

ПРОГРАММА

тренинга

«Злой маркетинг-сурово, но эффективно»

В современном мире огромное количество рекламы, и только та которая стучится адресно, дергает нужные струны души дает эффективные продажи. За 5 часов вы разберетесь и освоите современные и нестандартные источники рекламы, научитесь точно попадать в целевого клиента, и продавать ему.

Место проведения: Точка кипения (г.Томск, пр.Ленина д.26)

30 июня (четверг)	
	Деловая площадка
10:30-11:00	Регистрация /кофе брейк
11:00-11:15	Официальное открытие, выступление представителя ВТБ
11:15-13:30	Алексей Четвергоф - Реклама 18+. Как получить клиентов в неоднозначных ресурсах. Реальные примеры. - Геотаргет по новому. Как используя бесплатный сервис "Яндекс.Аудитория" показать свою рекламу жителем конкретного дома/улицы/района, или посетителям торгового центра/школы/детского сада, или работникам предприятия и только гостя города. - wi-fi радар как охота за клиентами. Как точно "поймать" нужно человека, собрать аудиторию конкурентов или подключить к рекламе именно того, кто заходил на вашу торговую точку? Все секреты легального сканинга и использования его в рекламе. - Твой друг - мой клиент. Face-трекер и еще пара полезных инструментов, чтобы добраться до друзей ваших клиентов. Истории: автомойка, магазин женской одежды. - Именная реклама. 3 простых шага в настройке рекламы, чтобы к клиенту обращаться по имени и лично от менеджера. Кейс: Производство светодиодного оборудования и осветительных систем.
13:30-14:10	кофе брейк
14:10-16:00	Алексей Четвергоф - Бесплатные источники клиентов. Как бесплатно получать клиентов от Яндекс.Карт до местной доски объявлений. Что нужно делать и как настраивать. - НеЧатБоты. Как правильно выбрать бота, где эффективно его применять и как настроить, что бы он не вызывал раздражения, а эффективно продавал. - Психология рекламы. Три базовых принципа уточенной рекламы, как правильно проникнуть в души клиента, без страха и акробатических приемов. - Телемаркетинг. 87% процентов продаж в России происходит по телефону, как этим оружием правильно пользоваться и какие инструменты внедрить своим продавцам, что бы их перформанс стал еще эффективнее. - Живая реклама 2.0. Билборды, Мерч, Промоушен и прочие элементы физического маркетинга, несправедливо забыты. Как правильно делать/заказывать/создавать рекламу за пределами online пространства, что бы она приносила клиентов.