

## Продвижение и продажа производственных услуг

Производственные услуги являются неотъемлемой частью производственного процесса и могут оказывать значительное влияние на его эффективность и конкурентоспособность и могут быть важным источником доходов для предприятий производственной сферы. Производственная услуга как товар имеет специфические особенности, которые необходимо учитывать при организации ее продвижения и продаж. Грамотное применение современных инструментов продвижения, с учетом особенностей производственных услуг, создаст возможности для увеличения продаж и эффективного продвижения услуг компании на рынке и роста доходности для предприятия в целом. В курсе рассматриваются необходимые приемы, методы, правила, рекомендации для организации продаж производственных услуг.

**Дата проведения:** Открытая дата

**Вид обучения:** Курс повышения квалификации

**Формат обучения:** Онлайн-трансляция

**Срок обучения:** 3 дня

**Продолжительность обучения:** 24 часа

**Для участников предусмотрено:** Методический материал.

**Документ по окончании обучения:** По итогам обучения слушатели, успешно прошедшие итоговую аттестацию по программе обучения, получают Удостоверение о повышении квалификации в объеме 24 часов (в соответствии с лицензией на право ведения образовательной деятельности, выданной Департаментом образования и науки города Москвы).

### Для кого предназначен

Собственника бизнеса, директора по маркетингу, коммерческого директора, руководителя отдела маркетинга, маркетолога, менеджера по рекламе, менеджера по маркетингу, менеджера по продукту, продуктового маркетолога, сотрудника отдела продаж, PR-службы предприятий и всех лиц, заинтересованных в организации продвижения и продажи производственных услуг в области промышленного производства, энергетики, транспорта, строительства, для все заинтересованных лиц.

### Цель обучения

Научиться разрабатывать план организации продвижения и продажи производственной услуги.

### Результат обучения

**В результате обучения слушатели:**

- Узнают как использовать специфические особенности услуг при организации продвижения и продаж услуг на промышленном рынке.
- Научатся эффективно работать с целевой аудиторией.
- Научатся грамотно позиционировать компанию и ее производственную услугу.
- Разработают предложения по созданию комплекса маркетинга для организации продвижения и продаж производственных услуг компании.
- Поймут принципы работы разных каналов продвижения, научатся выбирать инструменты, подходящие для продвижения производственных услуг.
- Разработают план действий по оптимизации продвижения производственных услуг.

- Узнают, как эффективно организовать продажу услуг через разные каналы, в том числе через промышленные маркетплейсы.

Это мероприятие можно заказать в корпоративном формате (обучение сотрудников одной компании).

# Программа обучения

## День-1.

### Маркетинг производственных услуг.

#### Ключевые характеристики услуги на-промышленном рынке.

- Сущность услуги, отличие услуги от-продукта. Особенности маркетинга услуг. Производственная услуга.
- Особенности реализации функций маркетинга на-рынке промышленных услуг.
- Специфические свойства услуги.
- Специфические особенности цифровой услуги.
- Как определить «своего» потребителя. Политика выбора целевых сегментов рынка.
- Определение потенциальных конкурентных преимуществ производственной услуги.

#### Комплекс маркетинга при организации продвижения и-продаж услуг.

#### Методы дифференциации в-условиях конкурентной борьбы.

#### Продуктовая политика.

- Производственный процесс и-принятие решения об-ассортименте производственных услуг.
- Политика торговой марки.
- Жизненный цикл услуги: стратегические и-тактические решения о-разработке, введении услуги на-рынок и-выводе с-рынка.

#### Политика распределения.

- Оценка характеристик каналов распределения.
- Выбор длины каналов.
- Вертикальные маркетинговые системы.
- Разрешение конфликтов между участниками каналов.

#### Ценовая политика: стратегические и-тактические решения.

#### Политика продвижения услуг.

- Факторы определяющие решения о-продвижении.
- Подходы к-оценке затрат на-программы продвижения.

#### Практикумы.

## День-2.

### Особенности продвижения производственных услуг.

- Услуга на-промышленном рынке и-особенности ее-продвижения.
- Каналы продвижения на-рынке B2B, нюансы и-особенности. Поисковый маркетинг.
- Промышленные маркетплейсы и-доски объявлений. Отраслевые площадки и-информационные порталы. Справочники предприятий. Электронный маркетинг в-B2B. CRM маркетинг для B2B. Тендерные площадки. Продвижение в-социальных сетях. Event-маркетинг. Развитие собственных отраслевых и-промышленных порталов. Контент маркетинг.
- Сервисы, которые могут быть использованы в-сфере B2B.
- Анализ методов и-эффективности продвижения контента.
- Анализ работы с-брендом: оценка узнаваемости и-экспертности.
- Ключевые ошибки в-продвижении производственных услуг.

#### Стратегический план продвижения услуги.

- Особенности продвижения на-рынках B2B2C, B2B, B2G. Психология покупок— как покупают на-разных рынках.
- Сегментирование потребителей и-определение конкурентных преимуществ.
- Отстраивание позиций от-конкурентов.

- Определение конкурентоспособной цены услуги.
- Планирование каналов привлечения клиентов
- Формирование рекламного бюджета.
- Выбор каналов продвижения, расчет стоимости и-эффективности.
- KPI маркетинговых проектов.

**Практикум:** Customer journey map: проектирование покупательского пути на-промышленном рынке.

#### **Этапы продвижения услуг.**

- Маркетинговые коммуникации: повышение шансов продажи услуги.
- Выбор каналов продвижения и-продаж. Информационные каналы. Советы и-рекомендации.
- Реклама. Подходы и-выбор содержания.
- Подготовка рекламных материалов.
- Особенности личных продаж производственных услуг.
- Разработка плана и-бюджета стимулирования продаж.
- Определение рисков.

#### **Управление интернет-рекламой при продвижении услуг.**

- Яндекс Директ: поиск, сеть, ретаргетинг.
- Правила создания конверсионных кампаний в-социальных сетях.
- SEO продвижение по-коммерческим запросам.
- Планирование и-ведение SMM кампаний производственных услуг.
- Тизерная и-нативная реклама: можно-ли применять при продвижении производственных услуг.
- CPA, лидогенерация, партнерские программы.
- E-mail маркетинг.
- Создание продающих сайтов.

#### **Проведение PR-кампаний.**

- Создание новостных поводов.
- Увеличение медийного охвата.

#### **Практикумы.**

##### **День-3.**

#### **Организация продаж услуг на-промышленном рынке.**

- Секреты успешных продаж.
- Техники продаж и-переговоров.
- Инструменты выявления потребностей. Выявление скрытых потребностей.
- Техники активного слушания и-обратной связи.
- Профилактика возможных возражений.
- Правила эффективной презентации.
- Алгоритм работы с-возражениями.
- Успешное завершение сделки.

#### **Управление воронкой продаж.**

- Правила работы с-воронкой продаж. Как увеличить конверсию на-каждом этапе.
- Планирование реалистичной воронки продаж.
- Алгоритм квалификации клиентов. Как определить тех, кто купит.
- Эффективная работа с-клиентской базой.
- Продажа услуг через тендеры.
- Методы увеличения продаж.
- План дальнейшей работы по-увеличению продаж.

#### **Управление директ маркетингом для b2b.**

- Коммерческие предложения, продающие презентации, кейсы.
- Планирование «холодных» звонков, скрипты.
- Продажа на-мероприятиях: семинарах, выступлениях, конференциях.
- Продажа на-выставках.

#### **Работа с-площадками для сбыта и-маркетплейсами.**

- Особенности продвижения и-продаж услуг на-промышленных маркетплейсах: что нужно контролировать специалисту.
- Выбор маркетплейса: возможности и-риски.
- Работа с-аналитикой: точки контроля.

- Определение точек роста и-слабых мест.
- Цифровые услуги на-маркетплейсах.

**Практикум:** разработка комплекса маркетинга для производственной услуги.

**Практические примеры организации продвижения и-продаж услуг на-промышленных рангах по-некоторым отраслям.**

- Техническое обслуживание и-ремонт оборудования.
- Транспортные услуги, связанные с-доставкой сырья, материалов и-готовой продукции.
- Услуги по-управлению производством и-логистике.
- Услуги по-обработке и-переработке сырья и-материалов.
- Услуги по-проектированию и-разработке новых продуктов и-технологий.
- Электроэнергия— услуга или товар?

## Преподаватели

### ВОРОБЬЁВ Павел Федорович

R&D директор. Руководитель проекта (сертифицирован ПМ - стандарт).

Бизнес-тренер, консультант по организационному развитию, эксперт-аналитик в области экономики, управления и маркетинга.

Приглашенный лектор и ведущий семинаров в области менеджмента, маркетинга-и построения бизнес-систем анализа-РАНХиГС, НИУ ВШЭ и ряда корпоративных университетов.

Разработка и сопровождение проектов в сфере машино- и судостроения, энергетики.

Специализируется на бизнес-планировании и моделировании.

### ЯКОВЛЕВА Наталья Юрьевна

Бизнес-консультант, эксперт в области маркетинга, интернет-маркетинга и PR.

Работа с проектами, обучение и консультации компаний: МФЦ, Ленэнерго, СПбГПУ, Пулково, Альфа-банк, Северо-Западный медицинский центр, сеть магазинов «Максидом», ДодоПицца, Worldclass, ДЛТ (ЦУМ), СПб Реновация, строительный холдинг ЛСР, сеть магазинов «Лента» и др.

Приглашенный лектор (спецкурсы, семинары, открытые лекции): НГУ, СПбГУ, СПбГПУ, ИТМО,

Head of PR образовательных проектов, руководила пресс-службой Новосибирского госуниверситета.

Специализируется на маркетинговых стратегиях. Помогает крупным B2B-компаниям выстраивать систему аналитики.

#### ПРЕПОДАВАТЕЛЬ

Эксперты в области организации продвижения и продаж услуг.