



ConferencePoint

ПРОДУКТЫ СР

Эффективные продажи

НАШИ ЦЕЛИ

- Удержание постоянных участников
- Поддержание и улучшение качественного состава участников
- Возврат участников
- Привлечение новых участников



Способ достижения целей

выявление или определение потребностей клиентов



выявление ЛПР



предложение продукта/продуктов



сбор и обработка обратной связи



НАШИ КЛИЕНТЫ

- **Коммерческие организации**
- **Представители власти**
- **НКО**



Ключевые группы потребностей наших клиентов

- Получение информации (нахождение в актуальном информационном поле)
- Networking. Целевые контакты и точечные коммуникации
- Продвижение продукта/услуг на рынке (продажи)
- Работа с имиджем и позиционированием
- Влияние на внешнюю среду
- Технический повод



Выявление ЛПР

Классификация ЛПР по уровням:

Высший уровень (стратегический). Определяет саму возможность участия в мероприятии.

Например: Министр, руководитель организации, дирекции, профильного управления.

Средний уровень (тактический). Определяет формат участия.

Например: Руководитель службы маркетинга, руководитель профильного отдела/департамента

Технический уровень (исполнительский). Определяет детали участия, является исполнителем по сопутствующим операциям.

Например: специалист профильного отдела/департамента.



ГРУППЫ ПРОДУКТОВ

Наши мероприятия – это, **прежде всего**, место, где наши клиенты, посредством использования наших продуктов могут удовлетворить свои потребности!

Основной ценностью и конкурентным преимуществом наших мероприятий является наша Целевая Аудитория - точно-собранный по рынку, с большим кол-вом ЛПР, экспертов, представителей федеральной и региональной власти.

Для того, чтобы правильно позиционировать себя на наших мероприятиях перед этой уникальной Целевой аудиторией и максимально использовать преимущества от непосредственного контакта с ней, мы предлагаем клиентам группы продуктов.



Группы продуктов

Деловая программа Форума

(доклады, дискуссии, итоговые бюллетени)

Неформальная программа Форума

(деловые обеды, приемы, экскурсии, кофе-брейки, ВИП обходы)

Выставочные возможности

(стенды, информационные стойки)

Рекламно-информационные возможности

(интерьерная реклама, каталоги, размещение полиграфии и т.д.)

Резолюция

(подача инициатив в разных форматах)

Product Placement

(концептуальные партнерские пакеты в тематике мероприятия)



СБОР И ОБРАБОТКА ОБРАТНОЙ СВЯЗИ

Для совершенствования имеющихся и создания новых продуктов нам необходимо постоянно получать обратную связь от клиентов. Пожелания клиентов и ваше личное мнение очень важны для нас!

Основные параметры интересующей информации:

- Обратная связь по Базе (правильность подбора клиентов)
- Потребности (адекватность, приоритетность, корректировка)
- Группы продуктов (форма, наполнение, кол-во, ценообразование)
- Каналы коммуникации (правильность выбора, состав)
- Процесс постпродажного обслуживания
- Пожелания по организации

К кому обращаться для передачи обратной связи:

Продукты, база, потребности – Иванова Евгения

Программа – Быкова Ольга

Каналы коммуникации и постпродажное обслуживание - ?



| Потребности | Продукты | | | | | |
|--|-----------|------------------------|-------------------|-------------------------|-------------------|-------------------------------------|
| | Резолюция | Неформальная программа | Деловая программа | Выставочные возможности | Product Placement | Рекламно-информационные возможности |
| Получение информации (нахождение в актуальном информационном поле) | | ✓ | ✓ | ✓ | | |
| Networking. Потребность в целевых контактах, точечной коммуникации | | ✓ | ✓ | ✓ | | |
| Потребность в продвижении продукта/услуг на рынке (продажи) | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| Потребность в работе с имиджем и позиционировании | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| Потребность влияния на внешнюю среду | ✓ | | ✓ | | | |
| Потребность в техническом поводе | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |

Средства для удовлетворения потребностей

Получение информации



На нашем мероприятии Вы сможете узнать:

Информацию о последних изменениях законодательства.
Мнение лидеров отрасли по самым острым вопросам.
Реакцию бизнес-сообщества и общественности.

Информационные бюллетени, которые консолидируют всю информацию по тематике мероприятия на протяжении года, помогут Вам оставаться в актуальном информационном поле (подписка, прямые рассылки).

Приняв **участие в дискуссии** по интересующим Вас вопросам, вы сможете получить комментарии представителей власти и экспертного сообщества.

Кто владеет информацией, тот владеет миром.

У. Черчилль

Средства для удовлетворения потребностей

Networking.
Потребность в
целевых контактах,
точечной
коммуникации



На наших мероприятиях нет «случайных людей». **Наш контингент можно назвать «золотым» (70% - ЛПР).** Грамотное позиционирование Вам установить целевые контакты, которые будут способствовать развитию Вашего бизнеса/идей/инициатив и пр. Для установки «позитивного контакта» нужно чтобы Вас заметили. Есть возможность выступить с докладом, принять участие в дискуссии, а также познакомиться в более неформальной обстановке (кофе брейки, обеды, вечерний прием, ВИП обход на выставке – при наличии стенда).

Средства для удовлетворения потребностей

Потребность в
продвижении
продукта/услуг на
рынке (продажи)



ЦА нашего мероприятия подобрана с учетом максимальной эффективности возможного взаимодействия (ЛПР, отраслевые эксперты – люди, которым интересен Ваш продукт/идея/услуга/проект и пр). На наших мероприятиях Вы можете использовать максимум **рекламно-информационных возможностей** (включая СМИ), которые направлены непосредственно на Вашу целевую аудиторию.

Выставочная экспозиция, в рамках которой можно выгодно продемонстрировать Ваши продукты/услуги/проекты и пр. привлечет дополнительное внимание к Вашей компании/организации. Обеспечит дополнительный положительный имидж. У нас также есть VIP обход. Информационные возможности (доклады, дискуссии и пр.).

Для Вас может быть составлен индивидуальный пакет по продвижению Вашего продукта, в рамках концепции мероприятия (**Product Placement**).

Средства для удовлетворения потребностей

Потребность в работе
с имиджем и
позиционировании



Причастность к группе лидеров отрасли:

В списке компаний – участников присутствуют все лидеры отрасли (перечисление, направление списка).

Демонстрация частных качеств (компания, продукта, услуги, личный PR): Рассказать о своем уникальном опыте или продукте Вы сможете во время РС, КС и прочих мероприятий деловой программы. Возможна организация отдельного мастер-класса или семинара. Весомую имиджевую составляющую формирует выставка. Дополнительная привилегия участия – предоставление слова на вечернем приеме

Позиционирование (отстройка от конкурентов, оппонентов, занятие своей правильной ниши в экспертном сообществе): доклады с проблематикой, выставка, семинар.

***ЛИДЕР Лидер** (от англ. **Leader** - ведущий) - лицо, способное воздействовать на других в целях интеграции совместной деятельности.

Средства для удовлетворения потребностей

**Потребность влияния
на внешнюю среду**

Подача инициатив в разных форматах
(Резолюция, личное общение, диалог с
аудиторией)

**ПРИМЕРЫ
УСПЕШНОЙ
РЕАЛИЗАЦИИ
ИНИЦИАТИВ
РЕЗОЛЮЦИИ**

Проводимые Проектом мероприятия способствовали реализации инициатив и законопроектов !

- Принятию новых поправок в закон «О порядке выезда и въезда в РФ». На их основании круизные туристы в течение 72 часов могут находиться в России без оформления виз.
- Признанию круизного туризма и яхтинга одними из самых перспективных направлений внутреннего туризма в принятой в 2011 году ФЦП «Развитие внутреннего и въездного туризма в РФ (2011 - 2018 годы)».
- Принятию в 2011 году федерального закона о поддержке судостроения и судоходства в России.
- Принятию в 2012 году федерального закона «Об обязательном страховании гражданской ответственности перевозчика за причинение вреда пассажирам».
- Открытию внутренних водных путей России для маломерных судов под флагами иностранных государств, прибывающих в Россию в спортивных, культурных, прогулочных целях.
- Разработке закона «О безопасности плавания маломерных судов» по рекомендации МЧС РФ с участием группа экспертов Проекта.

Кейсы по предложению продуктов ЛПР

| уровень ЛПР/ продукты | Высший уровень | Средний уровень | Технический уровень |
|-------------------------------------|---|--|--|
| ЦА | Networking (власть, лидеры рынка) | Позиционирование, продвижение, возможность прямых продаж | Эксперты отрасли, имидж (принадлежность к группе лидеров) |
| Деловая программа Форума | Доклады (выступление в роли эксперта «лидер мнений», «основной источник информации»). Особенно важно – выступление в пленарном заседании. Возможность получить консолидированную информацию по регионам | Доклады (возможность выделиться – продвижение услуг/товаров) | Получение актуальной информации (докладчики, неформальное общение и пр.) |
| Неформальная программа Форума | Networking (власть, лидеры рынка), имидж - приветственные слова во время приемов | Позиционирование, продвижение, возможность прямых продаж | Неформальное общение, возможность уточнить детали информации, Networking |
| Выставочные возможности | Имидж и продвижение | Позиционирование, продвижение, возможность прямых продаж, Networking | Возможность получения информации (новинки, контакты) , продвижение своего продукта |
| Рекламно-информационные возможности | Имидж и продвижение (в частности количество и качество упоминаний в СМИ) | Имидж, позиционирование, продвижение – выход на широкую аудиторию (СМИ, рекламные кампании) | Имидж, позиционирование, продвижение – выход на широкую аудиторию (СМИ, рекламные кампании) – если решение принимает, например, маркетолог-аналитик, специалист по рекламе |
| Резолюция | Демонстрация инициативности, активности (имидж), непосредственное влияние на внешнюю среду, возможность непосредственного обращения к представителям власти (для ком организаций) | Демонстрация инициативности, активности (имидж), возможность создание более комфортных условий на рынке, возможность непосредственного обращения к представителям власти (для ком организаций) | Демонстрация личной инициативности, активности (имидж) |
| Product Placement | Имидж и продвижение | Имидж, позиционирование, продвижение – выход на широкую аудиторию (СМИ, рекламные кампании) | Имидж, позиционирование, продвижение – выход на широкую аудиторию (СМИ, рекламные кампании) – если решение принимает, например, маркетолог-аналитик, специалист по рекламе |



Conference Point - на пути к цели!

Цели и потребности наших клиентов могут быть разными, мы предлагаем множество решений для их реализации!

