



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*