МАТЕРИАЛ ДЛЯ РУКОВОДИТЕЛЯ

План первых 30 дней внешнего директора по маркетингу

Что проверить и какие решения принять в первый месяц

Неделя 1

- Собрать доступы, отчеты, рекламные кабинеты, CRM, подрядчиков и текущие материалы.
- Понять бизнес-задачу: выручка, маржа, приоритетные направления, нежелательные клиенты.
- Зафиксировать, какие заявки считаются целевыми.
- Отдельно выписать, какие клиенты не нужны: маленький чек, неподходящие сроки, слабая роль в компании.

Неделя 2

- Проверить сайт, SEO, Директ, формы, цели Метрики и обработку заявок.
- Разобрать подрядчиков: задачи, сроки, отчеты, стоимость, зоны ответственности.
- Собрать список быстрых правок.
- Проверить, есть ли связь между рекламой, формой, CRM и фактическим качеством заявок.

Недели 3-4

- Собрать план работ на 90 дней.
- Назначить ответственных и критерии приемки.
- Запустить короткую управленческую отчетность по заявкам, сделкам и бюджету.

Что показать собственнику

- Какие каналы можно усиливать, а какие нужно остановить или переписать.
- Какие подрядчики дают понятный результат, а какие требуют жесткого контроля.
- Какие страницы сайта мешают продажам и почему.