

СОДЕРЖАНИЕ КУРСА

1 неделя: АНКЕТА ДЛЯ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ

Часть 1: Ожидания.

- Чего вы можете ожидать от меня.
- Чего я ожидаю от вас

Часть 2: Фундамент, на котором строится продвижение.

- Увеличение количества клиентов.
- Увеличение средней стоимости сделки.
- Увеличение частоты покупок.

Часть 3: Анкета для стратегического планирования.

- Общая маркетинговая информация.
- Продажи.
- Реклама.
- Прямая почтовая рассылка.

Часть 4: Задание.

- Прочтите Руководство, первый раздел.
- Закончите заполнение анкеты для стратегического планирования, вместе со своим тренером.

2 неделя: СПОСОБЫ РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА (ЧАСТЬ 1)

Часть 1: Развитие бизнеса (ШАГИ 1-5).

- Реферальные системы
- Привлечение клиентов без убытка или с перспективой прибыли при последующих продажах.
- Перераспределение рисков
- Партнерские программы
- Реклама

Часть 2:

- 2 способа повысить процент удержания клиентов.
- 4 шага к увеличению коэффициента обращения потенциальных клиентов в реальных

Часть 3: Задания.

- Прочтите Руководство, второй раздел.
- Примените концепцию перераспределения рисков в собственном бизнесе.
- Попробуйте использовать 3 вида гарантий для перераспределения рисков в следующих заказах (возможно, необходимо будет подключить для этого активные продажи).
- Сформулируйте стратегию внедрите ее в жизнь перед следующим занятием.

3 неделя: СПОСОБЫ РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА (ЧАСТЬ 2)

Часть 1: Развитие бизнеса (ШАГИ 6-12).

- Прямая почтовая рассылка.
- Телемаркетинг.
- Проведение специальных мероприятий.
- Целевые адресные списки.
- Уникальное торговое предложение.
- Увеличение воспринимаемой стоимости товара при помощи обучения клиентов.
- Использование связей с общественностью.

Часть 2: Задание.

- Прочтите Руководство, третий раздел.
- Подумайте, как лучше использовать последние семь методов увеличения количества клиентов в собственном бизнесе.
- Подумайте, как применить принцип обучения потенциальных и потенциальных клиентов:
 - Как объяснить им, чем ваш товар отличается от продукции ваших конкурентов;
 - Как объяснить им, как и почему ваш товар сделан или создан именно так, а не иначе, и как воздействует его создание, разработка, или изготовление на ваших клиентов, на их бизнес или повседневную жизнь.
 - Объясните своим клиентам сильные стороны и преимущества вашего товара или услуги, и почему это важно для них.
- Научите клиентов лучше разбираться в ваших товарах или бизнесе, используя разные методы и творческие подходы.

4 неделя: КАК СДЕЛАТЬ ТАК, ЧТОБЫ ПОТЕНЦИАЛЬНЫЕ КЛИЕНТЫ СТАНОВИЛИСЬ РЕАЛЬНЫМИ, А РЕАЛЬНЫЕ ПРИХОДИЛИ К ВАМ СНОВА

Часть 1: Привлечение потенциальных клиентов.

- 3 способа увеличить коэффициент удержания клиентов.
- 4 способа увеличить коэффициент превращения потенциальных клиентов в реальных.
- Построение модели доходного маркетинга.

Часть 2: Задание.

- Прочтите Руководство, четвертый раздел.
- Начните применять эти новые стратегии в своем бизнесе.
- Сделайте, как минимум, одному потенциальному, существующему или бывшему клиенту предложение, от которого невозможно отказаться.
- Если ваше предложение сработало, повторите его, по крайней мере, еще для 2 людей.
- Используйте этот подход и с другими своими клиентами.

5 неделя: КАК СДЕЛАТЬ ТАК, ЧТОБЫ ВАШИ КЛИЕНТЫ ПОКУПАЛИ БОЛЬШЕ И ЧАЩЕ

Часть 1: Увеличение средней стоимости сделки.

- Используйте методы до-продажи (up-sell) и кросс-продажи (cross-sell).
- Используйте рекламу на точках продажи.
- Рекламные наборы и комплекты товаров или услуг.
- Повышение цен и маржи.
- Измените позиционирования своих товаров или услуг.
- Предлагайте больше вариантов покупки.

Часть 2 — Увеличение частоты покупок

- Наладьте продажу back-end продуктов.
- Поддерживайте прочные и доверительные отношения с клиентами.
- Рекомендуйте товары или услуги других продавцов и других поставщиков, наряду со своими.
- Организуйте специальные мероприятия.
- «Программируйте» своих клиентов.
- Используйте ценовые стимулы.

Часть 3: Оптимизация компонентов

- **Философия Бизнеса** о Сфокусируйте свое основное внимание на клиенте, а не на своем товаре или услуге. о Оставайтесь гибким о Четко сформулируйте философию своего бизнеса для всех 3 групп «клиентов», которые у вас есть, и которым вы будете продавать свои товары.

Вот эти группы:

- Члены вашей команды (сотрудники, специалисты по продажам, сотрудники отдела клиентской поддержки, и т.д.);
- Продавцы и распространители, поставщики услуг, сопутствующие ресурсы;
- Те, кто покупает ваши товары или услуги;
- Личная философия.

- Цель бизнеса.
- Ожидания.

Часть 4: Задание.

- Прочтите Руководство, пятый раздел.
- Опишите Миссию своего бизнеса, в которой будет изложена его основная задача, которая будет вдохновлять и вас, и всех кто принимает непосредственное участие в вашем бизнесе.
- Можно сформулировать отдельную под-миссию для каждого отдела компании в рамках общей миссии. При этом важно иметь четкое представление, как эти под-миссии могут способствовать выполнению главной задачи вашего бизнеса.

6 неделя: КАК ПОЛУЧАТЬ МАКСИМАЛЬНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ПРИ МИНИМАЛЬНЫХ УСИЛИЯХ И ЗАТРАТАХ

Часть 1: Добавляем последовательность и контроль.

- Усиливаем методы.
- Становимся инноваторами.
- Применяем стратегию оптимизации средств, чтобы мотивировать клиентов.

Часть 2: Задание.

- Прочтите Руководство, шестой раздел.
- Внимательно просмотрите справочник «Желтые страницы», и поищите в нем рекламные объявления, чтобы понять, как другие компании и частные специалисты продают свои товары и услуги. Примените в своей практике любые из понравившихся вам методов.
- Посетите ближайшую к вам промышленную зону, и все компании, которые занимаются производством интересующих вас товаров. Наладьте контакты с профессионалами, и расспросите их: о Что они продают; о Кому они продают; о Как они продают.
- Посетите большой торговый центр в своем районе. Посетите каждый успешный магазин и наблюдайте, как его сотрудники убеждают клиентов купить тот или иной товар. Применяйте самые лучшие, на ваш взгляд, стратегии, и используйте их для оптимизации своего бизнеса.

7 неделя: 10 ПРОСТЫХ ШАГОВ К ТОМУ, ЧТОБЫ УВЕЛИЧИТЬ ПРИБЫЛЬ В НЕСКОЛЬКО РАЗ

Часть 1: Одна опора или Парфенон.

- Прямые продажи.
- Телемаркетинг.
- Реферальные системы.
- Совместное предприятие.
- Продажа товаров по почте.

- Реклама.
- Налаживание «обратной связи» с клиентами.
- Рекомендации.
- Партнерские программы.

Часть 2: 3 Способа для развития бизнеса или профессиональной практики.

- Как увеличить количество клиентов.
- Как увеличить среднюю стоимость сделки.
- Как увеличить частоту покупок.

Часть 3: 10 Бизнес-мультипликаторов для умножения результатов.

- Тестируйте все.
- Используйте методы рекламы прямого отклика.
- Составьте мощное уникальное торговое предложение.
- Систематизируйте свои отношения с клиентами.
- С максимальной точностью, определите настоящие потребности своих клиентов.
- Осознайте, что вам нужно не только продавать, но также и «обучать» своих клиентов.
- Сделайте так, чтобы работать с вами было легко, приятно, радостно и заманчиво.
- Дайте своим клиентам веские причины и ответы на все их «Почему?».
- Если какой-то вид рекламы работает, продолжайте его использовать, независимо от того, надоело вам это или нет.
- В своей рекламе, объявлениях в СМИ, письмах, и т.д., обращайтесь только к своему потенциальному клиенту, и ни к кому другому.

Часть 4: Задание.

- Прочтите Руководство, седьмой раздел.
- Выберите один маркетинговый подход («опорный столб» прибыльности), который вы уже используете, и рассмотрите его, с точки зрения 10 бизнес-мультипликаторов.
- Используйте контрольный список.
- Определите, какие из 10 мультипликаторов легче всего применить к этому конкретному подходу, и начните их внедрять.
- Начните применять эти мультипликаторы и запишите свои результаты.

8 неделя: МОЩНЫЕ ПРИНЦИПЫ, КОТОРЫЕ ВЫ МОЖЕТЕ ВНЕДРИТЬ ПРЯМО СЕЙЧАС И УВЕЛИЧИТЬ ЭФФЕКТИВНОСТЬ ВСЕХ ПРОЦЕССОВ И НАПРАВЛЕНИЙ

Часть 1: Шесть мощных принципов, которые улучшат эффективность вашего бизнеса.

- Люди хотят, чтоб их вели за собой.
- Нужно говорить людям, что они должны делать.

- Помните, что маркетинг – это основной финансовый инструмент.
- Реклама – это не более чем приумноженное умение продать.
- Люди не будут ценить то, что вы для них сделали, если вы сами не научите их это ценить.
- Бонусы могут оказывать значительное влияние на коммерческое предложение.

Часть 2: Задание.

- Прочтите Руководство, восьмой раздел.
- Начните применять 6 мощных концепций в своей маркетинговой программе и записывайте свои результаты.
- Найдите и используйте, как минимум, три способа, как вы можете обучать своих клиентов, стать для них лидером, и помочь им принять то решение, которого вы от них ждете.
- Предложите, как минимум, двоим клиентам (пусть это будут другие люди) какой-либо бонус, который мотивировал бы их к немедленной покупке.
- Расскажите 3 другим клиентам о том, сколько вы потратили усилий, времени или денег на то, чтобы предложить им свой товар или услугу.

9 неделя: 16 СИЛЬНЫХ СТРАТЕГИЙ, КОТОРЫЕ ПОМОГУТ ВАМ ПРЕВЗОЙТИ КОНКУРЕНТОВ

Часть 1: 16 Стратегий:

- Составьте список своих настоящих и прошлых клиентов.
- Сопровождайте клиентов телефонными звонками.
- Продолжайте продавать, не останавливайтесь.
- Наборы и допродажи (up-sell).
- Продайте товар, затем продайте снова.
- Используйте ресурсы своих конкурентов и получайте доход.
- Предоставьте покупателю расширенные гарантии и стимулы.
- Заранее обеспечьте себе продажи в будущем.
- Лицензируйте свои успешные концепции.
- Позиционируйте себя как эксперта в своей отрасли.
- Минимизируйте свои накладные расходы.
- Не сжигайте все мосты.
- Не прячьте голову в песок.
- Используйте рекламные письма, которые предполагают только прямой отклик.
- Не складывайте все яйца в одну корзину.
- Выявите и используйте свои скрытые активы.

Часть 2: Задание.

- Прочтите Руководство, девятый раздел.
- Выберите самую легкую стратегию, и примените ее в своей компании.
- Запишите свои действия и их результаты в отчете.
- Продолжайте экспериментировать, добавляя новые стратегии из списка, по одной.
- Отметьте выбранные стратегии и их результаты.
- Эти упражнения должны приносить вам не только пользу, но и удовольствие!

10 неделя: КАК ОБЕСПЕЧИТЬ МАКСИМАЛЬНУЮ ЭФФЕКТИВНОСТЬ СВОЕЙ БИЗНЕС-СТРАТЕГИИ

Часть 1: Ясность мышления

- Создание собственной оптимальной бизнес-стратегии.
- Анализ результатов.

Часть 2: Список ресурсов и инструментов.

- Навыки и способности.
- Финансовый потенциал.
- Прочие активы.
- Оборудование, помещения, и другие доступные ресурсы.
- Стратегические таблицы (1 – 4).
- Основные вопросы.

Часть 3: Задание.

- Прочтите Руководство, десятый раздел.
- Сделайте несколько копий с предоставленных в Руководстве стратегических схем.
- Поработайте над таблицами и запишите подходы, которые, по вашему мнению, могут оптимизировать ваш бизнес.

11 неделя: КАК ОБЕСПЕЧИТЬ МАКСИМАЛЬНУЮ ЭФФЕКТИВНОСТЬ СВОЕЙ БИЗНЕС-СТРАТЕГИИ: ОПРОБОВАТЬ, ОЦЕНИТЬ, ИЗМЕРИТЬ И СИСТЕМАТИЗИРОВАТЬ!

Часть 1: Анализ оптимальной бизнес-стратегии.

- Тестирование, измерение и оценка.

Часть 2: Систематизация.

- Предполагаемые результаты.
- Саморегулирующиеся системы.
- Построение своего «Парфенона».
- Повторное применение подходов, чтобы они начали работать.
- Разработка концепции.

Часть 3: Задания

- Прочтите Руководство, одиннадцатый раздел.
- Начиная с сегодняшнего дня, применяйте эти процессы к каждому элементу, который вы выбрали и записали в собственную оптимальную бизнес-стратегию.
- Запишите свои наработки и комментарии.

12 неделя: ДУМАЙТЕ, КАК ГЕНИЙ МАРКЕТИНГА

Часть 1: Страсть в 5 шагах.

- Энергия.
- Видение, которое вас вдохновит.
- Концентрация на задаче.
- Преданность делу.
- Кодекс поведения.

Часть 2: 12 элементов мышления, свойственного гению маркетинга.

- «Где здесь есть возможности?»
- Гибкость.
- Настроенность на действие.
- Понимание того, что маркетинг – это жизненная сила всех достижений в бизнесе.
- Жить сегодняшним днем.
- Быть настойчивым.
- Быть прагматичным.
- Понимать, что между всеми явлениями есть логическая связь.
- Уверенность и вера.
- Эффективно использовать все ресурсы и рычаги влияния.
- Стать инноватором, генерирующим новые идеи.
- Не относиться к себе слишком серьезно.

Часть 3: Подведение итогов.

- Регулярно повторяйте пройденный материал.
- Вся ваша сила заключается в вас самих.
- Заставьте себя пройти оттуда, где вы находитесь сейчас, туда, где вы хотите быть.

Часть 4: Заключительное задание.

- Прочтите Руководство, двенадцатый раздел.
- Составьте расписку о том, что будете играть в бизнесе по своим собственным правилам.
- Подумайте о том, что вы прошли за эти 12 занятий и как многого вы уже смогли достичь.
- Определите направление, в котором вы будете развиваться, с как будете применять все те стратегии и инструменты, которые вы получили в рамках данной программы.
- Если вы еще не сделали все задания, ПРЯМО СЕЙЧАС вернитесь назад и начните работу над пропущенными заданиями.
- Заполните бланк для оценки результатов и напишите свою историю успеха.