



FEDERAL LEADER
GROUP



Стратегии эффективного маркетинга

*«Для того, чтобы добиться нового прорыва в бизнесе,
нужно выйти за пределы уже отработанных коридоров бизнес-мышления...»*



Цель проекта

- Ре-фреш мышления о рынке и бизнесе компании при вступлении в эпоху турбулентной экономики.



Цикл учебно-разработнических сессий

- *Сессия № 1.*
Введение в маркетинговое мышление — что продаём.
- *Сессия № 2.*
Ориентирование на местности — кому продаём.
- *Сессия № 3.*
Продвижение бизнеса и продукта в новых условиях — системная подготовка к новому этапу развития.



Сессия № 1

Введение в маркетинговое мышление — что продаём

- Основы современного стратегического мышления. Что должны знать о маркетинге первые лица и владельцы современной компании:
 - Классический и неклассический маркетинг
 - Ситуационный маркетинг
 - Маркетинг продукта
 - Маркетинг образа жизни
 - Маркетинг мышления и ценностей
 - Маркетинг знаний и маркетинг информации
- Принципы создания уникальных торговых предложений (УТП).



Сессия № 1

Введение в маркетинговое мышление — что продаём

- Тренды и прогнозы развития современной российской и мировой экономики:
 - Ответ на вопросы: что сейчас происходит?
 - Что и в какую сторону будет меняться?
 - В какой среде нам предстоит действовать?
- Маркетинг нового поколения.



Сессия № 2

Ориентирование на местности — кому продаём

- Законы и сценарии поведения потребителей:
 - Как найти и понять своего потребителя?
 - Как расширить свою целевую аудиторию?
Как узнать её истинные потребности?
 - Как спрогнозировать изменения в поведении потребителя?
- Новый клиент — кто это? Как на него выйти, как с ним работать и как сформировать?
- Специфика изменения ключевых потребительских сценариев.



Сессия № 3

Продвижение бизнеса и продукта в новых условиях — системная подготовка к новому этапу развития

- Законы и технологии современного брендинга:
 - Правила усиления бренда
 - Условия развития и долгожительства торговой марки
- Законы неклассического позиционирования:
 - Позиционирование продукта
 - Позиционирование образа жизни
 - Позиционирование компании



Сессия № 3

Продвижение бизнеса и продукта в новых условиях — системная подготовка к новому этапу развития

- Типология видов и форм продвижения.
- Бизнес в режиме on-line.
- Технология стратегического проектирования следующего этапа развития современного бизнеса: изменение эпохи развития рынка — обновлённая миссия — видение — позиционирование — УТП — каскадирующее продвижение



Результаты программы

В результате обучения по программе участники:

- Овладеют основами современного маркетингового мышления (маркетинг 1.0, 2.0 и 3.0), получают информацию о современном маркетинге, которую должен знать собственник и первые руководители.
- Научатся отличать эффективный и точный маркетинг от простого придумывания рекламы.
- Определят, какая модель маркетинга нужна их компании.
- Узнают, как выявлять истинные потребности своих клиентов, получают технологии изучения и прогнозирования потребительского поведения.
- Узнают, как создавать и выводить на рынок собственные уникальные торговые предложения.



Результаты программы

В результате обучения по программе участники:

- Узнают, как избежать многих типовых ошибок при продвижении своего продукта на рынке.
- Овладеют приёмами эффективной работы с конкурентами.
- Получат информацию о трендах развития рекламного рынка.
- Узнают, как правильно и эффективно использовать существующие сегодня рекламные инструменты: от уличного бренда до продвижения в соцсетях.
- Определят, какая реклама сегодня наиболее эффективна для их бизнеса, увидят, когда и какую рекламу нужно использовать.
- Научатся создавать рекламные и маркетинговые стратегии, ведущие как к расширению спроса на свой товар, так и к формированию новых рынков.



Автор и ведущий бизнес-практикума



Аркадий Цукер

- Тренер-консультант с 1993 г.
- 520 консалтинговых проектов в сфере медиабизнеса, образования, муниципального управления, гостиничного и туристического бизнеса, общественного питания, строительства, производства строительных материалов и др.
- 120 научных работ (в том числе 6 монографий) по вопросам инновационного маркетинга, менеджмента и образования.
- Маркетинговые исследования (до 40 комплексных маркетинговых проектов в год).



Контакты

*Всю необходимую информацию
о предстоящих тренингах,
возможности участия и условиях, вы
можете узнать у консультантов по
развитию:*



Екатерина Панасюк

*Belarus@toleader.ru
+375 29 383 07 99*



Наталья Кудасова

*n.kudasova@toleader.ru
+7 923 120 77 88*