

Хотите увеличить
продажи?

Не знаете,
как привлечь
покупателей?

Нужен
гарантированный
результат?

Сделайте шаг к победе - проведите супер акцию!

СЕМИНАР

РЕКЛАМНЫЕ АКЦИИ - ЭФФЕКТИВНЫЙ ИНСТРУМЕНТ УВЕЛИЧЕНИЯ ПРОДАЖ ТОПЛИВА

В основе семинара лежит методика активной стимуляции розничных продаж топлива для достижения заданных параметров финансового результата. Она позволяет однозначно определить наиболее эффективные маркетинговые инструменты, схему и необходимый бюджет для сбытовой рекламной акции, чтобы гарантированно получить прибыль от ее проведения.

20
ФЕВРАЛЯ

Гостиница "Русь"
Киев

Автор семинара

**Евгений
Коротин**



Сооснователь и директор «Центра исследования микрорынков», получил второе высшее образование по специальности маркетинг в голландском университете Inholland University, с 1997 по 2000 год работал Директором по управлению и обеспечению сети АЗС дочернего предприятия British Petroleum в России.

Для кого предназначен семинар

- Руководители розничных сетей АЗС
- Заместители генеральных директоров по управлению розничными продажами
- Начальники отделов маркетинга
- Сотрудники, непосредственно отвечающие в компании за организацию сбытовых рекламных акций

Задачи семинара

- 1 Дать участникам основные знания и методики, необходимые для разработки, проведения и оценки результатов сбытовой рекламной акции, направленной на увеличение продаж топлива в сети АЗС.
- 2 Раскрыть основные принципы построения схемы рекламной акции и оценки количества покупателей, которых можно привлечь для участия с учетом их предпочтений.
- 3 Обучить конкретным навыкам разработки эффективных рекламных акций, которые участник сможет немедленно применить на практике.

Стоимость семинара

Стоимость участия составляет 800 Евро и включает: участие в семинаре, получение рабочих материалов, обеды и кофе-брейки.

Платеж должен быть подтвержден за 7 дней до даты проведения семинара, оплата по курсу НБУ на день оплаты.

Семинар проводится для группы из 20-30 человек и рассчитан на один полный день, с 08:30 до 19:00.

Скидки

Скидка за раннюю регистрацию - при регистрации участников и оплате полной стоимости участия за 30 календарных дней до семинара предоставляется скидка **10%** от базовой стоимости.

Групповая скидка - при регистрации более одного участника предоставляется скидка **5%** от базовой стоимости за каждого дополнительного человека, но всего не более **20%**.

Регистрация

Для участия в семинаре заполните эту анкету и отправьте на адрес artem@a95.ua или зарегистрируйтесь на сайте <http://consulting.a95.ua>

Фамилия _____

Имя _____

Отчество _____

Должность _____

Полное название компании _____

Город _____

Адрес офиса _____

Контактный телефон _____

Контактный e-mail _____

Количество АЗС _____

Бренд АЗС _____

Эффективная акция

Рекламная акция только тогда может считаться эффективной, когда была достигнута цель по увеличению абсолютного маржинального дохода. Чаще всего этого удается достичь за счет увеличения продаж. Увеличение продаж возможно за счет решения трех задач: увеличения количества покупателей на АЗС, увеличение частоты заправок покупателя и увеличение средней покупки топлива. Четкая формулировка задач акции и определение ее целевых показателей поможет правильно построить экономическую схему акции и выбрать целевую группу покупателей, которой будет интересно принять в ней участие.

Программа

Тема 1 – Определение схемы акции

- Что такое схема акции и как ее создать
- Какие схемы наиболее эффективны, примеры использования
- Алгоритм определения схемы рекламной акции
- Финансовая оценка алгоритма
- Определение целевых показателей акции

Тема 2 - Изучение покупательских предпочтений

- Основные принципы сегментации покупателей
- В чем разница между разными сегментами покупателей
- Какие схемы акций интересны разным сегментам
- Сколько их придет? Методы оценки вовлечения покупателя
- Матрица оценки выгоды покупателя

Тема 3 - Активное управление товарооборотом

- Пирамида маркетинговых инструментов для активного управления товарооборотом
- Разные типы рекламной активности на АЗС
- Специфика использования дисконтов
- Специфика использования рекламной акции
- Календарь рекламной активности
- Чем может помочь BTL-агентство

Тема 4 - Оценка эффективности рекламной акции

- Определение основных показателей эффективности
- Матрица определения эффективности
- Алгоритм экономической оценки эффективности
- Как планировать оптимальный бюджет
- Подготовка отчета о результатах акции

ОРГАНИЗАТОРЫ:



ЦЕНТР
ИССЛЕДОВАНИЯ
МИКРОРЫНКОВ

