

СЕТЕВОЙ АКСЕЛЕРАТОР ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

“ЮЖНОЕ СОЗВЕЗДИЕ БАС”



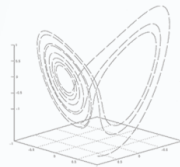
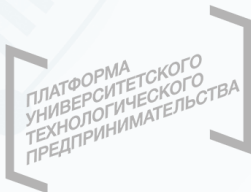
Маркетинг и продвижение продуктов. Сегментация целевой аудитории. Работа с целевыми рынками.

Долматов Евгений Сергеевич

Бизнес-тренер, директор ООО «СКАТ-ЭЛЕКТРО»,
производство зарядных станций для электромобилей.



МИНОБРНАУКИ
РОССИИ



20.35
УНИВЕРСИТЕТ



GENERATION 



ВСПОМНИТЬ ВСЕ



ЧТО ВЫ ПРОДАЁТЕ?

**ЗА ЧТО ВАМ ПЛАТИТ
КЛИЕНТ?**





ВСПОМНИТЬ ВСЕ



ЦЕННОСТЬ

ЧЕМ БОЛЬШЕ ПРОБЛЕМ КЛИЕНТА МЫ РЕШАЕМ,
ТЕМ ВЫШЕ ЦЕННОСТЬ НАС В ГЛАЗАХ КЛИЕНТА

**ТЕМ БОЛЬШЕ РЕСУРСОВ НА ВАС ОН
ГОТОВ ПОТРАТИТЬ!**

РЕСУРС



ВСПОМНИТЬ ВСЕ



**ЯВНЫЕ
ПОТРЕБНОСТИ**

**СКРЫТЫЕ
ПРОБЛЕМЫ**





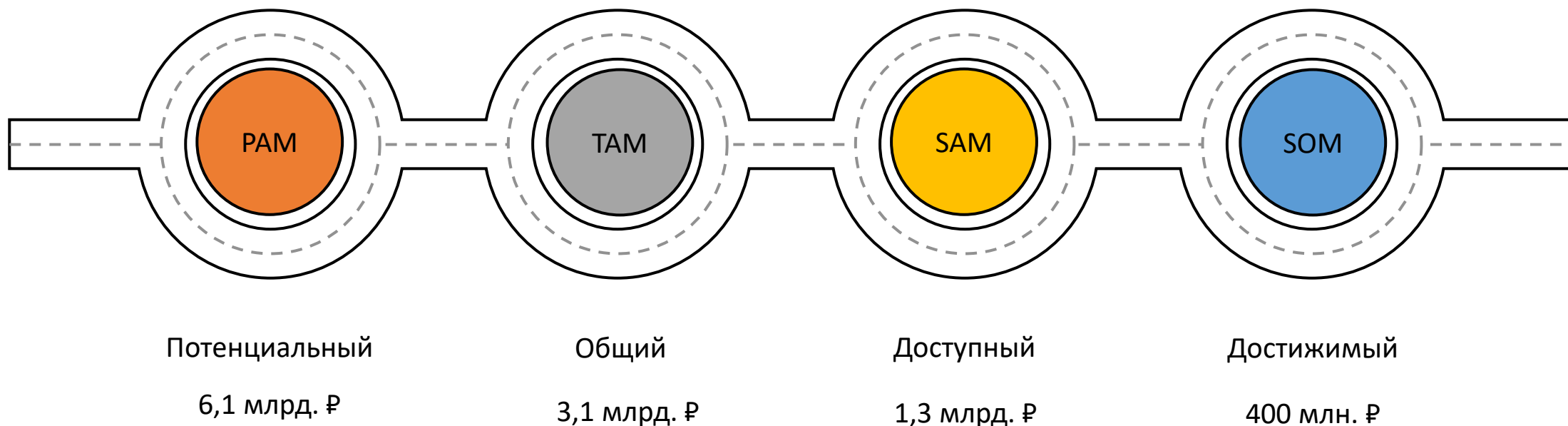
КАК ИЗУЧИТЬ РЫНОК И ПОДГОТОВИТЬ ПРОДУКТ?



- ✓ Описание проблем пользователей
- ✓ Определение объема рынка (PAM, TAM, SAM, SOM)
- ✓ Определение ЦА
- ✓ Определение ЦА+ сегментация и описание проблем
- ✓ Прогноз развития рынка
- ✓ Сбор обратной связи
- ✓ Итоговая сегментация пользователей



КЕЙС СКАТ-ЭЛЕКТРО





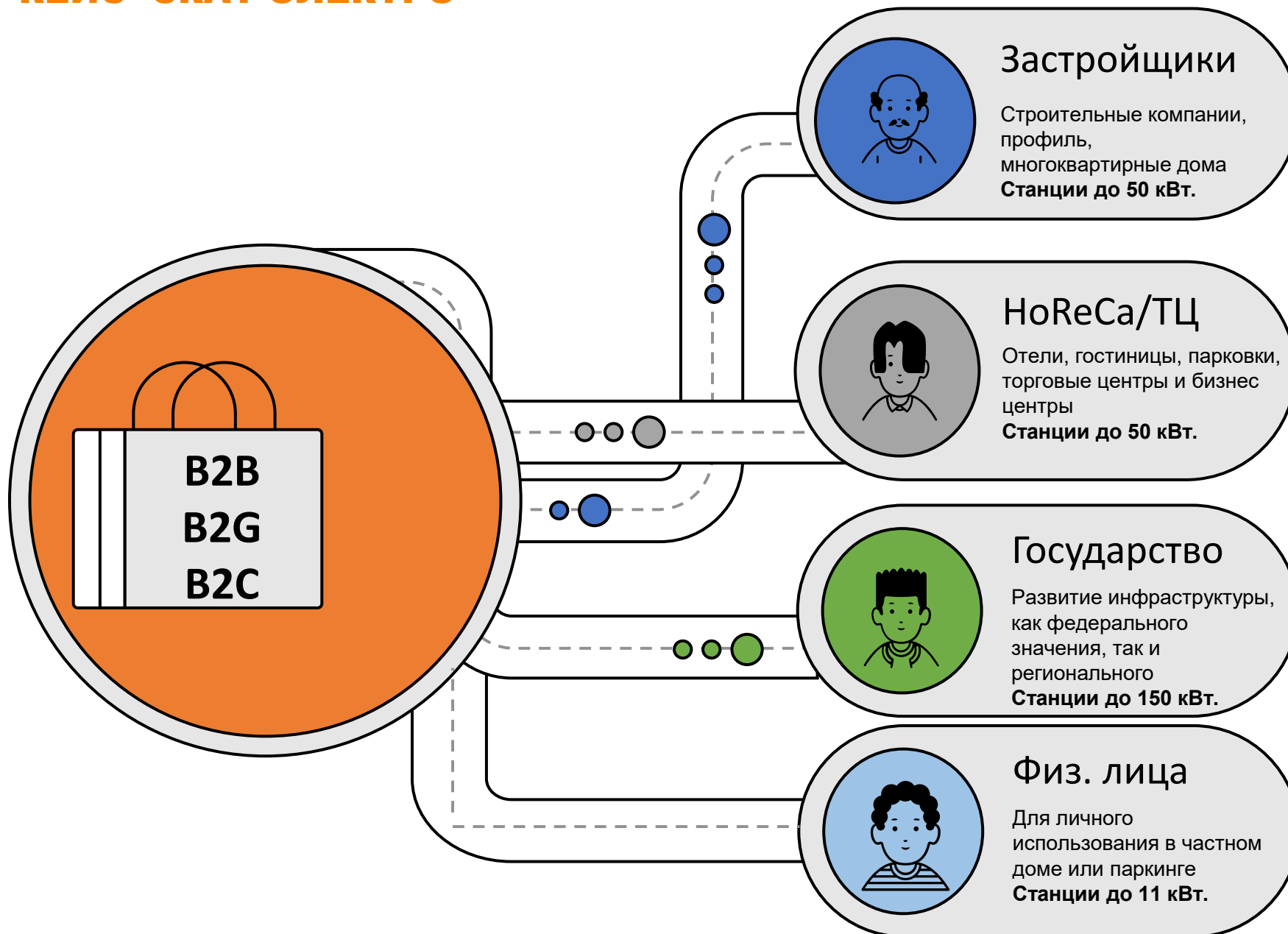
ПРОФИЛЬ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ



<p>Социально-демографические характеристики: где живет клиент (в городе, селе, в доме, кв-ре) сколько ему лет какое у него образование семейный статус чем он занимается (работает по найму, предприниматель, собственник бизнеса, безработный, пенсионер, студент и т.д.)</p>	<p>Описание проблемы: Какие у него проблемы/ о чем у него болит голова Каким языком, какими выражениям клиент описывает сложившуюся проблему? Какой самый большой страх, удерживающий клиента от приобретения вашего продукта / услуги</p>
<p>Личностные характеристики: какие у него интересы (увлечения, хобби) личность, характер, верования, ценности мечты, стремления на кого хочет быть похож</p>	<p>Описание того, как ваш продукт сможет решить эти проблемы: каков его уровень знаний о вашем продукте (эксперт, дилетант и т.д.) сколько готов заплатить за ваш продукт подходит ли ваша услуга под потребности клиента</p>
<p>Поведенческие характеристики: как клиент принимает решение о покупке (выбирает по цене, качеству, марке, совету друзей) (долго/ спонтанно) Потребности клиента / мотивы совершения покупки</p>	<p>Описание одного дня жизни потребителя Что является лучшим способом для взаимодействия с этим клиентом? Какие ключевые слова/ запросы он пишет Какие сайты / блоги часто посещает клиент Какой контент наиболее им интересен</p>



КЕЙС СКАТ-ЭЛЕКТРО





КЕЙС СКАТ-ЭЛЕКТРО



Для девелоперов

Как привлечь больше покупателей квартир и домов, которые пользуются электромобилями, в сегментах «средний плюс» и «премиум»?

Как быть, если свободные мощности ограничены, а кол-во покупателей, желающих заряжать свои авто растет?



КЕЙС СКАТ-ЭЛЕКТРО



Удобнее всего заряжать электромобиль там, где он находится большую часть дня или ночи — в гараже или на парковочном месте. Для этой задачи подойдёт настенная зарядная станция переменного тока. Она успеет восстановить заряд батареи, и электромобиль будет готов к поездке. К тому же, такие станции не изнашивают дорогостоящую АКБ. Встроенная система автоматической балансировки мощности позаботится о том, чтобы во время заряда электромобиля мощности хватало всем включённым на объекте электроприборам.



КЕЙС СКАТ-ЭЛЕКТРО



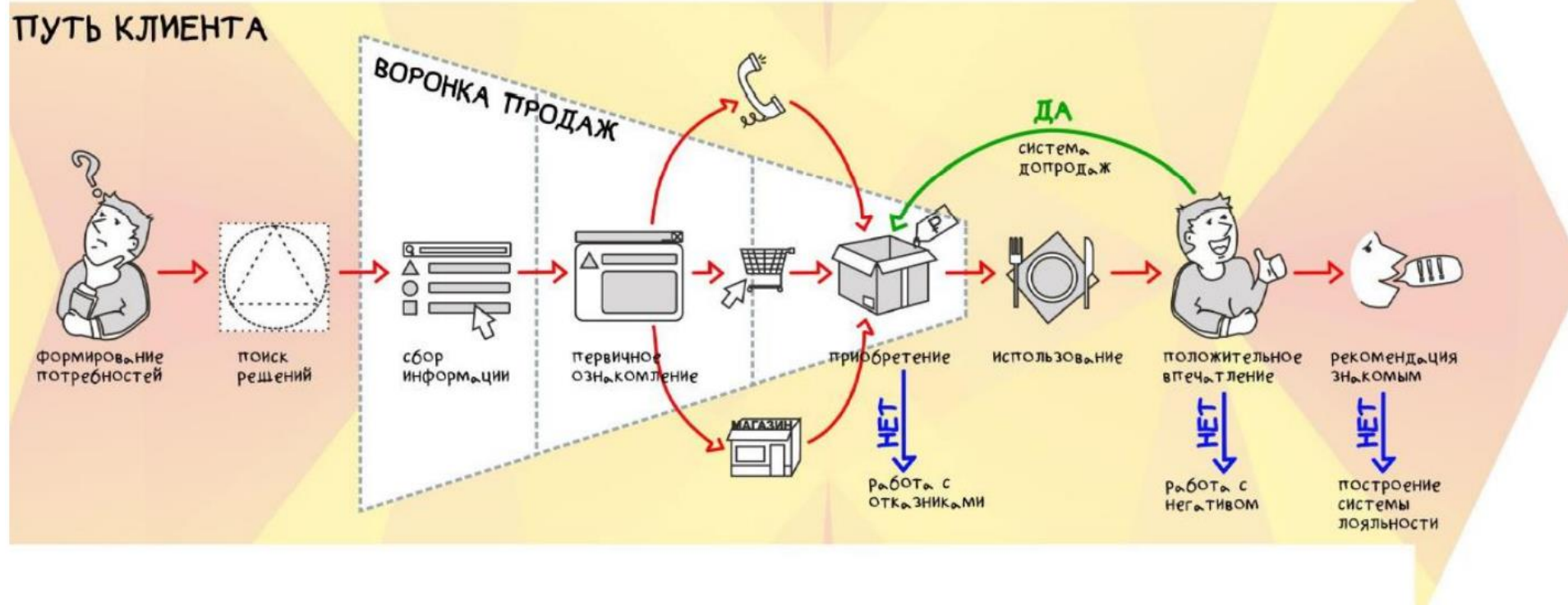
ПОЧЕМУ SKAT ELECTRO TECHNO ЛУЧШЕ?



- ✓ Зарядная станция SKAT ELECTRO TECHNO с розеткой **удобнее** в эксплуатации, в отличие от зарядной станции с кабелем.
- ✓ Собственник (арендатор) машиноместа может приобрести подходящий кабель с нужным разъемом, пользоваться им без переходников и возить его в багажнике своего авто с полной **уверенностью** в сохранности кабеля и коннектора.
- ✓ Отсутствие абонентской платы и возможность управления станцией без интернета, только с помощью RFID-ключа - это **комфорт** для пользователя.
- ✓ **Надежный** металлический корпус и внутренняя комплектация станции учитывает специфику Российских электросетей. Станция рассчитана на долгий срок активной эксплуатации.





















ПУТЬ КЛИЕНТА (СJM)





ПУТЬ КЛИЕНТА ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНА



Стадии путешествия	Мотивация	Поиск в интернете			Поиск на сайте	Оценка товаров		Оплата	
Активности	Хочет купить подарок другу на новый год	Ищет товары в интернете по ключевым словам	Переходит по первому объявлению в результатах поиска	Еще раз сравнивает с другими сайтами в поисковой выдаче	Изучает текущие скидки и предложения	Открывает страницу товара, чтобы изучить детали	Открывает страницы других товаров, чтобы сравнивать информацию	Переходит к оплате выбранного товара	Связывается со службой поддержки для помощи
Чувства									
Счастлив									
В целом доволен									
Несчастлив									
Опыт	Приятно сделать подарок другу	Нравится большой выбор, но не знает как выбрать	Не нравится много бесполезной информации	Доволен обилием информации. Не уверена как найти лучшую цену	Удивлен обилием скидок	Разочарован отзывами других покупателей	Нравится дизайн и функциональность. Расстраивает, что многих товаров нет в наличии	Расстроен, что есть только один способ оплаты	Расстроен, что есть только один способ оплаты
Ожидания	Получать легкий доступ к информации о скидках	Релевантные результаты поисковой выдачи	Возможность скрывать ненужные объявления	Понятный и современный дизайн сайта	Больше праздничных скидок	Высокое качество товаров	Большой ассортимент и быстрая доставка	Больше способов оплаты	Высокая скорость работы сайта



ПРИМЕР CJM



КАРТА ПОЛЬЗОВАТЕЛЬСКОГО ОПЫТА ВЕРСИЯ 2.0

Rocketmind
STRATEGY & DESIGN

ЦА: ТУРИСТЫ

Покупка на Аэроэкспрессе — лишь часть большого путешествия | Покупка билета на АЗ может быть сделана как заранее, так и в последний момент | Аэроэкспресс выбирают за пунктуальность, надежность, скорость и удобство | Во время трансфера из/в аэропорта путешественникам важны пунктуальность, комфорт и высокий уровень сервиса

СТАДИИ	ПЛАНИРОВАНИЕ поездки	ПОКУПКА авиабилетов	РЕШЕНИЕ по трансферу	ПОКУПКА трансфера	ТРАНСФЕР (дом/регистрация)	ТРАНСФЕР (багаж/дом)	AFTERSALE (аэропорт/вокзал)	ПОСТ-ПЕРИОД
ЭТАПЫ	<ul style="list-style-type: none"> Выбор дестинации и бронирование Предварительный поиск авиабилетов Изучение вариантов трансфера 	<ul style="list-style-type: none"> Поиск авиабилетов (дата / цена) Выбор и бронь билетов Оплата Получение 	<ul style="list-style-type: none"> Поиск вариантов (свойства/цена) Выбор (Такси/АЗ/Авто/Автобус) Решение 	<ul style="list-style-type: none"> Бронь/покупка Оплата Получение 	<ul style="list-style-type: none"> 1-2 часа Дом/Вокзал Вокзал/Аэропорт (АЗ) Аэропорт (к/д терминал)/ Стойка регистрации 	<ul style="list-style-type: none"> 1-2 часа Платформа Регистрация Дом Вокзал 	<ul style="list-style-type: none"> 2 ч (до вылета/возвращения) Регистрация Вылет Платформа Вокзал 	<ul style="list-style-type: none"> 1-2 мес (в поездке и после) Административная поддержка Публикация впечатлений Поддержка бренда
ДЕЙСТВИЯ								
СЕРВИСЫ И ПРИЛОЖЕНИЯ								
ПРЕИМУЩЕСТВА	<ul style="list-style-type: none"> Недостаток времени Недостаток информации Недовере к турагентам Недовере к тур.сайтам 	<ul style="list-style-type: none"> Недостаток информации Неудобство интерфейса площадки Недостаточное знание английского языка Невозможность оплаты по карте 	<ul style="list-style-type: none"> Использование общественного транспорта Сложности с пересадками на такси в АЗ на вокзале 	<ul style="list-style-type: none"> Билеты на АЗ не принимаются в учет при кондиционерах Большая оплата через приложения Отсутствие приватности кав такси 	<ul style="list-style-type: none"> Недостаточное место для багажа (при большом количестве) Шум от семей с детьми Отсутствие приватности кав такси 	<ul style="list-style-type: none"> Недостаточное место для багажа (при большом количестве) Шум от семей с детьми Отсутствие приватности кав такси 	<ul style="list-style-type: none"> Возможная потеря вещей или части багажа при трансфере Задержка вылета или отмена авиарейса 	<ul style="list-style-type: none"> Возможный негативный опыт от путешествия Возможный негативный опыт взаимодействия с Аэроэкспресс
ВОЗМОЖНОСТИ ДЛЯ КОМПАНИИ	<ul style="list-style-type: none"> Предоставление полезного контента Тематические рекомендации 	<ul style="list-style-type: none"> Расширение продаж через cross sale Предоставление полезного контента Тематические рекомендации 	<ul style="list-style-type: none"> Качественный этап для АЗ. Нужно: <ul style="list-style-type: none"> Быть "под рукой" клиента Всплывать в ленте за счет предыдущей коммуникации или предыдущего опыта 	<ul style="list-style-type: none"> Апгрейдинг к предыдущему опыту Коммуникация к выбору через соцсети/мессенджеры Быстрая и комфортная трансакция Предтрансферный сервис (уведомление, напоминание и т.д. после покупки билета) 	<ul style="list-style-type: none"> Демонстрация актуальной информации Предоставление доступа к Сети Развлечение в пути 	<ul style="list-style-type: none"> Демонстрация актуальной информации Предоставление доступа к Сети Развлечение в пути 	<ul style="list-style-type: none"> Демонстрация актуальной информации Формирование впечатлений от поездки Предоставление канала услуги Выстраивание отношений через Lost/Found 	
МЫСЛИ	<ul style="list-style-type: none"> Выбрать оптимальный вариант путешествия и место размещения Забронировать отель/апартаменты Какой отель выбрать? Какие направления/дестинацию выбрать? Как провести бронирование отелей? Как получить и использовать подтверждение бронирования? 	<ul style="list-style-type: none"> Найти оптимальный вариант билетов по дате / цене Забронировать выбранный вариант Оплатить и получить билеты Еще купить дешевле? Как пройти процесс бронирования и оплаты? Как использовать подтверждение бронирования? Можно ли забронировать трансфер заранее? 	<ul style="list-style-type: none"> Время и с комфортом добраться Не потерять лишние деньги Иметь возможность заниматься своими делами во время трансфера Какой из вариантов трансфера будет оптимальным? Где меньше возможностей для форс-мажора? Что комфортнее / дешевле / надежнее? 	<ul style="list-style-type: none"> Купить трансфер Произвести оплату Получить и сохранить билет Как произвести оплату на сайте и получить подтверждение? Как использовать полученный билет на АЗ? 	<ul style="list-style-type: none"> Добраться до аэропорта вовремя Подготовиться к регистрации и полету Скоммуницировать с родственниками / друзьями Когда прибудет борт Аэроэкспресс? Как воспользоваться билетом на Аэроэкспресс при вылете? Куда пройти по прибытию в аэропорт? 	<ul style="list-style-type: none"> С комфортом добраться до дома (вне зависимости от времени) Найти выход на посадку в Аэроэкспресс Купить / найти билет на Аэроэкспресс Как проще и комфортнее добраться до дома? Стоит ли разбивать поездку на два этапа (Аэроэкспресс + такси / метро)? 	<ul style="list-style-type: none"> Поделись информацией о прибытии в аэропорт / вылете Найти стойку регистрации Решить проблему или найти потерю вещей Куда двигаться по прибытию в аэропорт? Как можно решить проблему или найти потерю вещей? 	<ul style="list-style-type: none"> Поделись новым опытом Разделись положительные и негативные впечатления Получить социальное подтверждение Что станет наиболее ярким способом для демонстрации нового опыта? Что озвучить, а что оставить при себе? Что получит большее социальное подтверждение?
ЧУВСТВА	<ul style="list-style-type: none"> Выбран оптимальный вариант для направления / дестинации Разрешение подтверждено Найду ли хорошие варианты под даты? Умоюсь ли в бассейне? Смогу ли получить полный набор ожидаемого? 	<ul style="list-style-type: none"> Нашли лучшие билеты Оплатили и получили подтверждение Разрешение подтверждено Найду ли хорошие варианты под даты? Умоюсь ли в бассейне? Смогу ли получить полный набор ожидаемого? Не будет ли задержка вылета и неприятных ситуаций в полете? Смогу ли вернуть билеты в случае необходимости? 	<ul style="list-style-type: none"> Выбрал оптимальный вариант трансфера Пlein поездки стало более четким Смогу использовать Wi-Fi в пути (АЗ) Не опоздал ли (задержка машины / пробки / форс-мажор)? Смогу ли перевезти весь багаж? Смогу ли добраться с комфортом? Не заплачу ли лишние деньги? 	<ul style="list-style-type: none"> Билеты оплачены, куплены и получены "на руки" Приеду точно по расписанию В АЗ есть 40 минут свободного времени Смогу спланировать следующие шаги Успею ли на Аэроэкспресс вовремя (расписание)? Не будет ли проблем с прохождением турникетов? 	<ul style="list-style-type: none"> Приеду точно по расписанию В АЗ есть 40 минут свободного времени Смогу спланировать следующие шаги Успею ли на свой рейс? Нет ли изменений в расписании вылетов? На месте ли необходимые документы и вещи? 	<ul style="list-style-type: none"> Доберусь спокойно и с комфортом В АЗ есть 40 минут свободного времени Получу вещи вовремя Найду ли свободное место в АЗ? Дожду ли до дома без лишних проблем? 	<ul style="list-style-type: none"> Все идет по графику Сдал багаж и прошел в зону вылета Получил вещи вовремя Найду ли быстро стойку регистрации, успеваю ли зарегистрироваться? Найду ли потерянную вещь по возвращению? 	<ul style="list-style-type: none"> Замечательное путешествие Новые впечатления, которыми могу поделиться Не буду ли воспринимать негативно, делюсь впечатлениями?
ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ С АЭРОЭКСПРЕСС								
ОЖИДАНИЯ ОТ АЭРОЭКСПРЕССА	<ul style="list-style-type: none"> Низких ожиданий по выгодам 	<ul style="list-style-type: none"> Низких ожиданий по выгодам 	<ul style="list-style-type: none"> Максимально низкая цена Подтверждение правильности решения Дополнительные предпочтения в случае выбора 	<ul style="list-style-type: none"> Простая и комфортная трансакция без лишних сложностей 	<ul style="list-style-type: none"> Удобство навигации (вокзал / аэропорт) Удобство ожидания поезда Максимально комфортная поездка минута-в-минуту Удобство навигации к метро / такси 	<ul style="list-style-type: none"> Удобство навигации в аэропорту Максимально комфортная поездка минута-в-минуту Удобство навигации к метро / такси 	<ul style="list-style-type: none"> Уверенность в поддержке АЗ при потере вещей и других неприятных ситуациях Предпочтения при повторном выборе Предпочтения при рекомендациях 	<ul style="list-style-type: none"> Премирование лояльности Предпочтения при повторном выборе Предпочтения при рекомендациях
ОЖИДАНИЯ ОТ КЛИЕНТА	<ul style="list-style-type: none"> Фиксация в памяти для предопределения последующего выбора 	<ul style="list-style-type: none"> Фиксация в памяти для предопределения последующего выбора Кросс-селл на этапе выбора авиабилетов 	<ul style="list-style-type: none"> "Срабатывание" нарабатанного ранее капитала коммуникации и выбор в пользу АЗ Выбор максимального тарифа Покупка и оплата сразу после выбора 	<ul style="list-style-type: none"> Покупка через сайт / приложение как можно ранее до поездки (не в терминале) Минимальное вовлечение служб поддержки 	<ul style="list-style-type: none"> Получение положительного опыта от поездки Формирование лояльности 	<ul style="list-style-type: none"> Получение положительного опыта от поездки Формирование лояльности 	<ul style="list-style-type: none"> Фиксация положительного опыта поездки и его распространение в соцсети Формирование лояльности 	<ul style="list-style-type: none"> Фиксация положительного опыта поездки и его распространение в соцсети Повышение дополнительного "источника рекомендаций" ("адвоката бренда")
КЛЮЧЕВЫЕ МЕТРИКИ	<ul style="list-style-type: none"> Количество подписчиков в собственных каналах и качество работы с ними Охват целевой аудитории во внешних каналах Количество вовлеченных в активности 	<ul style="list-style-type: none"> Количество подписчиков в собственных каналах и качество работы с ними Охват целевой аудитории во внешних каналах Количество вовлеченных в активности 	<ul style="list-style-type: none"> Количество вовлеченных в премирование лояльности Трафик на сайт Количество обработанных обращений Количество обработанных упоминаний и их тональность Охват контента из жизни бренда 	<ul style="list-style-type: none"> Трафик на сайт Количество обработанных обращений / запросов Количество обработанных упоминаний и их тональность Охват контента из жизни бренда 	<ul style="list-style-type: none"> Объем сгенерированного клиентом контента (ретрансляция опыта) Охват контента из жизни бренда Количество обработанных упоминаний Количество вовлеченных в премирование лояльности 	<ul style="list-style-type: none"> Объем сгенерированного клиентом контента (ретрансляция опыта) Охват контента из жизни бренда Количество обработанных упоминаний Количество вовлеченных в премирование лояльности 	<ul style="list-style-type: none"> Объем сгенерированного клиентом контента (ретрансляция опыта) Количество обработанных обращений / запросов Количество обработанных упоминаний и их тональность 	<ul style="list-style-type: none"> Объем сгенерированного клиентом контента (ретрансляция опыта) Охват во внешних каналах Количество обработанных упоминаний Количество вовлеченных в премирование лояльности



ПРИМЕР CJM



CUSTOMER JOURNEY MAP

www.columbiaroad.com

Example of an online grocery store

STAGE	AWARENESS	CONSIDERATION	DECISION		DELIVERY & USE			LOYALTY & ADVOCACY	
CUSTOMER ACTIVITIES	Hear from friends, see offline or online ad, read from newspapers	Compare & evaluate alternatives	Add groceries to shopping cart	Make an order	Receive or pick up on order	Contact customer service	Enjoy groceries	Order again and/or order more	Share experience
CUSTOMER GOALS	No goals at this point	Find the best solution to buy food	Find and select products easily, get inspired	Order effortlessly	Receive or pick up an order effortlessly and when needed	Get help if problems appear, request for refund	Have the right and good quality ingredients	Repeat good customer experience	Share feelings, give feedback
TOUCHPOINTS	Word of mouth, traditional media, social media	Word of mouth, website, brick & mortar store, social media		Website, app, order confirmation email	Delivery service, packing, messages (email, SMS, phone call)	Phone, email, chat	Food products, packages, other materials		Word of mouth, social media
EXPERIENCE	 <i>Interested, curious</i>	 <i>Requires effort but excited</i>	 <i>Excited</i>	 <i>"Payment is painful"</i>	 <i>Requires effort, happy when received</i>	 <i>Frustrated</i>	 <i>Satisfied</i>	 <i>"This is easy"</i>	 <i>"I have to share this"</i>
BUSINESS GOAL	Increase awareness and interest	Increase number of website visitors	Increase shopping cart value & conversion rate	Increase online sales and conversion rate	Deliver on time and minimise the delivery window	Increase customer service satisfaction, minimise waiting time	Make products to match expectations	Increase retention rate and order value and/or frequency	Turn customers into advocates, turn negative experiences into positive
KPIs	Number of people reached	New website visitors	Shopping cart value, conversion rate	Online sales, conversion rate	On time delivery rate, average delivery window	Customer service success rate, waiting time	Product reviews	Retention rate, order value and frequency	Customer satisfaction
ORGANISATIONAL ACTIVITIES	Create marketing campaigns and content both offline and online, PR	Create marketing campaigns and content both offline and online	Optimise grocery shopping experience	Optimise online purchase funnel, order handling	Picking & delivery	Organise customer service	Develop products & product range	Target marketing, make re-ordering easy, upselling and/or cross-selling	Manage feedback and social media, develop sharing / inviting possibilities
RESPONSIBLE	Marketing & Communications	Marketing & Communications	Online development, Customer service	Online development, warehouse, logistics	Warehouse, logistics	Customer service	Product development, purchasing	Marketing, online development	Customer service, online development
TECHNOLOGY SYSTEMS	CRM, analytics, programmatic buying platform, social media	CRM, analytics, CMS, marketing automation	CRM, analytics, CMS, ecommerce platform, PIM	CRM, analytics, CMS, ecommerce platform, PIM, inventory system, marketing automation	CRM, analytics, order & delivery system, marketing automation	CRM, analytics, help desk, ticketing system, chat	CRM, analytics, vendor management system, PIM	CRM, analytics, marketing automation, ecommerce platform	CRM, analytics, marketing automation, ecommerce platform, social media analytics



ЧТО ПОЧИТАТЬ?





ЧТО ПОЧИТАТЬ?

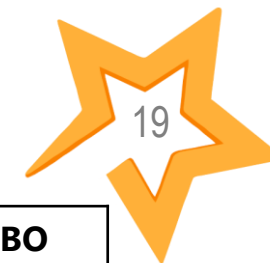


- Для чего нужны исследования рынка?
- Как их организовать самостоятельно?
- Где их заказывать?
- Сколько они могут стоить?

Это далеко не полный перечень вопросов, которые возникают у руководителей компаний, начальников отделов маркетинга или рекламы, словом тех, кто обычно принимается решение о проведении маркетинговых исследований. Автор на материале российской деловой действительности описывает всю технологию работы, подробно останавливаясь на достоинствах и недостатках качественных (фокусирование, глубинное интервьюирование) и количественных (анкетирование, опросы) методов. Данная книга будет интересна не только практикам, но и преподавателям и студентам.



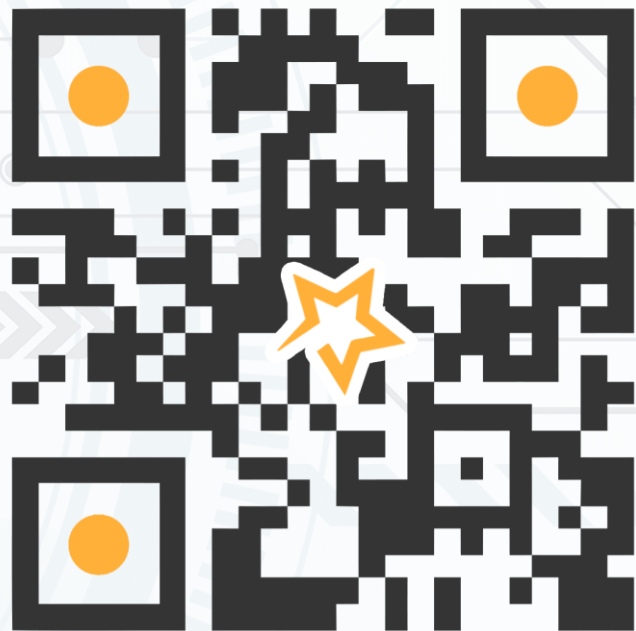
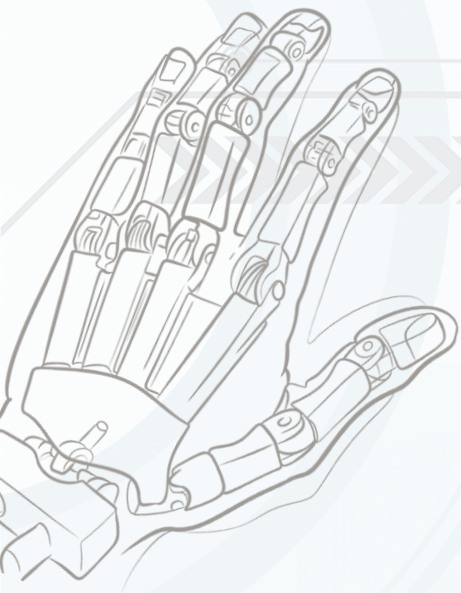
КЕЙС ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЕ



РИСК	ВОЗМОЖНОСТЬ	ПРЕИМУЩЕСТВО
Ограниченный выбор товаров: Когда страна сосредоточивается на импортозамещении, она может столкнуться с ограниченным выбором товаров на рынке. Это может ограничить возможности потребителей и повлиять на продажи товаров, которые ранее импортировались и были в большем ассортименте.		
Низкая конкурентоспособность: Отечественные товары, созданные в результате импортозамещения, могут не всегда соответствовать качеству и стоимости импортных аналогов. Это может снизить их конкурентоспособность на рынке и отразиться на объемах продаж.		
Высокие издержки производства: Развитие отечественного производства может потребовать значительных инвестиций в модернизацию и обновление оборудования, внедрение новых технологий и обучение рабочей силы. Это может повлиять на стоимость производства и, в результате, на цены товаров. Более высокие цены могут отпугнуть потребителей и снизить спрос.		
Кризисные ситуации: Импортозамещение может сделать экономику более уязвимой к кризисным ситуациям, таким как истощение ресурсов, изменение геополитической обстановки или экономические потрясения в соседних странах. В таких ситуациях отсутствие альтернативных поставщиков может привести к проблемам в обеспечении спроса на товары и услуги.		
Требования к качеству и стандартам: При сокращении импорта могут возникнуть проблемы с соблюдением международных стандартов и требований к качеству продукции. Если отечественные производители не смогут соответствовать этим требованиям, это может ограничить их доступ к определенным рынкам и повлиять на объемы продаж.		

СЕТЕВОЙ АКСЕЛЕРАТОР ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

“ЮЖНОЕ СОЗВЕЗДИЕ БАС”



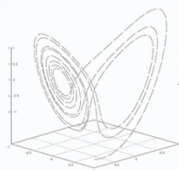
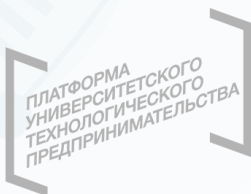
BAS.SFEDU.RU

Долматов Евгений Сергеевич

Бизнес-тренер, директор ООО «СКАТ-ЭЛЕКТРО»,
производство зарядных станций для электромобилей.



МИНОБРНАУКИ
РОССИИ



20.35
УНИВЕРСИТЕТ



GENERATION