###### 20 ОКТЯБРЯ 2018 | два мастер – класса за день | ВЕДУЩИЙ – ИГОРЬ МАНН

**МАРКЕТИНГ БЕЗ БЮДЖЕТА 3.0:**

**50+ новых инструментов**

**НОМЕР 1:**

**как стать лучшим в том, что ты делаешь**

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

### **МАРКЕТИНГ БЕЗ БЮДЖЕТА 3.0: 50+ новых инструментов**

### ***Что принципиально отличает «Маркетинг без бюджета 3.0»***

### ***от предыдущих версий тренинга?***

### В нем еще **больше инструментов.**

### В нем **больше интерактива**.

### В нем еще **больше интересных моделей** (например, ПОИСК – модель правильного привлечения новых клиентов).

### И, наконец, в нем **еще больше мотивации***: мне хочется, чтобы после тренинга участники засучили рукава и взялись за внедрение инструментов – и как можно скорее получили нужные им результаты.*

*«Я занимался маркетингом без бюджета или с очень ограниченным бюджетом пять раз.
Кризис отрасли.*

*Кризис ликвидности.*

*Кризис управления, кризис, кризис...*

*Но не всегда. Иногда просто нет денег!*

*Когда мы стартовали с издательским проектом «Манн, Иванов и Фербер» наш маркетинговый бюджет на первый год составлял 400 долларов.*

*После кризиса 2008 года бюджет на продвижение мы снизили до нуля – и не поднимаем его до сих пор (но у нас работают почти 20 менеджеров по маркетингу).*

 *Среди 5000 маркетинговых инструментов существует 100+ бесплатных.*

*Совсем бесплатных, то есть вы ничего не платите (или практически ничего не платите), когда их используете.*

*Но эффект получаете.
О них и пойдет речь на семинаре. Я расскажу, как «взять и сделать».*

*Тренинг, возможно, стоит дорого. Но поверьте, он того стоит»*

***Игорь Манн***

**ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ:**

* Владельцы и собственники бизнеса
* Генеральные директора
* Коммерческие директора
* Специалисты, отвечающие за маркетинг и продажи в компании
* Руководители отделов продаж и маркетинга

**Для вас участие – это...**

**... хорошая возможность узнать о 100+ безбюджетных инструментах маркетинга, которые вы можете использовать с пользой для вашей компании прямо на следующий после семинара день - и потом по уникальной технологии «знать, что делать, знать, как делать, взять и сделать».**

**ВСЕ ИНСТРУМЕНТЫ РАЗБИТЫ НА 4 БЛОКА:**

* привлечение клиентов
* работа с клиентами
* удержание клиентов
* возвращение клиентов

**ВО ВРЕМЯ ТРЕНИНГА ВЫ УЗНАЕТЕ:**

* для каких рынков лучше подходит тот или иной инструмент (b2b, b2c или b2b и b2c)
* для маркетинга каких объектов он лучше подходит (услуги, продукты, или услуги и продукты)
* сколько по времени занимает реализация на практике того или иного инструмента
* сколько будет стоить его реализация
* кто его «включает»
* и какой эффект можно получить от его применения (дополнительный доход, увеличение лояльности, увеличение узнаваемости)

**ОСОБОЕ ВНИМАНИЕ БУДЕТ УДЕЛЕНО...**

**Тому, как применять на практике эти инструменты**

 **В РЕЗУЛЬТАТЕ ВЫ НАУЧИТЕСЬ (ПОЛУЧИТЕ):**

* знание о 100+ бесплатных инструментах маркетинга
* вы сможете использовать эти инструменты на благо своей компании
* получите инструменты, которые помогут поддержать внедрение этих инструментов в практику вашей компании

**В ПРОГРАММЕ:**

**1. ПРИВЛЕЧЕНИЕ**

* Новые каналы продаж – используем 21 проверочный вопрос, чтобы выбрать из 35 существующих каналов новые.
* нАВыроСт – увеличиваем свои продажи, увеличивая продажи клиентов.
* Почему им нравится и почему им не нравится работать с нами? – сделайте это упражнение и получите хорошие результаты.
* Операция «Перехват» - учимся перехватывать клиентов у конкурентов.
* Модель ПОИСк – как научиться правильно привлекать клиентов.
* Карта решений – когда клиенты это видят и понимают, то они покупают. Не понимают – не покупают.
* Голубой океан? = услуга + продукт – как через пакетирование отрываться от конкурентов.
* Равнение на лидера! Делаем коммуникации, как в Apple.
* Конкурент-терминатор – учимся делать себя непобедимыми.
* Недоклиенты – дожимаем тех, кто заинтересовался, но не купил.
* Проверим эффективность инструментов привлечения.

**2. РАБОТА С КЛИЕНТАМИ/ПАРТНЕРАМИ**

* Подарочные карты и сертификаты – заставляем их работать и радуемся, радуемся результатам!
* На 1-2-3 рассчитайся! (понимаем качественный состав своих сотрудников)
* Воронка или воровка? Как сделать так, чтобы ваши деньги не застревали в вашей воронке продаж?
* Бюро добрых дел – меняем хорошие поступки на хорошие новости о компании.
* Продает клиент – как сделать так, чтобы ваши покупатели превращались в ваших клиентов?
* Просто быстрее – делаем скорость конкурентным преимуществом.
* Это вау! – как научиться делать «вау» в своей компании (4 технологии).
* Инновации – это просто! Запускаем их в компании за 1 день.
* Вижу = действую! Как вовлечь всех сотрудников компании в выполнение плана продаж?
* Follow up = узнаем мнение, устраняем когнитивный диссонанс и улучшаем свою работу.
* Увеличиваем чувственность: включаем бесплатные инструменты сенситивного маркетинга.
* ББДЧ! Продаем больше, быстрее, дороже и чаще.
* Опрос коммерсантов – спрашиваем, как отдел продаж можно превратить в отдел отгрузок – удивляемся услышанному
* Сделаем им приятно: учимся создавать приятные впечатления
* Царевна-подход: как быстро научиться смотреть на свой бизнес глазами клиента?

**3. УДЕРЖАНИЕ КЛИЕНТОВ/ПАРТНЕРОВ**

* Хорошие манеры = хорошие сотрудники = хорошие отношения = хорошие продажи
* Совет клиентов – недорого и очень эффективно!
* Борьба с оттоком – как быстро удержать клиентов
* Замыкание клиентов на компанию – 8 рычагов
* Стоимость клиента на всю жизнь – считаем и проникаемся...
* NPS – бизнес показатель, который вы полюбите, как свою прибыль
* Эмоциональный годовой отчет – удивляем наших клиентов

**4. ВОЗВРАЩЕНИЕ КЛИЕНТОВ/ПАРТНЕРОВ**

* Возвращенцы – учимся возвращать клиентов и партнеров

**НОМЕР 1:**

**КАК СТАТЬ ЛУЧШИМ В ТОМ, ЧТО ТЫ ДЕЛАЕШЬ**

***Быть первым, быть лучшим – выгодно морально и выгодно материально.***

***И не важно, кто вы.***

***Предприниматель. Руководитель. Консультант. Специалист. Студент.***

***Или даже школьник...***

***Хорошо! Выгодно! Да и просто приятно быть №1 в том, что вы делаете.***

***Выше уверенность.***

***Выше авторитет.***

***Выше доходы.***

***Плюсов много!***

Существует множество книг и спикеров, которые рассказывают о том, как стать известным, самым популярным, отлично распиаренным – но этот тренинг не об этом.

***Да, продвижение важно – но гораздо более важно другое: ваша цель, аудит самого себя, личное и профессиональное развитие, результаты.***

*Если одной картинкой, то вот о чем на семинаре пойдет речь:*



* С участниками **мы поставим цели, проверим их по критериям** (в частности, ALE SMART) и визуализируем их.
* Мы сделаем аудит того и тех, кто **помогает и мешает двигаться к вашей цели**.
* Мы **подготовимся к составлению личных планов** профессионального и личного развития.
* Мы поймем, **какими результатами вы сможете гордиться**.
* И мы разберемся, **какими способами вам лучше всего продвигать себя**.
* Я буду рассказывать зажигая, ярко и весело, **с примерами из своей практики** (я все-таки №1 в маркетинге ☺).
* Я буду рассказывать **то, что не вошло в книгу** (поэтому не бойтесь прочитать ее заранее).
* Я бы хотел, чтобы **вы вместе со мной прошли за один этот день все эти этапы**, используя мои слайды, как чек-лист.
* Чтобы вы разработали для себя **пошаговый план как стать №1** – и, главное, чтобы вы сделали первые шаги в этот день!

**ВОТ НАШИ ОСНОВНЫЕ ШАГИ:**

1. ***Цель.*** Давайте поймем, что вам нужно и для чего это вам нужно. Это поможет получить нужные результаты быстро.
2. Важно очень-очень вкладываться в свое личное и профессиональное развитие, развивать нужные ***навыки – какие?*** Мы это разберем очень подробно - и я поделюсь по ходу своими историями, советами и секретами.
3. ***Результаты.*** Это самое важное: ваши проекты, решенные задачи и проблемы, ваши достижения, ваши «визитные карточки»… Позвольте подсказать вам некоторые идеи.
4. ***Продвигаться***. Не делаю из этого культ – но расскажу, что делать и как это делать.

**ПРИХОДИТЕ И ЗАЖГИТЕСЬ!**

До встречи, новый №1!

**. Кто такие Клиенты и где их взять? 2. Задачи управленцев. В чем разница между директором по продажам, менеджером среднего звена и линейным руководителем? 3. Разделение труда сотрудников как главная составляющая успеха в подразделении продаж. 4. За что платить: как разработать систему оплаты труда? 5. Планирование в продажах. Как это делается и для чего нужны нормативы. 6. Обучение сотрудников отдела продаж. 7. Что такое книга продаж и как сделать её рабочей. 8. Конфликты интересов смежных подразделений. Как «делить» Клиента между сотрудниками. Кто отвечает за «кривые» продажи. 9. Система награждений сотрудников и ее сакральный смысл. 10. Как проводить летучки, оперативки, собрания и планерки в продажах. Про подотчетность и ответственность. 11. Адаптация РОП на рабочем месте. Чем ему помочь? 12. Что такое клиентская база и как с ней работать руководителю. Анализ текущей ситуации. 13. Отчет по каждому Клиенту. Для чего он нужен и как его принимать. 14. Порядок действий руководителя с точки зрения управления клиентским массивом. 15. Что нас убивает в отделах продаж и не делает сильнее. Табуированные вещи. 16. Система контроля или панель управления менеджера. 17. Операция «тайный покупатель». Для чего это нужно? 18. Вооружение отдела продаж. Как помочь продавцам «в поле»? И т.д.**Забронировать билет

**Автор и ведущий: Игорь Манн**

**Самый известный маркетер в России.**

* **Маркетер** с 1993, интернет-маркетер с 2009.
* **Консультант** с 1989, имеющий редкое сочетание теории и практики.
* **Преподаватель** Государственного Университета Управления и Всероссийской Академии Внешней Торговли, **Кандидат наук**
* По праву в России занимает **1 место в области маркетинга**. Консультант года (2006) по версии Гильдии Маркетологов. По итогам опроса Гильдии Маркетологов в 2008 году стал обладателем высших наград в трех номинациях:
* самый известный консультант по маркетингу;
* представитель лучшего делового издательства «Манн, Иванов, Фербер»;
* автор самой полезной книги по маркетингу (шестое издание бестселлера «Маркетинг на 100%»).
* **Автор 12 программ** открытых тренингов и **3 корпоративных программ**

**Партнёр и соучредитель** крупнейшего в России издательства максимально полезной деловой литературы «Манн, Иванов и Фербер», компаний: «Сила Ума», «МаркетингМашина», «Krostu», «Oy-li», «ЛидМашина».

* **Автор 17 книг** и легендарных бестселлеров:
1. *«Прибавить оборотов»*
2. *«Точки контакта онлайн»*
3. *«PR на 100%»*
4. *«Любишь деньги-люби клиентов»*
5. *«Маркетинг на 100% Ремикс»*
6. *«Маркетинговая машина»*
7. *«Маркетинг. А теперь вопросы»*
8. *«Без бюджета»*
9. *«Арифметика маркетинга для первых лиц»*
10. *«Хороший год»*
11. *«Точки контакта»*
12. *«Возвращенцы»*
13. *«Номер 1»*
14. *«Фидбэк»*
15. *«Инструменты маркетинга для отдела продаж»*
16. *«Та самая книга для девелопера»*
17. *«Лайфхак на каждый день»*
* **Более 12 лет** работал директором по маркетингу из них 5 лет в американских компаниях Lucent и Avaya.
* **Среди клиентов:** Microsoft, Ситроникс, Мегафон, МТС, 1С-Рарус, Intel, 3М, ТехноНИКОЛЬ,
ENTER, Сбербанк РФ, Headhunter.ru, Unicum, Миракс, Атлант-М,RS Group, EKF, AGC,
Пенетрон, iОN, «Фавор» (импортер Konica Corporation), Alcatel и другие.