

# Практическое задание

Презентацию выполнила  
Лемза Светлана

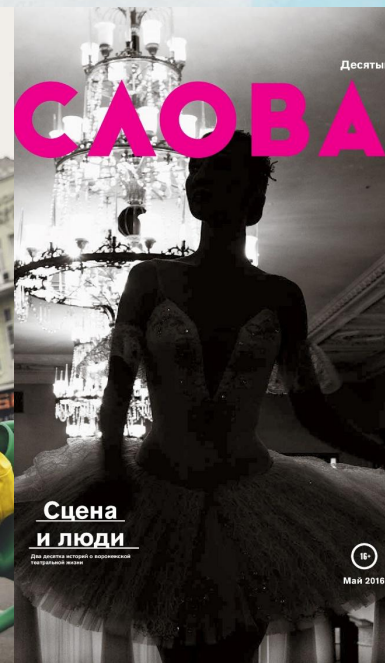


# Задание

Я являюсь сотрудником в рекламном отделе журнала “Слова”.  
Руководитель дал задание продать 1/2 полосы.

Представим, что я хочу предложить размещение кафе “Волконский”.

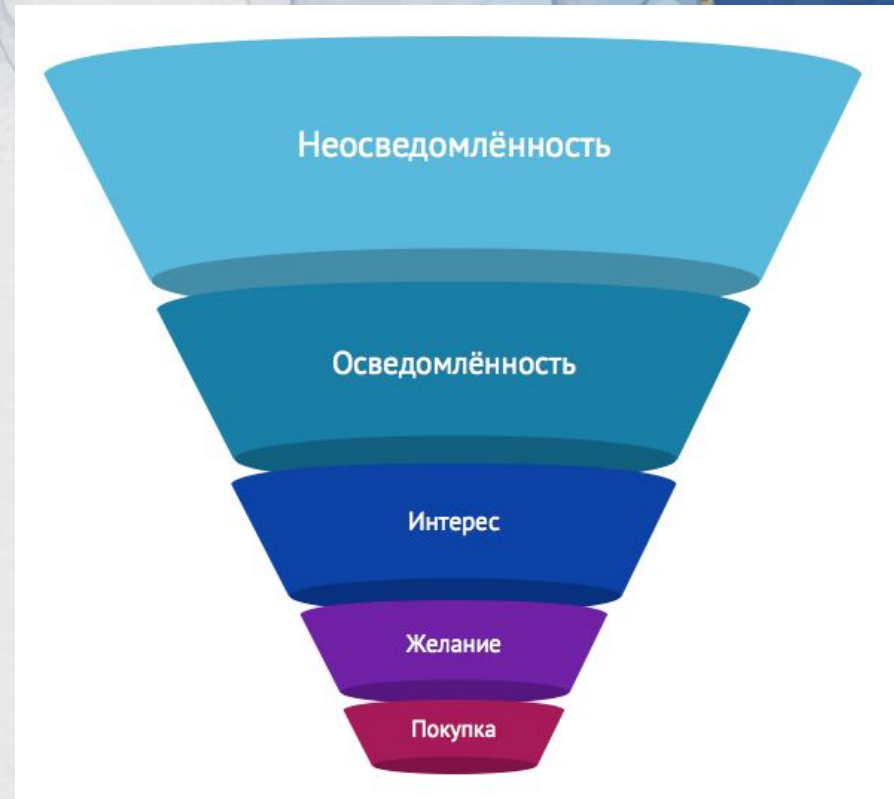
Далее я опишу свои действия.





# Мои действия

Мои действия будут основываться на воронке продаж, которая состоит из следующих этапов: неосведомленность, осведомленность, интерес, желание, покупка и повторная покупка.





# Мои действия

**1. Выбрав клиента, в моём случае, это кафе «Волконский», необходимо собрать первоначальную и необходимую информацию о клиенте.**

Например,

- особенности продуктовой линейки, то есть, что именно они продают — ценовой диапазон, сегмент и другое.
- кто их потребители, должно быть четкое понимание, кому они продают, что это за люди, как они мыслят, как принимают решение о покупке, у кого или чем, кроме клиента, потребители еще могут удовлетворить свою потребность? (без этого мы не сможем аргументировать ему необходимость рекламы в нашем журнале.)
- общую ситуацию на его рынке, его положение на нем, ситуацию с конкурентами и коллегами (для нас важно выглядеть экспертами и продемонстрировать клиенту знание рынка)
- ключевые маркетинговые стратегии в этой отрасли (например, в других регионах) и маркетинговую активность конкурентов
- наброски к возможным бюджетам клиента (гипотетические или реальные — по данным мониторинга)





# Мои действия

## 2. Допродажное контактирование с клиентом и его «утепление»

Важно, чтобы эти контакты были вовлекающими — заполнение анкеты в обмен на что-нибудь, интервью, мнения, советы, комментарии и отзывы на сайте, советы и так далее.

Вовлекающие контакты, гораздо важнее и ценнее монологичных, неинтерактивных контактов.

## 3. Телефонные переговоры: назначение встречи лицу, принимающему решение.

Нужно помнить, что ему должно быть выгодно и, ведя диалог, нужно не просто читать заготовленный текст, а взаимодействовать и стимулировать клиента к действию.





# Мои действия

## 4. Встреча с клиентом и презентация нашего издания, журнала «Слова»

Цель встречи — презентация издания в выгодном для клиента свете. То есть нам надо показать и объяснить клиенту, почему ему действительно выгодно выбрать нас.

Нам необходимо выявить маркетинговые задачи, сформировать потребности клиента.

В этом на помогут такие вопросы, как

- Кто ваши клиенты?
- Как давно вы на рынке?
- Какие инструменты маркетингового продвижения вы используете сейчас и как оцениваете эффект?
- Есть ли опыт работы с изданиями и как обстоят дела сейчас?
- Что с вашей точки зрения эффективно?

## 5. Преодоление возражений после презентации

Не надо спорить с собеседником, следует выслушать возражение, не перебивая, и уверенно и спокойно ответить на его возражения

(желательно должны быть заготовлены четкие ответы на его типовые возражения).





# Мои действия

## **6. Ценовые переговоры о рекламе и завершение сделки.**

Данный этап воронки заключительный, но не последний в процессе работы с ней.

## **7. Анализ и отчет о рекламе.**

Отчет важен, отчет нужно делать, даже если клиент об этом не просит и не ждёт, потому что это демонстрирует экспертность, увеличивает ощущение ценности и является самым важным заданием для второй и дальнейших продаж.





## ДЕЖУРНЫЙ ПО ИЮНЮ: СОБЫТИЯ В ГОРОДЕ, КОТОРЫЕ ВЫБИРАЕТ РЕДАКЦИЯ «СЛОВ»

АФИША



Джазовый концерт

### ФАБИ МЕДИНЫ

Проект AuroJazzJam и лаборатория искусств ART.LAB устраивают концерт французской певицы с карибскими корнями Фаби Медины, которая исполняет джаз с танцевальными латиноамериканскими мотивами. Фаби впервые выступит в России, на воронежской сцене ей будет аккомпанировать квартет Алексея Черемизова из Санкт-Петербурга.

AURA  
8 июня в 19:00  
0+



### Выставка ГРАФИКИ

В музее имени Крамского продолжается цикл выставок «Открытая фолда», который знакомит с художественными особенностями русского изобразительного искусства в разные периоды. На третьей выставке представят графические работы 1920–1930-х годов, изображающие повседневность, картины частной жизни и образ современника.

МУЗЕЙ ИМЕНИ КРАМСКОГО  
До 25 июля  
0+

### Фильм ОБ АНДРЕА ПАЛЛАДИО

В рамках проекта «Музей в кино» покажут фильм об итальянском архитекторе Андреа Палладио, основоположнике палладианства и европейского классицизма. Мастер повлиял на развитие европейской архитектурной традиции, его труд «Четыре книги об архитектуре» до сих пор изучают в университетах. В кино о значении Палладио для мировой культуры рассуждают профессора, студенты, архитекторы и историки искусства.

«СПАРТАК»  
16 июня в 19:00  
19 июня в 15:00  
12+

### ВИНИЛ-МАРКЕТ

Мероприятие в очередной раз соберет ценителей винила в одном месте, где можно будет познакомиться с единомышленниками, поговорить о музыке и купить новые пластинки или обменяться ими. Участие в винил-маркете — бесплатное.

RADIOBAR  
6 июня в 18:00  
16+



### Выставка WHITE.BLACK

Новое пространство «АртСфера» приглашает к сотрудничеству художников, скульпторов и фотографов. Ближайший проект, в котором можно принять участие, — концептуальная выставка White.Black. Главное условие — иметь уже завершённые работы в черно-белых тонах. Открытие состоится 15 июня, вход свободный. Следующие проекты, к которым можно присоединиться: выставки абстрактной, пейзажной, натюрмортов, анималистических работ.

«АРТСФЕРА»  
Кюколкино, 11  
+7 915 547 43 29  
15 — 30 июня  
0+  
Реклама

# ПЕКАРНЯ • ВОЛКОНСКИЙ • КОНДИТЕРСКАЯ



Проспект Революции, д.  
38 (ЦУМ Воронеж, 1 этаж)

+7 (920) 465-72-69

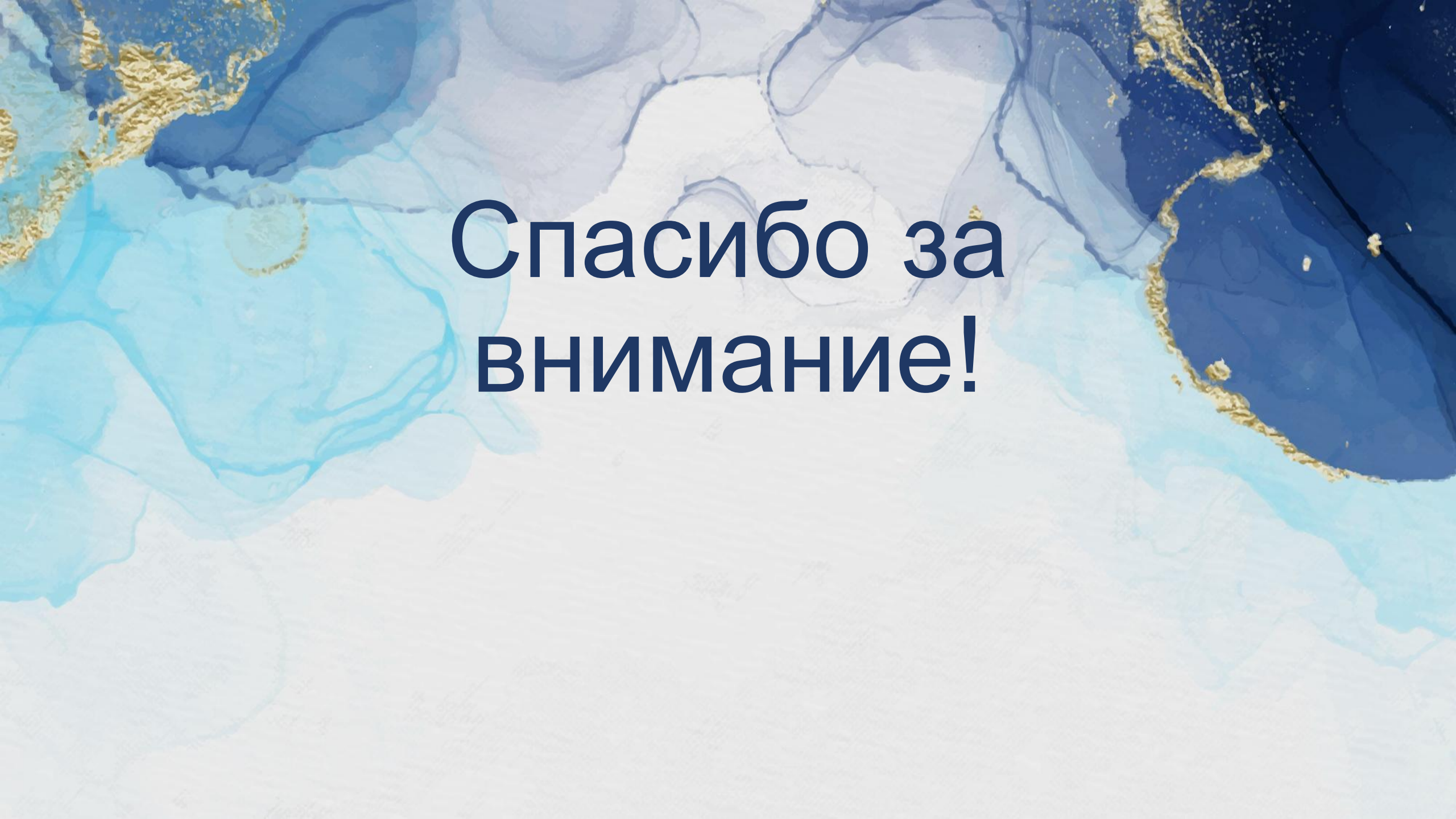
Пн-вс: с 9:00 до 22:00

[Показать на карте](#)



Так бы могла выглядеть реклама кафе «Волконский» в журнале «Слова».



The background is a piece of marbled paper with a complex, organic pattern. It features swirling shapes in various shades of blue, from light sky blue to deep navy blue, set against a pale, off-white base. Interspersed throughout the design are thin, irregular veins and larger patches of a shimmering gold or yellow color, giving it a rich, textured appearance.

**Спасибо за  
внимание!**