Программа мастер-класса 2015 года:

|  |  |
| --- | --- |
| **09.00 – 10.00** | Регистрация |
| **09.00 - 11.30** | **Первый блок. Маркетинг.** |
| Уточняем задачи маркетинга в ЧОП. Обсуждаем тезаурус. Ставим цели. Позиционируемся. Планируем результат. Контролируем деятельность.Итого: 10 практических инструментов. |
| **Второй блок. Конкуренты.** |
| Конкуренция. Что важно знать о конкурентах? Конкурент «Терминатор». Меряемся 5P. Что делать с главным врагом?Итого 5 практических инструментов. |
| **11.30 – 11.50** | Кофе-брейк |
| **11.50 – 13.20** | **Третий блок. Комплекс маркетинга.** |
| Блокбастер в охране. Как упаковать услугу? Что такое «голубой океан»? Ко-маркетинг. Демпинг и правильные цены. Каналы продаж.Итого: 18 практических инструментов. |
| **Четвёртый блок. Продвижение.** |
| AIDA и СВП – как помогают продажам. Ещё раз про рекламу и про партизанские методы. Чем привлекаем клиентов?  Точки контакта. Визуализация охранной услуги. Воронка продаж.Итого: 20 практических инструментов. |
| **13.20 – 14.00** | **Проведение Ш-его конкурса рекламных роликов ЧОП.** |
| **14.00 – 15.00** | Обед. |
| **15.00 – 16.30** | **Пятый блок. Позиционирование**. |
| Что такое КПД в позиционировании? Как выглядим: до встречи, во время встречи, после встречи? Нетворкинг и сторителлинг. Итого: 12 практических инструментов. |
| **Шестой блок. Работа с клиентами.** |
| Привлекать, удерживать, возвращать. Точки контакта и ЧАВО. Система продаж. NPS опросы.Итого: 18 практических инструментов |
| **16.30 – 16.50** | Кофе-брейк. |
| **16.50 – 17.20** | **Седьмой блок. Внутренний маркетинг** |
| Формирование внутренней среды. К чему привлекать сотрудников и за что благодарить? Что им дать и что от них получить?Итого: 5 практических инструментов.  |
| **17.20 – 17.44** | **Подведение итогов Ш-го конкурса рекламных роликов ЧОП .** |
| **17.40 – 18.00** | Ответы на вопросы. |