



# УПРАВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОМ УПРАВЛЕНИЕ ПРОДАЖАМИ ПЕРЕГОВОРЫ

Авторский бизнес-семинар  
Александра Фукса в Архангельске

**5 ДНЕЙ** высококлассного обучения  
**40 ЧАСОВ** интенсивных занятий  
**100% ГАРАНТИЯ**

**25-29 ноября 2009 года**  
Архангельск, «Тур-Наволук-Отель»,  
наб. Северной Двины, 88



группа компаний  
OM-media

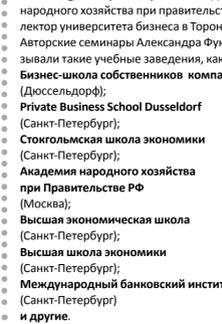
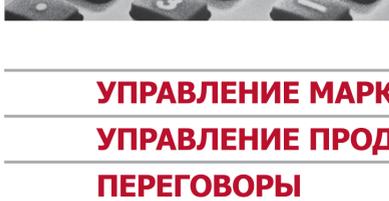
- телеграфия
- издательство
- бизнес-сувениры
- сувениры
- дизайн

## Для кого этот семинар?

- \* Собственники бизнеса.
- \* Руководители филиалов и управлений федеральных компаний.
- \* Топ-менеджеры: генеральные и исполнительные директора, коммерческие, финансовые директора, директора по маркетингу, руководители отделов сбыта.

## Что Вы получаете от семинара?

- \* Уникальные знания. Методики, которые дает своим слушателям Александр Фукс, невозможно найти в открытых источниках и практические советы для вашей отрасли и профиля компании. Вы можете познакомиться с опытом сотен предпринимателей и получить конкретные рекомендации, применимые именно в Вашем бизнесе.
- \* Мотивацию и свежие идеи.
- \* Раздаточные материалы.
- \* Каждому участнику семинара мы вручаем в подарок журнал Owner Consulting Review под редакцией Александра Фукса, в котором опубликованы эксклюзивные авторские материалы по управлению, эксклюзивные интервью, провалы психологов в бизнесе, выявлению ценных и «мнимых» клиентов, причинам финансовых проблем, правилам контроля для собственников компаний и кадровому менеджменту.



**Александр Фукс** — практикующий специалист РРСГ, консультант, руководитель ряда проектов Европейского банка реконструкции и развития по финансовому оздоровлению компаний, директор бизнес-семинаров Owner Consulting, эксперт-консультант Академии народного хозяйства при правительстве РФ, лектор университета Бизнеса в Торонто. Авторские семинары Александра Фукса закаливали такие учебные заведения, как:

- **Бизнес-школа собственников компаний** (Дюссельдорф);
- **Private Business School Dusseldorf** (Санкт-Петербург);
- **Стокгольмская школа экономики** (Санкт-Петербург);
- **Академия народного хозяйства при Правительстве РФ** (Москва);
- **Высшая экономическая школа** (Санкт-Петербург);
- **Высшая школа экономики** (Санкт-Петербург);
- **Международный банковский институт** (Санкт-Петербург)
- и другие.

# УПРАВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОМ УПРАВЛЕНИЕ ПРОДАЖАМИ ПЕРЕГОВОРЫ

Очевидно, что вопросы организации продаж, ведения коммерческих переговоров и управления маркетингом принципиально важны для любого бизнеса. Все эти вопросы невозможно решать в общем, опираясь на так называемую стратегию. В каждом конкретном случае вы либо получаете заказ, либо потеряете сделку. Неэффективный маркетинг, слабые продажи и отсутствие подготовленных переговорщиков нельзя решить мотивацией персонала и делегированием полномочий.

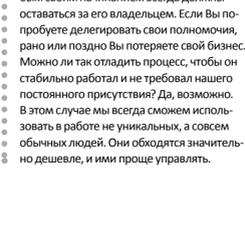
**Решающий фактор в бизнесе - умение высшего руководства компании, в том числе ее владельцев, организовать продажи, взять в нужный момент ситуацию под свой контроль и грамотно провести переговоры, имея огромную разницу между маркетингом, который приносит деньги, и маркетингом, который их только теряет.**

Если высшее руководство компании, поверив теориям менеджмента, попробует самоустраниться от вопросов

организации продаж, обучения и подготовки персонала, от ведения коммерческих переговоров, создания грамотной рекламы – последствия не замедлят сказаться. Компания, весь бизнес в целом мгновенно начинает зависеть от не всегда грамотных причуд коммерческих директоров и директоров по маркетингу. Работа начинает имитироваться, но деньги тратятся огромные. Чувствуя свою незащищенность, продавцы отбрасывают полную бесконтрольность и безответственность. Вследствие этого к чисто коммерческим добавляются серьезные управленческие проблемы. Перебор коммерческих директоров, скупка

«звезд» при непонимании процесса продаж, маркетинга и переговоров приводит лишь к огромным затратам и очень посредственным достижениям. Мы задумали этот семинар, чтобы помочь высшему руководству взять контроль и важные переговоры, и сбыт, и маркетинг. Материал семинара полностью построен на практических примерах, а не на абстрактных понятиях. Посещение семинара сэкономит толковому руководителю огромное количество времени и сил. Узнайте подробнее об авторских технологиях Александра Фукса и познакомьтесь с его работами Вы можете на сайте Owner Consulting: [www.owner.ru](http://www.owner.ru)

**! Мы не рекомендуем Вам допускать на занятия поочередных, с которыми Вы не связываете напрямую будущее Вашего бизнеса.**



## АЛЕКСАНДР ФУКС: ОТ ПЕРВОГО ЛИЦА

— Знание, как зарабатывать деньги, — самое быстро конвертируемое в деньги знание. Простые, правильные несущие конструкции, которые мы обкатываем по методике бизнес-игр, на примерах конкретных бизнесов участников семинара. Те самые маневры, которые дают навык ведения войны и правила боевого взаимодействия. Если вы начинаете ковыряться в каждом направлении, не веря в агитку и не слушая, что говорят ваши наемные сотрудники с хорошим образованием, через какое-то время становится ясно, что надо запретить, а что работает на самом деле.

— Все полномочия по управлению людьми своим назначением всегда должны оставаться за его владельцем. Если Вы пробуете делегировать свои полномочия, рано или поздно Вы потеряете свой бизнес. Можно ли так отладить процесс, чтобы он стабильно работал и не требовал нашего постоянного присутствия? Да, возможно. В этом случае мы всегда сможем вмешаться в работе не уникальных, а совсем обычных людей. Они обходятся значительно дешевле, и ими проще управлять.



## БЛОК 1 Управление маркетингом. Ориентация на результат

Существует два маркетинга. Один маркетинг целиком и полностью посвящен тому, как получить заказ клиента, а другой — исследованию. Это маркетинг Канюера, Гада и т.д., и т.п. Маркетинг ребрендинга «Билайн», РЖД и Сбербанка... Там никогда ничего не будет, кроме безумных бюджетов и нулевых результатов.

**Но есть другой маркетинг, представители которого четко понимают, что он должен продавать, оккупать себя, приносить прибыль, а не только «повышать узнаваемость» и «укреплять лояльность».** При помощи средств грамотного маркетинга можно добиться гораздо больше, чем при помощи даже самых лучших торговых агентов. Мы подробно рассмотрим, как при помощи маркетинга компания может перейти от активных продаж к пассивным. Вы узнаете, как, используя мозг и здравый смысл, получать любые ответы на вопросы о рынке, затратив на это совершенно смешные деньги (несопоставимые с бюджетами, которые обычно поднимают участники маркетинговых исследований и фокус-групп). Научитесь четко отличать мертворожденные рыночные идеи от действительно перспективных.

## БЛОК 2 Обучение персонала отдела продаж

Продавцов надо готовить, и очень серьезно. При этом поручать персоналу самому готовить себе замену – верный способ эту подготовку провалить полностью. Обычно старый персонал никого и ничему не учит, он лишь пытается гарантировать свою незаменимость в будущем.

**Ведущие компании очень серьезно подходят к процессу подготовки своих продавцов. Большинство из них остановилось на методе т.н. «Перворольных карт (конкретные названия могут различаться, важна суть самого подхода).** Применение этой методики подготовки команд:

- 1) готовить персонал эффективно и быстро (при этом не требуется непосредственное участие представителей администрации компании);
- 2) полностью снять проблемы демотивации;
- 3) максимально быстро вывести



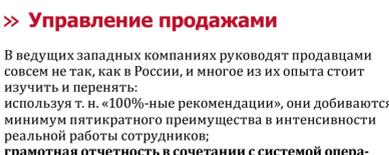
## БЛОК 3 Управление продажами

В ведущих западных компаниях руководят продавцами совсем не так, как в России, и многое из их опыта стоит изучить и перенять, используя т.н. «100%-ные рекомендации», они добиваются минимум пятикратного преумножения в интенсивности реальной работы сотрудников; грамотная ответственность в сочетании с системой оперативного контроля не позволяет расслабиться людям и полностью исключает возможность имитации реальных усилий; перераспределение зон ответственности по принципу

## АЛЕКСАНДР ФУКС: ОТ ПЕРВОГО ЛИЦА

— Часто, пытаясь любым способом спасти сделку, участники комбинес директора готовы пойти на такие условия, что сама голова перестает иметь смысл. Я понимаю, им нужны комиссионные. Ну а мне как владельцу нужна прибыль. И только прибыль. Не собираюсь дорожить клиентом, который приносит одни убытки. Меня вообще не интересует доля рынка, за которым все терпят деньги. Я готов драться за долю ПРИБЫЛЬ-НОГО рынка, а не за долю любого рынка.

— Если бы все, что пишется в общедоступных учебниках, было правдой, профессора экономики были бы самыми состоятельными людьми в мире. Пока этого не наблюдается. Одной теории мало, и нужно зарабатывать деньги надо у тех, у кого это действительно получается. Западные учебные программы реального обучения собственников в первых лиц сильно отличаются от курсов MBA (ум тех более от разнообразных российских суррогатов). Очень рад, что у думающих людей появился реальный выбор.



## БЛОК 4 Переговоры. Техника и психология проведения переговоров

Любой крупный контракт подразумевает переговоры. Техника переговоров заслуживает того, чтобы ей было уделено особое внимание. Крупные переговоры по своей технике и принципам серьезно отличаются от техники продаж, а потому должны поручаться не просто опытным продавцам (как это обычно и происходит), а особым группам переговорщиков, подготовленным специальным образом.

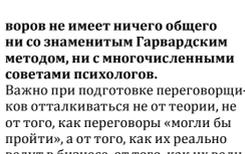
**И, конечно, надо понимать, что реальная подготовка переговорщиков, реальная практика самих перегово-**

## АЛЕКСАНДР ФУКС: ОТ ПЕРВОГО ЛИЦА

— Переговоры — это не продажи. Готовясь к ним, настраиваясь на них, забудьте о том, как вы продавали. Это два разных вида деятельности, и чем меньше вы будете пытаться использовать во время переговоров психологию и технику продаж, чем меньше забота ваша голова будет со старта, тем больше шансов добиться благоприятного исхода. Даже не пытайтесь вести переговоры так, как вы бы продавали!

— К продажам такой поверхностный подход неприемлем. Продажи — совершенно конкретное дело. Покупатель либо покупает товар, либо нет. Если нет — продавец просто теряет свою работу. Это баболожит об НЛП и подсознании можно всю жизнь, с продажами так не получится.

— Свои цены ВСЕГДА надо обосновывать, а не придумывать аргументы об этом только в том случае, когда вам тычнут в нос более низкие цены конкурентов. И аргументы эти должны быть известны продавцу всегда и заранее, ничего путевое сочинять по ходу вам не удастся.



«плавающих зон» и «изменения площадей ареалов обитания», они добиваются преимуществ в тщательности проработки каждой зоны ответственности (примерно в 1,5 раза); особое внимание уделяется технике борьбы с «выгоранием» толковых продавцов; серьезно управляют отделы продаж в состоянии взять на вооружение технику «коллективных продаж», которая может выручить, когда все остальное уже не работает.

## Чем этот семинар отличается от других?

Занятия Александра Фукса построены на передаче технологичных, но не теоретических конструкций. При ближайшем рассмотрении большинство разрекламированных и обсуждаемых подходов «гуру» управления не имеют под собой практической базы либо рождаются из сомнительных экспериментов. Предлагаемые вашему вниманию семинары построены наоборот: на опыте успешных компаний. Всех без исключения. Знакомство с успешной практикой и есть достоянный фундамент для того, чтобы слушатели смогли самостоятельно сделать свои выводы и самостоятельно решить, подходит это для их бизнеса или нет. Объем знаний многократно превышает информационную насыщенность курсов MBA и университетских программ.

- **100% гарантия от Александра Фукса.**

*Абсолютно все техники, которые рассматриваются на семинарах Александра Фукса, применяются на практике. Вы увидите, насколько сильно подходы, примененные владельцами компаний во всем мире, отличаются от названных литературой теорий.*

## ОТЗЫВЫ УЧАСТНИКОВ

**ДМИТРИЙ СЕДИЛОВ, генеральный директор группы компаний «ДиАл»:**  
— Семинар понравился, материал был подобен интересно и емко. Был разносторонне освещен подход к системе безопасности на предприятии. Понравилось, что лектором были обозначены основные проблемы и методы борьбы с ними. А это уже наводит на мысли, как поступить в той или иной ситуации.

**ЕЛЕНА БАКУРОВА, директор ТС «Классика»:**  
— Семинар очень хороший, познавательный. Хотя эту информацию мы уже слышали и раньше, но сейчас оно лучше воспринималось и сложилось в определенную систему. Было интересно узнать о таких видах мошенничества, о которых раньше даже не слышали.

**ИГОРЬ НЕКРАСОВ, директор компании «Беломортранс»:**  
— Супер! Тема была раскрыта достаточно полно. Здесь я получил ответы на вопросы, которые не находил несколько лет. Хотелось, чтобы такого уровня семинары проводили чаще. Достойный уровень. Редкий случай, когда оправдываются ожидания. За такое не жалко платить деньги.

**АЛЕКСАНДР ПОТКИН, директор компании «Арт-пакет»:**  
— Я старый приверженец Фукса, посещаю его семинары с 2002 года. По своему опыту могу сказать, что на 60-70% из того, что он советовал, мне удалось осуществить на практике. Я посещаю много семинаров, но могу сказать, что Александр Фукс — это единственный человек, который говорит о таких вещах эффективно и советы которого можно воплотить в жизнь.

**ТАТЬЯНА МЕЗЕНЦЕВА, директор центра заказов «ОТТО»:**  
— Я на этот семинар шла намеренно, ждала его два года. Мне нравится точка зрения Александра Фукса и его подход к вопросу: всегда грамотный и аргументированный. Конечно, есть спорные вопросы. Но лектор — профессионал, он

может привести такие аргументы, предпринести вопрос так, что в процессе дискуссии убеждаешься в его правоте и меняешь свое мнение. Он знает о чем говорит, а это главное.

**АЛЕКСЕЙ ИВАНОВ, председатель Совета директоров Группы предприятий «Панорама RETAIL»:**  
— Семинар понравился, лектор очень интересный человек, говорит логически выстроенные мысли. Семинар для меня оказался очень полезным, не жалею, что потратил свое время. Приятно было, когда Фукс говорил о вещах, которые подтверждали правдивость о наших действиях. Были также мысли, о которых услышал впервые, но их можно применить на практике. Материал иллюстрирован конкретными примерами, опытом других фирм. В будущем у меня есть желание посетить семинар и на другую тему.

**ВЛАДИМИР ЯКОВЛЕВ, управляющий директор ОАО «Молоко»:**  
— Очень понравился семинар Фукса. Давно не видел в такую яроуга такого напыления народа. В зале на протяжении всех трех дней количество слушателей оставалось постоянным. Это о многом говорит. Семинар очень эффективный, так полученные знания я стал сразу применять на практике.

## На семинарах Александра Фукса проходили обучение собственники и топ-менеджеры компаний:

- «Аквилон», «Выбор», «Севгласнаб», «Арт-пакет», «ДиАл», МП «Звездочка», «Архбум», ТС «Классика», «Сезон», ТС «Меркурий», «Дом», «Новая линия», «Панорама ритейл», «Архангельский водосредней комбинат», «Де Фанс», «Архсельхозэнерго», «Барс», «Отто», «Мода оптик», ТС «Шик», «МС-группа», «Беломортранс», санатория «Беломорье», «Альвис», «Северный Анком», «Поморская», «Бурнская компания», «Архлес-Сервис», «Полиград Сервис», «Промсоль», «Контакт», «Беломорская славкоптора», «Торгсила», ТС «Лайт-Степ», СЦБК, «Даргез», «Информсервис», магазин «COSMO», «Мяки и Бурда Моден», «Северянка», «Беломортранс», «Делан», «Ролс-Дельта», «Северный Стиль», журналы «Настроение», «Северная», «Ведео-Интернешнл Архангельск», ТС «Березка», Управление Федеральной почтовой связи, «Фирма Северная», «Фотосервис», «Газета», «ОМ-медиа» а также тысячи предпринимателей Архангельской области и других регионов России.

## КАК ЗАРЕГИСТРИРОВАТЬСЯ НА СЕМИНАР АЛЕКСАНДРА ФУКСА

- >> по телефонам: (8182) 20-4444, 20-5555,
- >> по электронной почте: [rbuglak@ommedia.ru](mailto:rbuglak@ommedia.ru)
- >> в офисе: пр. Новгородский, 32, корпус «ОМ-медиа»
- >> на сайте: [www.ommedia.ru](http://www.ommedia.ru).

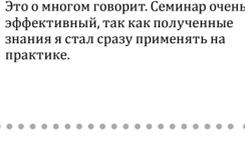
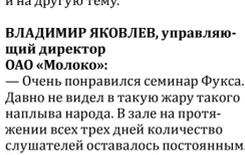
координатор бизнес-семинара: Буглак Роман

## Уже 14 лет мы помогаем нашим Клиентам зарабатывать больше!

Группа компаний «ОМ-медиа» работает на рынке издательских, полиграфических и маркетинговых услуг региона с 1 сентября 1995 года. Мы выпускаем отраслевые и региональные справочники, журналы для предприятий «Деловой Формат», корпоративную прессу, календарь-справочник «Первые Лица», главное издание области — ежегодник «Итоги и Перспективы», а также обеспечиваем работу Архангельской Поисковой Системы «666666». Располагая собственной технологической базой, компания выступает непосредственным разработчиком, производителем, организатором и издателем каждого проекта.

Одно из главных преимуществ сотрудничества с «ОМ-медиа» — комплексное сопровождение бизнеса. Мы ведём полный цикл работ, необходимых организациям для полноценного присутствия на рынке: от создания маркетинговой стратегии до ее воплощения в фирменный стиль, полиграфических продуктов, корпоративной атрибутики, печатной рекламе и деловых сувенирах. Работая в сегменте business-to-business, мы помогаем предприятиям получать нужную информацию и аналитику, продвигать продукцию и искать рынки сбыта, находить партнеров и клиентов, налаживать долгосрочные отношения со своей аудиторией.

Выбирая сотрудничество с «ОМ-медиа», Вы выбираете наиболее эффективные решения для развития Вашего бизнеса.



Группа компаний «ОМ-медиа»  
163002 г. Архангельск,  
пр. Новгородский, 32, корпус «ОМ-медиа»  
тел./факс: (8182) 20-4444, 20-5555  
[www.ommedia.ru](http://www.ommedia.ru)