

**Вы хотите
большего от
своего бизнеса?**

rabota174.ru

Вас привлекают новые вершины?



Вам уже предлагали разные модные решения?

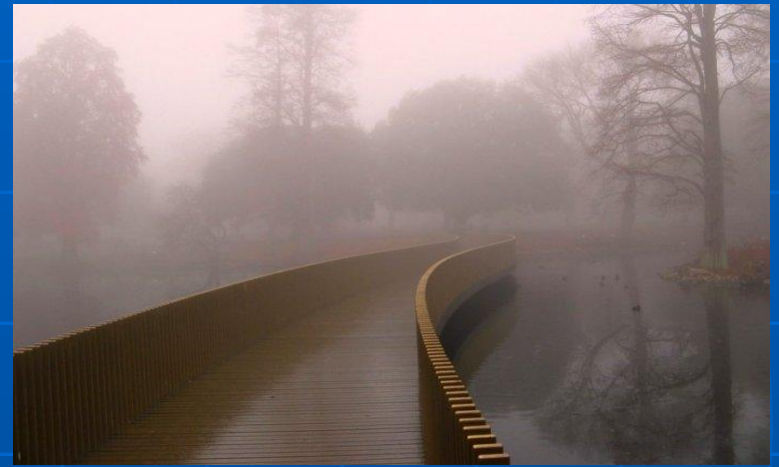


Но вы всё ещё раздумываете на перепутье?

И путь к ИЗОБИЛИЮ
и вашей свободе от
бизнеса не ясен.
Вы всё ещё не
уверены где
«коня» потеряете,
а где богатство
обретете?



Дорога все еще в тумане?



Хочется ясности как достичь намеченной цели?



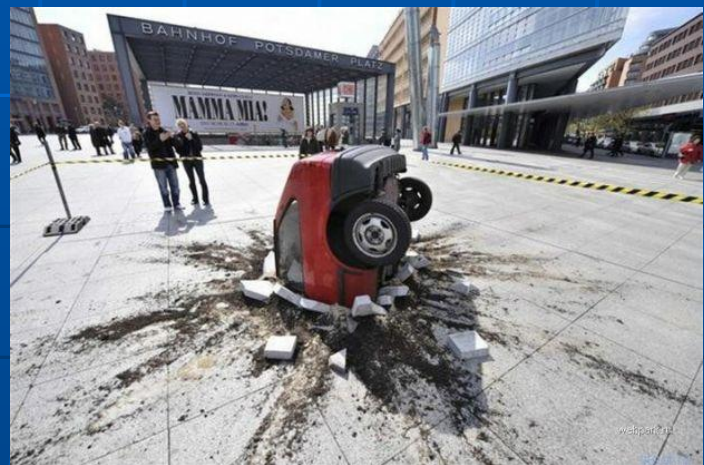
И точный,
размеченный
маршрут без
падений

**А на что
сегодня
похож ваш
бизнес?**

Может на это?



А может на это?



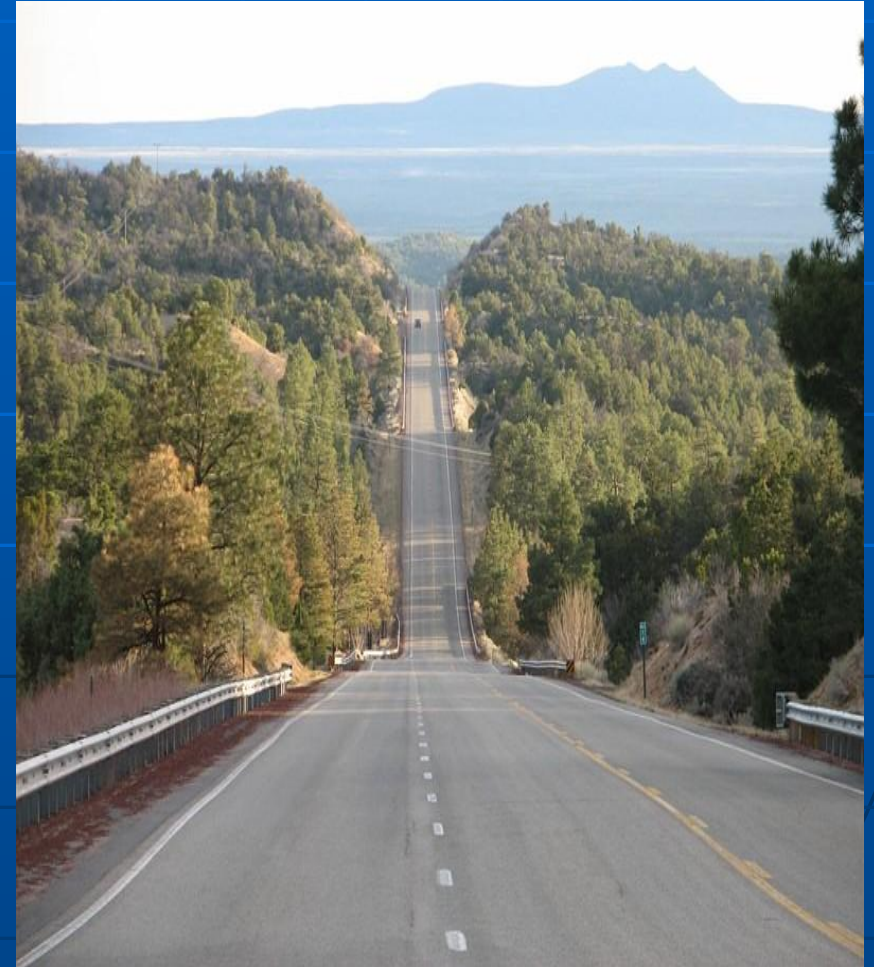
А вы хотите, чтоб это было так?



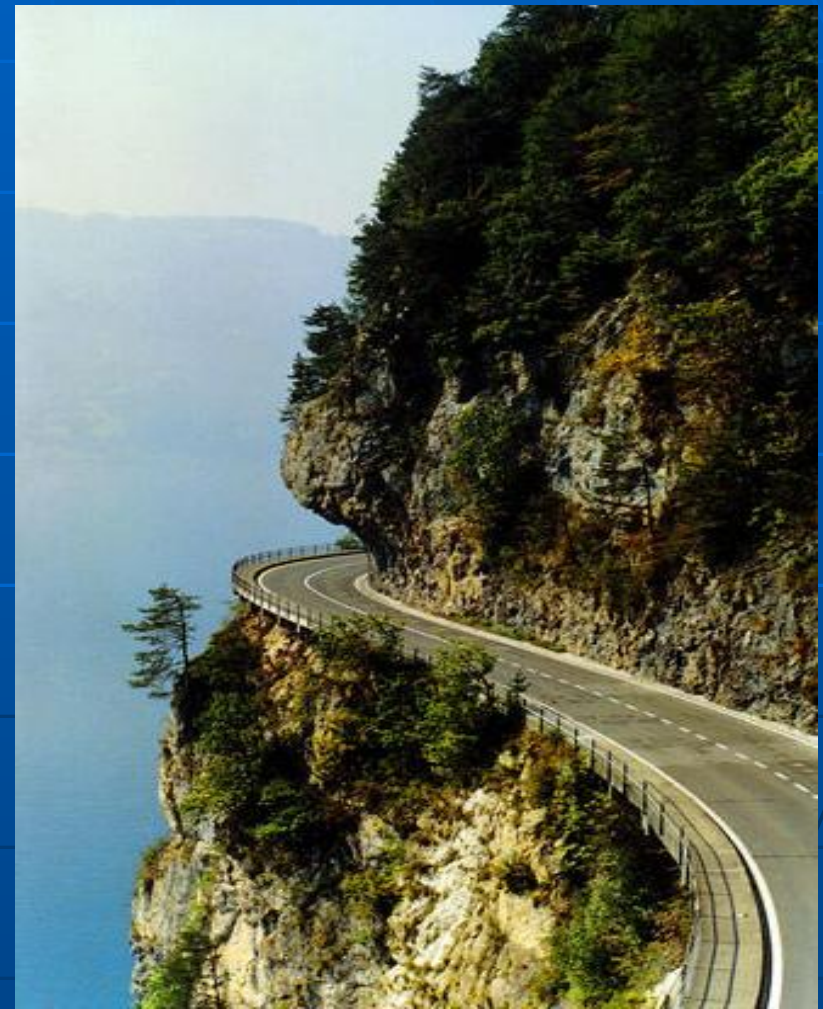
А может быть вот так?



Чтоб покорялись любые дороги?



И даже такие



А внутри, чтоб было
комфортно...



И ехать с удовольствием...



Как добиться перемен?

Было...



Стало!



В чем секрет?



Вряд ли такая
машина сможет
ехать в разы
быстрее без
каких-либо
изменений

Что делать?

Насколько
необходим и
оправдан
техосмотр в
вашей
ситуации?



**Есть три самых важных компонента
влияющих на ваш бизнес :**

Рассмотрим ваших клиентов: Кто вы глазами своих клиентов?



Свой? Понятный и понимающий его
потребности?

Кто вы глазами своих клиентов?



Или вы такой креативный, что вы не понятны клиенту? Ему кажется что вы чужой и поэтому он вас избегает?

Какая упаковка удобнее для ваших клиентов?



Как должны выглядеть ваш бизнес и товар, чтобы вас любили, узнавали, понимали, считали своим на всю жизнь?



**Это можно узнать
только
ОДНИМ СПОСОБОМ:**

**провести
специальные опросы
СВОИХ КЛИЕНТОВ**

**В результате которых вы
узнаете:**

Действительно нужен ваш товар!

**Практика 14 лет показывает,
что информацию о том,
что действительно хотят его
клиенты,
ещё ни разу не угадал ни один
руководитель.**

Реальный пример:

В 90-х годах, аудиторские компании только начинали развиваться на рынке. Тогда по теме аудита ещё не было столько много книг и обучения. Но уже существовали фирмы, которые предоставляли эти услуги. Аудиторские компании совершенно четко понимали для себя, зачем предприятию аудит и давали примерно такую рекламу: «Бухгалтера, закажите аудит для своих предприятий!» Отклик от бухгалтеров на нее был мизерным!

По заказу одной компании, которая хотела увеличить количество своих клиентов, мы провели опросы среди бухгалтеров. 48 человек из 50 не могли даже дать определения слову аудит, хотя компании, занимающиеся аудитом, хотели продать им свои услуги.

В результате исследований, была найдена новая ниша – руководители. У них была проблема - они хотели больше контролировать бухгалтерию и быть уверенными, что там делается все правильно. После проведенных исследований и выпуска новой рекламы, директора компаний начали заказывать аудит для своих предприятий.

На первый взгляд это кажется простым и логичным. Представьте, как удивлялся директор аудиторской компании, которая заказывала эти исследования, ведь изначально он полностью был уверен, что знает про аудит всё и кому его продавать. После полученных результатов и выхода новой рекламы, доход его фирмы увеличился в 3 раза.

И это совершенно типичный результат!

Вот что говорят клиенты:

Наша компания 2 раза заказывала опросы, и оба раза опросы были проведены очень быстро. Даже в выходные и праздничные дни, что меня приятно удивило, они опрашивали людей.

В результате мы получили достаточно полное представление о том, что на самом деле хотят от нашей фирмы люди, что они ожидают от аудита и тому подобные вещи.

Теперь мы не предполагаем и не думаем, что бы нам написать в рекламе, какой рисунок нам бы нарисовать, чем лучше привлечь клиента. Все это только наши мысли.

Теперь мы знаем точно, чего от нас хотят, так как люди сами это сказали. После проведения опросов мы просто смотрим на результаты и, не сомневаясь, используем именно полученные «кнопки» в рекламе и привлечении клиентов.

Составление рекламного блока заняло всего несколько дней, и он получился сразу точно таким, который вызывает ожидаемую реакцию. Спасибо за проведенные исследования.

С уважением, Королева Н.Н., директор по маркетингу.

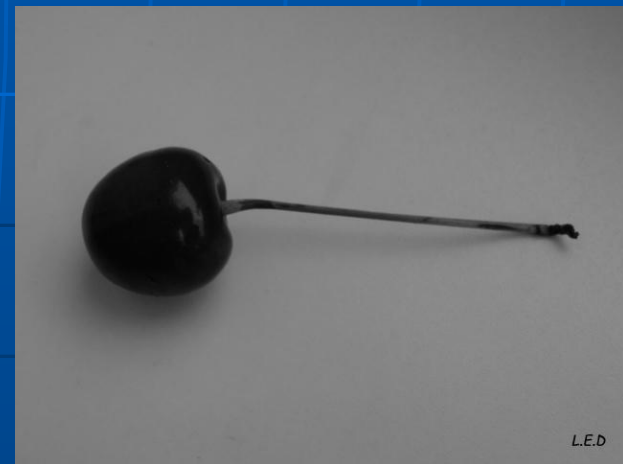
Вы и ваши конкуренты



Как вы
оцениваете
стратегию
своих
конкурентов
или
вы только
отслеживаете
их цены?

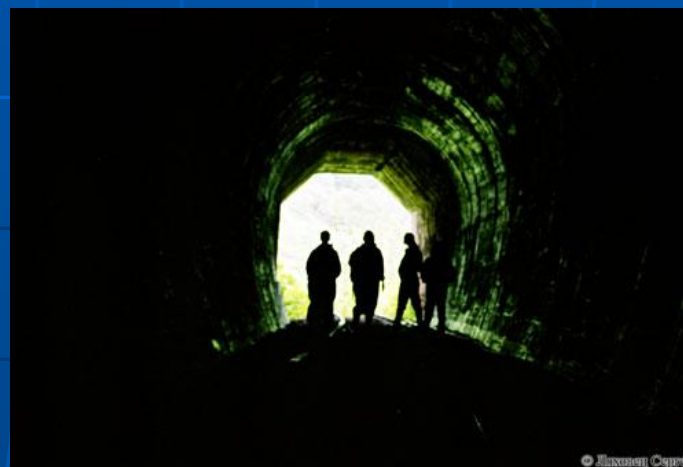
Вы и ваши конкуренты

Существует ли конкуренция в вашем сегменте рынка или вы на нем одни?



Вы и ваши конкуренты

Если конкуренция существует, то насколько она плотная и где есть свободная ниша в вашем сегменте?



Вы и ваши конкуренты

Где именно
среди
конкурентов
вы
находитесь?



Какую именно нишу вы занимаете?

Рыночная ниша - сегмент рынка
товаров и услуг,
который свободен от
конкуренции и
гарантирует
компании
финансовый успех.



Вы и ваши конкуренты

Какую ЧАСТЬ
«рыночного
пирога» вы
отобрали у
конкурентов, а
какую часть
пирога вы просто
упускаете,
увлекшись
борьбой с
конкурентами?



Вы и ваши конкуренты

Существует ли
какая-то
опасность на
рынке в данный
момент?



Вы и ваши конкуренты



Как вас воспринимают, по сравнению с вашими конкурентами?

Вы и ваши конкуренты



Можно ли превратить конкурентов в союзников?

Или о вас думают так: «Ааа!! Это те которые чуть дешевле продают товар, чем Вася Пупкин?»

На эти и многие другие вопросы вы получите ответы в результате проведенных специальных исследований рынка

ОТЗЫВ ЗАКАЗЧИКА ОПРОСОВ:

По нашему заказу были проведены маркетинговые исследования, которые помогли выявить ресурсы потребительского рынка в области юриспруденции.

На основании полученных данных была построена эффективная рекламная компания, увеличилось количество клиентов и, вследствие чего, возросла прибыль предприятия.

Кутузов А.А., генеральный директор ЗАО «Русь»

Как вы оцениваете, на сколько правильно подобрана ваша команда?



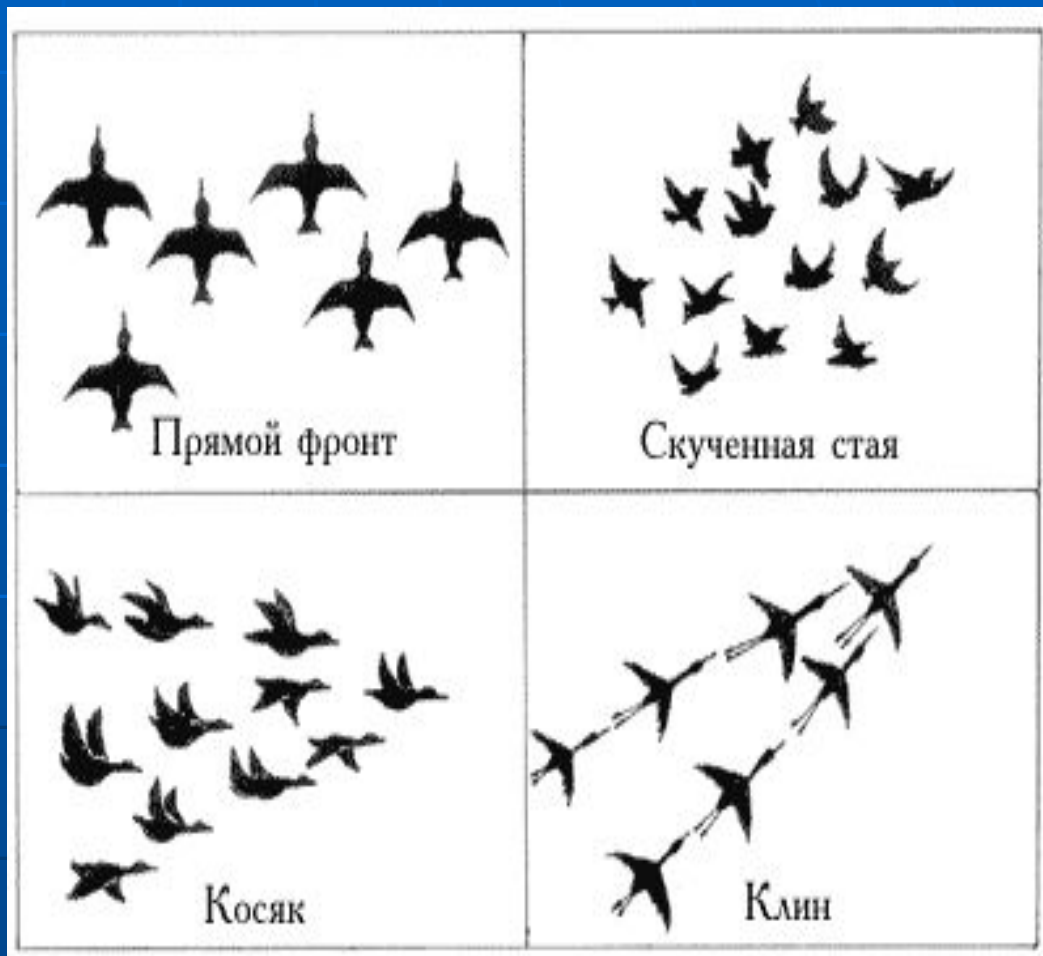
Вы и ваша команда



На сколько удачно выстроена
система управления?

Вы и ваша команда

Все ли
подчинено
одной цели?



Вы и ваша команда

Все ли функции
выполняются
или что-то
упущено?



Вы и ваша команда

Только представьте:

Вы хотите поднять доход своего предприятия, а ваш персонал устраивает ситуация, которая существует в вашей организации.

Вопрос:

Будет ли персонал

- помогать вам достигать ваших целей?
- или будет достигать своих целей?

На кого в такой ситуации более выгодно делать ставку?

Что делать?

Как принять
правильное решение
о том, кто победит в
этой борьбе

И ПОНЯТЬ, КТО ХОЗЯИН В
БИЗНЕСЕ:

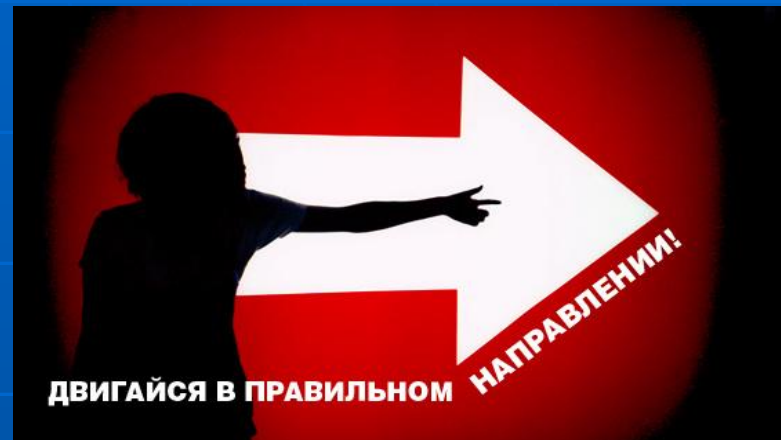
- Вы?
- Ваш персонал?
- Ваши клиенты?



Вывод:

1. Необходимо рассмотреть все части, имеющие отношения к доходу и выработке стратегии продвижения.
2. Понять в каком состоянии эти части находятся.
3. Начать действовать не вслепую, не креативно, а точно идя к цели, опираясь на проверенные данные.

Что дальше?



Собрав данные и проведя их анализ, вы получаете решение как вам добиться поставленной цели.

Факты, цифры, исследования – все это можно проверить и повторить, замерить и изменить. Это реальность.

Креатив, чьи-то мнения, предположения, убеждения типа - «я знаю» - это игра воображения и страх оказаться неправым, и неоправданный расход ресурсов.

Что дальше?

В результате у
вас есть
готовая
стратегия
движения на
рынке с
пошаговым
руководством



ОТЗЫВ ОДНОГО ИЗ КЛИЕНТОВ:

В 2002 году я устроилась на работу в медицинский центр возле метро Анино на диагностический аппарат Оберон. За 2 недели не было ни одного клиента на диагностику.

Я убедила свое руководство провести маркетинговые исследования и уже на их основе переделать рекламные листовки. Маркетинговые исследования для нас проводила компания «Центр эффективного развития бизнеса».

В течение недели проводились опросы потенциальных клиентов. Затем по рекомендациям компании была создана новая реклама в виде приглашений на диагностику. После распространения этой рекламы поток пациентов увеличился уже в первую неделю – в день от 3 до 6 человек. Причем это в спальном районе, где живут в основном малоимущие, а обследование дорогостоящее.

Я очень благодарна этой компании за увеличение нашего дохода. Если у вас подобные проблемы – маркетинговые исследования помогут их решить, а «Центр эффективного развития бизнеса» сделает их быстро и качественно.

С уважением, врач Коршунова Н.Г.

Почему мы гарантируем поднятие дохода?

- Работая на рынке с 1997 года, мы заметили закономерность: в каждой компании, в которой после проведения опроса и применения рекламы, основанной на результатах опроса, доход ежемесячно и неизменно повышался.
- Все решения и рекомендации даются на основе специальных исследований.
- Вы перестаете двигаться с завязанными глазами и получаете точные, проверенные данные, маршрут, по которому можно смело идти.

Ваш выбор:

1. Полный пакет исследований
2. Любой его частью на ваш выбор
3. Пакетом, когда все части выполнены, но с интервалом по времени

Смотрите



Движение, скорость и остановки в бизнесе
зависят от вашего выбора

Здесь и сейчас.

Смотрите или имейте



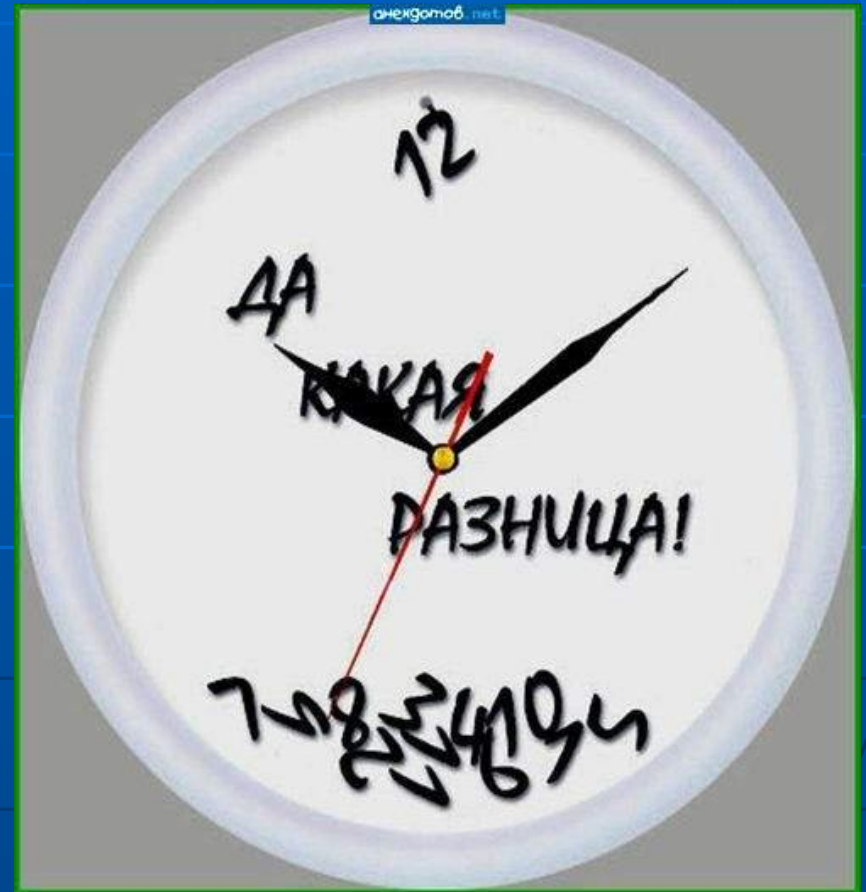
Ваши деньги в карманах ваших клиентов.

Зная конкретно, что влияет на выбор вашего продукта (товара или услуги), вы только тогда вы гарантировано увеличиваете прибыль своей компании.

Время пошло

В сутках 24 часа.
24 часа у Билла Гейтса
24 часа у Стива Джобса
24 часа – у вас

Сколько ресурсов на
достижение своих
целей вы готовы
потратить?



Правильное решение!



Заказать и провести опрос
СВОИХ КЛИЕНТОВ ПО
СПЕЦИАЛЬНОЙ ТЕХНОЛОГИИ ДЛЯ
ТОГО, ЧТОБЫ:

- * поднимать ежемесячно доход своей компании – реализуем бизнес план
- * внедрить технологию «система продаж», в отличие от поиска менеджеров «звезд продаж»
- * организовать работу всей своей команды для активного продвижения своих товаров и услуг.

«Центр эффективного развития бизнеса»
rabota174.ru