



# МАРКЕТИНГ: ПОИСК КЛИЕНТОВ, ПРОДВИЖЕНИЕ ТОВАРОВ И УСЛУГ

**ЦЕЛЬ СЕМИНАРА** Семинар расскажет о способах привлечения новых и удержания старых клиентов, возможностях поддержания с ними “теплых” и “горячих” контактов, особенностях поддержания высокой лояльности среди клиентов в разных сферах бизнеса.

**ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ** Субъекты малого и среднего предпринимательства и их наемные работники

## ➤ ПРОГРАММА СЕМИНАРА:

### Модуль 1. Поиск и привлечение клиента

- ❖ Отправная алгоритмическая технологическая цепочка
- ❖ Определение ценовой категории объекта продаж
- ❖ Определение количественных и качественных характеристик целевой аудитории
- ❖ Определение информационных каналов. Работа по созданию базы данных
- ❖ Определение температуры нужного бизнес - контакта. Контакт холодный, теплый, горячий
- ❖ Определение приема поиска потенциальных клиентов. Виды приемов: приемы поиска, купли, обмена и кражи. Примеры
- ❖ Практическая тренинговая проектная работа слушателей

### Модуль 2. Закрепление клиентов за собой. Программа лояльности

- ❖ Психологическое обоснование программы лояльности
- ❖ Экономическое обоснование программы лояльности
- ❖ Технологическая алгоритмическая цепочка действий по созданию программы лояльности
- ❖ Определение сферы бизнеса. Сфера B2B и сфера B2P
- ❖ Определение качества планируемых отношений с клиентом. Зависимость отношений от количественного аспекта целевой аудитории
- ❖ Определение ценовой категории независимо от первого этапа – программа лояльности может существовать сама по себе, если клиентская база минимально наработана
- ❖ Типология приемов закрепления клиентов за собой
- ❖ Практическая тренинговая проектная работа слушателей

### Модуль 3. Активация личных продаж

- ❖ Рабочая структура клиентской базы данных
- ❖ Сегментируем клиентов, расставляем приоритеты
- ❖ Разрабатываем отдельные программы работ для каждой группы клиентов
- ❖ Как перевести личные контакты менеджеров в стратегические коммуникации
- ❖ Алгоритм реализации программы построения коммуникаций с клиентами

### Модуль 4. Прямой маркетинг

- ❖ Решит ли прямой маркетинг именно ваши проблемы?
- ❖ Как применять рассылки для удержания старых клиентов и приобретения новых
- ❖ Откуда брать базу данных адресатов рассылок
- ❖ Делаем выбор между почтовой и электронной рассылкой
- ❖ Правильно оформляем и готовим сообщения для прямой рассылки

## Модуль 5. Определение информационных каналов.

- ❖ Определяем цели и задачи сайта компании на B2B рынке
- ❖ Делаем сайт привлекательным для посетителей и прибыльным для компании
- ❖ Сравниваем возможности различных каналов привлечения посетителей на сайт
- ❖ Извлекаем пользу из корпоративных блогов, он-лайн-сообществ и вебинаров, твиттера, форумов, рейтингов, каталогов, видео- и аудиоконтента
- ❖ Выбираем стратегию развития представительства своей компании в Интернет
- ❖ Определяем сколько нужно сайтов, каких и с каким содержанием?

## Модуль 6. Рекламные материалы

- ❖ Правильно описываем свои товары и услуги на интернет-сайте и в печатной листовке
- ❖ Как выбрать стиль, шрифты и цвета, написать рекламные и информационные тексты
- ❖ Как наглядно представить диаграммы и графики, изображения и иллюстрации
- ❖ Как избежать ошибок при заказе полиграфической продукции
- ❖ Обязательные промоматериалы для B2B рынка – 20 помощников в продажах

## Модуль 7. Базовые методы рекламных воздействий на B2B рынке

- ❖ Узнайте, какая реклама работает на B2B рынке, а какая бесполезна
- ❖ Рекомендации по размещению наружной рекламы. Правила создания работающего макета рекламного щита
- ❖ Выбор типа печатных средств массовой информации и форм подачи рекламы
- ❖ Полностью используем рекламные возможности Интернет. Классификация интернет-рекламы: форматы, место, принцип размещения
- ❖ Подбираем рекламные инструменты, наиболее подходящие вашим задачам

## Модуль 8. Убеждение клиентов в своих преимуществах

- ❖ Достигаем цели через систему общественных коммуникаций - PublicRelations
- ❖ Поддерживаем интерес к компании: откуда взять новость, как создать новость, как «подать», кому предложить, как распространить. Как разбрасываться пресс-релизами правильно
- ❖ Наполняем содержанием сайт компании для B2B рынка
- ❖ Проводим конференции, семинары и мастер-классы
- ❖ Участвуем в выставках с пользой: как выбрать выставочное мероприятие, как подготовиться, как присутствовать

## Модуль 9. Конечный пункт: проверка достигнутых результатов

- ❖ Определяем ключевые показатели эффективности коммуникаций на B2B рынке
- ❖ Как разделить, пометить и не перепутать он-лайн и офф-лайн рекламные кампании, как учесть клиентов из Интернет
- ❖ Определяем эффективность всех маркетинговых действий: рекламы, рассылок, акций
- ❖ Считаем прибыль, сокращаем потери, делаем выводы

По окончании семинара выдается СЕРТИФИКАТ установленного образца.

*\*Семинар коммерческий. Стоимость обучения 12 000 рублей*

Запись на семинар:  
тел/факс (4112) – 34-03-38,  
сот. 8-914-2-705-874  
e-mail: [busschool@mail.ru](mailto:busschool@mail.ru)



АУ ДПО  
«Бизнес-школа» РС (Я)

Подробности на сайте:  
[www.schoolbusiness.ru](http://www.schoolbusiness.ru)