Планирование маркетингового бюджета: прозрачное распределение и контроль исполнения

Optimacros



Платформа для бюджетирования маркетинговой деятельности: распределение средств по каналам, кампаниям и продуктам, согласование заявок, контроль фактических расходов и связь с прогнозами продаж

Для чего это решение

Создать прозрачную, управляемую и контролируемую систему маркетингового бюджетирования. Решение позволяет перейти к модели, где каждый рубль бюджета привязан к конкретному каналу, кампании и ожидаемому результату

Какие задачи помогает решить

Привязка бюджетов к планам продаж

Бюджет на канал или кампанию сопоставляется с ожидаемым объемом продаж и маржой

01

Контроль фактических расходов

Автоматическая загрузка факта расходов из учетных систем и сравнение с утвержденным бюджетом

02

Согласование и утверждение

Заявки на бюджет проходят маршрутизацию с разграничением прав (маркетолог → руководитель → финансы → CMO)

03

Двунаправленное бюджетирование

Сверху вниз (целевые лимиты, спущенные от финансов) и снизу вверх (заявки от маркетологов по каналам и кампаниям)

04

Перераспределение бюджета

Если один канал показывает низкую эффективность, бюджет можно оперативно перенаправить на другой

05

Какие выгоды дает

Прозрачное распределение бюджета

Руководство видит, сколько и куда тратит маркетинг и может оценивать обоснованность и эффективность расходов

Связь маркетинга с бизнес-результатом

Вы знаете, какие клиенты приносят 80% выручки, и работаете с ними в первую очередь

Скорость согласования

Формализованный процесс согласования сокращает время на переписку и совещания и позволяет быстрее принимать решения по бюджету

Единый источник правды по маркетинговым расходам

План, факт, отклонения собраны в одном контуре. Бизнес в любой момент видит актуальное состояние бюджета и может оперативно корректировать планы

Наши проекты

Машиностроительная компания

Sales & Operation Planning IBP

Планирование деятельности компании как единого целого, консолидация между собой планов всех ключевых подразделений (коммерческого отдела, производства, отдела закупок и отдела сбыта готовой продукции) для выработки максимально эффективного общего плана

На 15%
сокращен уровень страховых запасов продукции

На 35%
увеличен объем своевременных поставок

В 25 раз
сократился период принятия решений с 3-х дней до 3-х часов

На 20%
выросла производительность труда

г. Москва, Дмитровское шоссе, д. 81, помещение 35/2 | +7 (495) 108 68 58 | info@optimacros.com