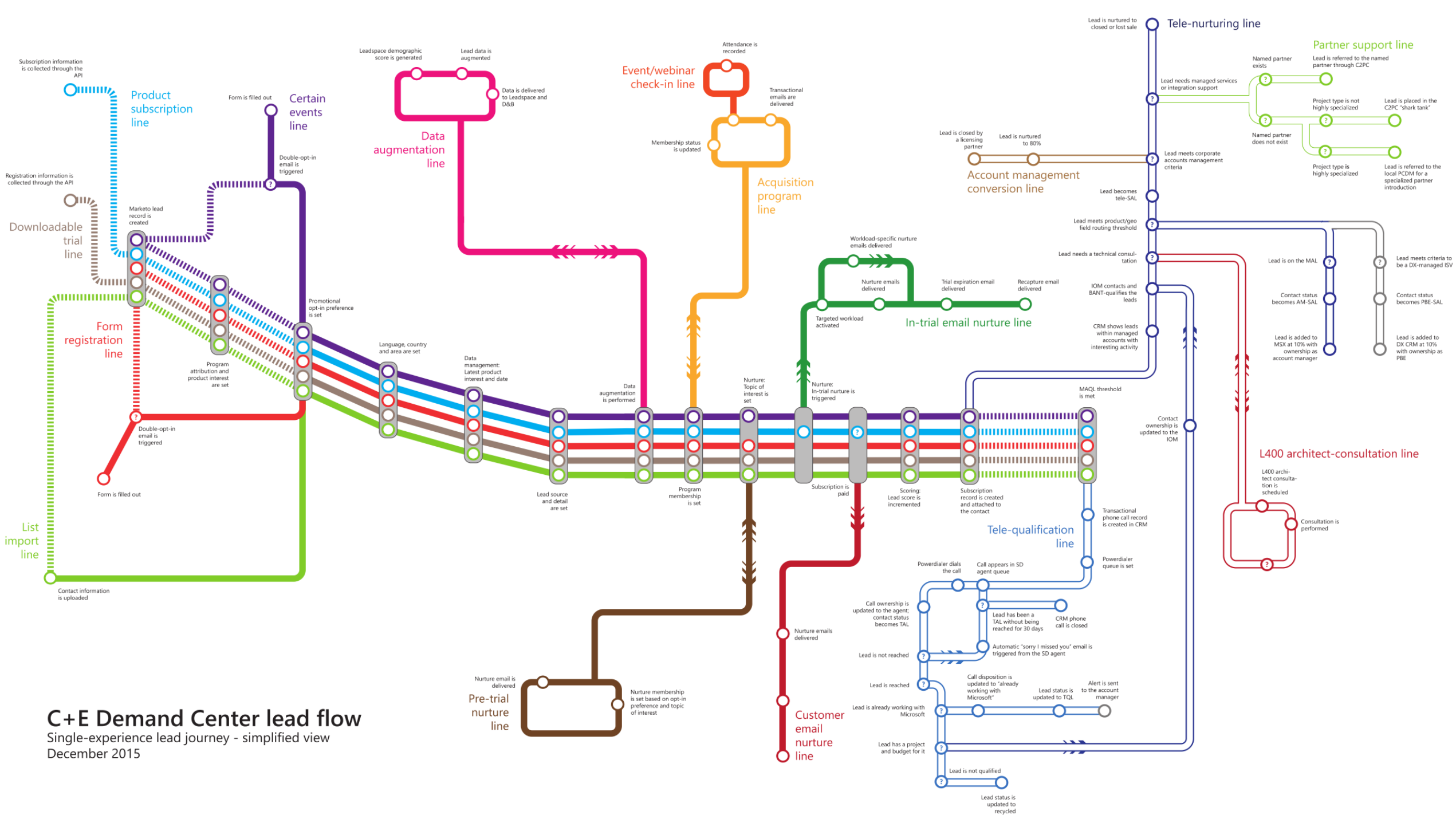
Прямые продажи

Телесейлз


Сейлз-команда

Партнёр





Трансформация маркетинга @ Microsoft

TRADITIONAL  MODERN

 Sales Driven Purchase Process

 Single-Channel Tactics

 Low Quality, High Volume Leads

 Disconnected Customer Data

 Field vs. Corp Marketing

 "One&Done" Marketing

 Old World Marketing Tools

e.g., WWLM, WW Events, EP, etc.

 Buyer Driven Purchase Process

 Multi-Channel Journeys

 High Quality Scored MAQLs

 360° Customer Data with Connected Insights

 Field & Corp Connected Marketing System

 Long-Term Customer Relationships

 Connected Marketing & Sales Platforms

e.g., Marketo, Certain/On24, etc.

Агенты и Боты

Интерфейсы
естественного
взаимодействия

Смешанная
Реальность



Mobile-first



Cloud-first

Искусственный
Интеллект

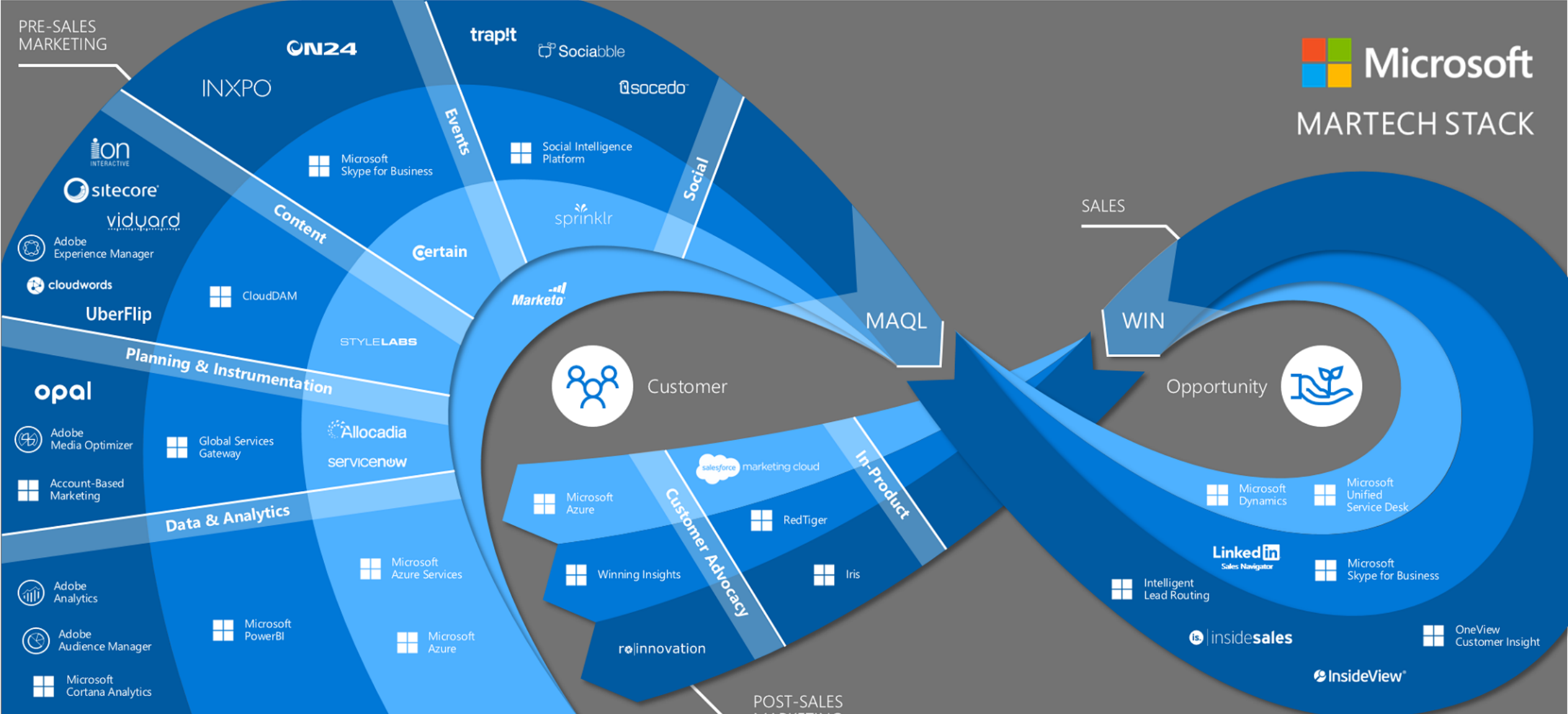
Продвинутая
аналитика и
процессы

Интернет
Вещей (IoT)

Powered by Microsoft Azure



MARTECH STACK



Our technology vision is to create an efficient and highly scalable Marketing to Sales automation platform that enables marketers, sellers and partners to create seamless and responsive customer experiences, making it simple to find, try, use, share and buy Microsoft products. Customer information and insights are surfaced to enable both Marketers and Sellers to precisely add value to customer interactions along a multifaceted, rich customer conversation that spans from initial digital engagement to personalized sales discussions.



Благодарю
за внимание!

