

№	Наименование показателя характеристики продвижения	Значение показателя характеристики продвижения текущее	Значение показателя характеристики продвижения прогнозное
1.	Программа лояльности для VIP-КЛИЕНТОВ (КРУПНЫЕ ХОЗЯЙСТВА)	Сохранение клиентов	<p>Для поддержания долгосрочных отношений и формирования лояльности можно поощрять клиентов подарками – начиная от оргтехники и заканчивая туристическими путёвками - при выполнении плана закупок.</p> <p>Как результат: уменьшение оттока, привлечение новых клиентов.</p>
2.	PR - Экопродвижение	Рекламная информированность	<p>При неизменности товаров → меняем продвижение → реклама с использованием природных ресурсов – «натуральная реклама» - на камнях, на лужайках, брендированные скульптуры из песка.</p> <p>Такая реклама в собственном исполнении не будет стоить ни копейки, однако, привлечёт внимание новых потребителей своей простотой и оригинальностью.</p>
3.	B2B-продажи	Удовлетворение запросов потребителей	С помощью партизанского маркетинга (direct-рассылка курьерской почтой) выходим на новые сегменты потребителей.
4.	Event-маркетинг	Участие в специализированных с/х выставках-ярмарках	Выступление ведущих специалистов в качестве приглашённых спикеров в научных конференциях для повышения узнаваемости компании и её продуктов