

25 НОЯБРЯ 2017 | НОВЫЙ МАСТЕР – КЛАСС | ВЕДУЩИЙ – ИГОРЬ МАНН

## «ИНСТРУМЕНТЫ – ОГОНЬ!»

*Место проведения: «Байкал Бизнес Центр», конференц-зал «Малый»*

Американская Ассоциация маркетинга утверждает, что существует более 5000 (!) маркетинговых инструментов.

Нужно ли столько знать руководителю компании, топ менеджеру или маркетеру?  
Точно нет.

Но есть инструменты - бомбы, **инструменты - огонь**, без которых ни один бизнес никак. Если вы их знаете, если вы их применили, когда вы их используете - вы крутые (и ваши бизнес результаты должны быть отличными).

Это что-то абсолютно новое: это не семинар, не тренинг и даже не мастер-класс.

Это практикум, на котором представлено топ 22 маркетинговых инструмента и технологии, подавляющую часть из которых мы сделаем прямо в течение дня.

Учимся что и как, самое важное сразу же делаем, запускаем в работу!

Вы еще в аудитории - а у вас уже другой маркетинг и, главное, совсем другие результаты.

Как у артиллеристов: Целься! Огонь!

Так и у нас: Учимся делать. Делаем!

Игорь Манн

### В ПРОГРАММЕ:

	Инструмент/ технология/подход	Что мы делаем в аудитории?	Что вы получаете?
1	Позиционирование	Проверяем позиционирование вашей компании. Создаем экспресс - позиционирование.	Готовое позиционирование для вашей компании/продукта/сотрудника
2	УТП	Проверяем УТП ключевого продукта/услуги. Создаем УТП.	Готовое УТП.
3	Точки контакта	Анализируем точки контакта вашего бизнеса. Начинаем их улучшать на примере двух универсальных точек контакта.	План работы с ключевыми точками контакта.
4	Борьба с оттоком	Понимаем, почему клиенты уходят от вас.	Готовый план работы с оттоком.

	Инструмент/ технология/подход	Что мы делаем в аудитории?	Что вы получаете?
5	Возвращенцы	Учимся возвращать клиентов. Возвращаем одного прямо на семинаре.	Готовый план работы и набор инструментов для возвращения клиентов.
6	Фидбэк	Отбираем подходящие вашей компании каналы обратной связи с клиентами/партнерами. Включаем один прямо на семинаре.	Набор каналов обратной связи для вашей компании.
7	КНР - тест	Анализируем, какими - новыми, классическими и революционными - инструментами для привлечения клиентов вы пользуетесь?	Таблицу с инструментами онлайн и офлайн привлечения
8	Как мы привлекаем?	Анализируем эффективность каналов и инструментов привлечения клиентов	План улучшение инструментов привлечения
9	Расчет стоимости клиента на всю жизнь	Считаем стоимость клиента на всю жизнь для вашей компании	Инструмент воспитания сознания клиентоориентированности сотрудников
10	Продающая визитная карточка	Анализируем визитную карточку на типовые ошибки и недостатки	Макет визитной карточки на 100%
11	Сторителлинг	Учимся использовать истории для продажи себя, компании и решений	2 готовых истории
12	Нетворкинг	Учимся использовать нетворкинг для продаж	5+ новых полезных контактов
13	Продает каждый	Разбираемся, как включить технологию «продает каждый» в вашей компании	Поэтапный план включения в вашей компании подхода «продает каждый»
14	Зум-прайс	Учимся поднимать цены	Быстрый дополнительный доход и уверенность, что вы можете поднимать цены и в дальнейшем

	Инструмент/ технология/подход	Что мы делаем в аудитории?	Что вы получаете?
15	Жалоба - это подарок	Учимся работать с жалобами клиентов/партнеров	Алгоритм для вас и вашей команды по работе с жалобами
16	Прибавить оборотов	Проверяем, какие инструменты маркетинга (из 47) подходят для вашей компании для роста продаж	Чек-лист инструментов роста продаж
17	По рекомендации	Учимся запускать сарафанный маркетинг	План запуска сарафанного маркетинга
18	Антириски	Анализируем риски клиентов по покупке и формируем предложения, как снять эти риски	Пакет антирисков - фраз-помощников, как снимать риски клиентов.
19	ББДДЧ	Рассматриваем технологии продаж больше, быстрее, дороже, дольше, чаще	Пакет инструментов для внедрения
20	Целевой клиент	Понимаем, кто наш покупатель? В чем его интерес? Где он «водится»?	Карточка целевого клиента
21	Голубой океан	Понимаем, что такое голубой океан и как его создавать. Осваиваем самую простую технологию - «не».	Взрываем мозг, применяя технологию «не» в отношении вашего бизнеса/продукта.
22	План 90 дней	Формируем план маркетинговой работы на 90 дней	Готовый план «90 дней»

Итак,  
Приходите командами.  
Приходите с примерами того, что делаете вы.  
Приходите злыми и недовольными.  
Приходите за результатами.  
Мы не просто будем учиться - мы нужное сделаем и получим быстрые результаты.

## Отзывы с семинаров Игоря Манна:

*«Потрясно! Все всегда можно улучшить - бери и делай; обещаем и делаем больше. Список большой, если сделаем хотя бы 20% - будет победа. Третий раз на Манне. Игорь Манн научил выполнять намеченное. Круто!!! Система всегда приближает к победе. Спасибо!».*

**Директор Сети магазинов «Кардинал», Иркутск**

*«Слишком много предстоит работы по внедрению 147 идей, которые возникли по ходу тренинга. Получилось по 183 руб. за идею. Неплохой КПД!».*

**Генеральный директор ООО «М7», г. Иркутск**

*«Как спикер Игорь Манн вызывает доверие и интерес. Заставляет по-новому взглянуть на многие вещи.*

*С удовольствием буду пользоваться приемами, которыми он поделился в ходе мастер-класса».*

**Елена Ручко**  
**Груп-бренд-менеджер, «Л'Ореаль»**

*«Спасибо за семинар! Получила заряд энергии. Немного расстроена, т.к. явно теперь вижу свои ошибки в работе. Буду стараться применить по-максимуму».*

**Директор по развитию и рекламе «Империя-М», Иркутск**

*«Все понятно и по теме. Особенно понравились примеры в виде слайдов. Выражаю благодарность «Бизнес – Технологии» за организацию данного тренинга! Отдельное спасибо Игорю Манну».*

**ИП Есицкий Д.С., г. Иркутск**

*«Высокий уровень, простота подачи материала, легко воспринимаемый материал обучения, разносторонность практических примеров с разных видов деятельности. Спасибо!».*

**Финансовый директор ФГУНПП «Иркутскгеофизика», г. Иркутск**

## **Автор и ведущий: ИГОРЬ МАНН**

Самый известный и самый востребованный консультант по маркетингу в России и странах СНГ по данным независимых экспертов издательства «Питер» и сообщества «E-executive». Дважды «Консультант года» по версии портала marketologi.ru.

Автор книг-бестселлеров «Маркетинг на 100%», «Без бюджета», «Маркетинг Машина», «Арифметика маркетинга для первых лиц» и других.

Партнер и соучредитель крупнейшего в России издательства деловой литературы — «Манн, Иванов и Фербер», компаний: «Сила Ума», «МаркетингМашина», «Кросту», «Oy-li»

В прошлом более 12 лет работал директором по маркетингу из них 5 лет в американских компаниях Lucent и Avaya.

Среди клиентов: Microsoft, Ситроникс, Мегафон, МТС, 1С-Парус, Intel, 3М, ТехноНИКОЛЬ, ENTER, Сбербанк РФ, Headhunter.ru, Unicum, Миракс, Атлант-М, RS Group, ЕКФ, АСГ, Пенетрон, iON и другие менее известные компании.