



# Особенности перехода из сегмента SMB в Enterprise

**Александр Карягин**  
Директор по маркетингу

21 Апреля 2018

# Что важно при переходе из SMB в Enterprise?

---

2

Адаптация бизнеса под целевой сегмент:

- Изучение рынка
- Стратегия и позиционирование
- Продукт
- Ценовая политика
- Маркетинг
- Каналы сбыта
- Управление рисками
- Тактика перехода на новый целевой сегмент

# Что мы продаем на рынке Enterprise?

---

3

## Репутация

“Никого еще не уволили за покупку Cisco.”

Главное – доверяй своей интуиции и сигналам рынка

- Рыночные исследования
- Конференции
- Советы экспертов

# Стратегия и позиционирование для Enterprise

---

5

Лучший выбор – стратегия голубого океана

Позиционирование

- Для решения задач Enterprise бизнеса
- Понять боли клиентов

# Продукт для Enterprise

---

Адаптация продукта под новый целевой сегмент:

- Обеспечить SLA
- Поддержка клиентов
- Развертывание + сервер лицензий
- Резервирование данных
- API для интеграций
- Сертификаты
- Безопасность, шифрование
- Команда для интеграций

# Ценовая политика для Enterprise

---

- Гибкое ценообразование
- Должно быть дорого (чтобы заинтересовать партнеров)

Составляющие:

- Лицензии
- Консалтинг
- Сопровождение
- Обучение
- Интеграция

# Маркетинг для Enterprise

---

## Свои каналы привлечения лидов:

- Мероприятия: конференции, бизнес-завтраки, вебинары
- По рекомендациям

## Особенности:

- Ориентация на «подогрев» лидов
- Дизайн для всех элементов коммуникации с клиентом
- PR: топовые бизнес и отраслевые СМИ
- Контент-стратегия:
  - Рыночные исследования
  - Отраслевые рейтинги
  - Исследования аналитических агентств Gartner, Forrester, IDC
  - Квадрант Gartner



# Каналы сбыта в Enterprise

---

## Построение отдела прямых продаж:

- Другие продавцы: гибкость мышления, творческий склад ума, целеустремленность, коммуникабельность, клиентоориентированность, харизма, поведение директора, уверенность
- Техническая экспертиза

## Особенности сделок:

- Высокий средний чек
- Тендеры
- Долгий цикл продаж (6-24 месяца)
- Сложные проекты
- Сложно выйти на ЛПР
- Много ЛПР со стороны клиента
- Надо подогреть, обучать и «жить» с клиентом

# Каналы сбыта в Enterprise

---

## Продажи через партнеров:

- Работа с интеграторами
- Технологическое партнерство, интеграция
- Отдельные сотрудники у дистрибьютора

## Особенности:

- Интересная маржа
- Программа обучения
- Выращивание технической компетенции у партнеров
- Защита сделки между партнерами
- API для интеграция и внедрений
- Развертывание

# Управление рисками

---

- Воруют идеи продукта
- Защита от взлома данных
- Защита и изоляция данных для SaaS
- Повышенное внимание криминальных структур
- Повышенное внимание СМИ

# Тактика перехода в сегмент Enterprise

---

12

- Долго: 1-2 года
- Денежный буфер
- Менять или оставлять бренд?
- Бизнес-процессы внутри компании уровня Enterprise



Спасибо за внимание!