



СЕМИНАР «НЕЦЕНОВЫЕ МЕТОДЫ СТИМУЛИРОВАНИЯ РОЗНИЧНЫХ ПРОДАЖ ТОПЛИВА»



2 МАРТА 2018г. МОСКВА
ОТЕЛЬ "АЭРОСТАР", ЛЕНИНГРАДСКИЙ ПРОСПЕКТ, д.37, КОРП. 9

Исследования показывают, что не более сорока процентов покупателей определяют свой выбор АЗС из-за низких цен.

Для остальных покупателей цена скорее выступает сигналлизатором качества топлива.

Научившись управлять привлечением и удержанием этих покупателей, сеть АЗС сможет увеличить свои объемы реализации и отвоевать значительную долю рынка у конкурентов.

СЕМИНАР содержит большое количество конкретных примеров и рекомендаций, охватывающих все этапы разработки и запуска сбытовых рекламных акций, использования современных технологий разработки программ лояльности, а также построения устойчивой модели привлечения покупателей от конкурентов.

МОДЕРАТОР: ЕВГЕНИЙ КОРОТИН - специалист с 20-летним стажем в области управления и сбытового маркетинга розничных сетей, в том числе в таких структурах, как ВР и Газпромнефть. Получил высшее образование по специальности маркетинг в голландском университете Inholland University.

Являясь автором нескольких уникальных методик по ценообразованию и сбытовой рекламной активности, Евгений руководит работой Центра Технологий Конкуренции, который помогает розничным сетям активно улучшать показатели розничных продаж.

ТЕМА 1. СТИМУЛЯЦИЯ ПРОДАЖ ТОПЛИВА С ПОМОЩЬЮ СБЫТОВЫХ РЕКЛАМНЫХ АКЦИЙ: СХЕМЫ, ТЕХНОЛОГИИ, БЮДЖЕТ

О ЧЕМ ПОЙДЕТ РЕЧЬ:

Мнение о том, что рекламные акции - это привилегия нетопливной розницы давно ушло в прошлое. Современный розничный маркетинг доказал высокую эффективность сбытовых рекламных акций в стимуляции продаж топлива на АЗС.

Как создать эффективную сбытовую акцию, как привлечь максимальное количество покупателей к участию в ней и высокие показатели окупаемости затрат?

Руководители розничных сетей и служб маркетинга узнают на этом семинаре об основных подходах при создании экономически эффективных рекламных акций, стимулирующих продажи топлива, и программ удержания лояльных клиентов, а также об эффекте на показатели розничных продаж при их применении.

КЛЮЧЕВЫЕ ВОПРОСЫ:

- Как провести сегментацию покупателей топлива на АЗС;
- В чем разница между рекламной акцией и дисконтом от величины покупки;
- Что такое схема акции и как ее создать, какие схемы акций интересны разным сегментам покупателей;
- Как гарантировать экономическую эффективность рекламной акции с помощью алгоритма оценки ее эффективности и спланировать оптимальный бюджет акции;
- Что такое программа удержания лояльных клиентов;
- Что такое схема программы лояльности и как ее создать, какие схемы акций интересны разным сегментам покупателей;
- Как применить полученные знания на практике (разработка рекламной акции для сети АЗС одного города РФ).

ТЕМА 2. РАЗРАБОТКА ПРОГРАММЫ ЛОЯЛЬНОСТИ ДЛЯ ПОКУПАТЕЛЕЙ: СХЕМЫ, ТЕХНОЛОГИИ, БЮДЖЕТ

О ЧЕМ ПОЙДЕТ РЕЧЬ:

Создание собственной карточной программы лояльности традиционно остается приоритетом розничных сетей в последние годы. Некоторые сети решили эту задачу с хорошим, а другие с более скромным результатом.

Как создать действительно успешную программу лояльности, которая снизит отток покупателей и приведет к увеличению продаж, какие существуют схемы программ и в какой бюджет обойдется их реализация?

Руководители розничных сетей и служб маркетинга узнают на этом семинаре об основных подходах при создании экономически эффективных программ удержания лояльных клиентов, а также получать ответы на основные вопросы по их разработке и запуску.

КЛЮЧЕВЫЕ ВОПРОСЫ:

- Как провести сегментацию покупателей топлива на АЗС;
- Что такое программа удержания лояльных клиентов;
- Что такое схема программы лояльности, какие схемы акций интересны разным сегментам покупателей;
- Как выбрать информационный носитель для реализации программы лояльности, всегда ли нужна пластиковая карта;
- Основные этапы разработки программы - от идеи до запуска;
- Как оценить экономическую эффективность программы лояльности.

РАСПИСАНИЕ:

8:30-09:00 Регистрация участников

и приветственный кофе-брейк

09:00-11:00 Работа первой секции семинара

11:00-11:15 Кофе-брейк

11:15-13.30 Работа второй секции семинара

13:30-14:30 Деловой обед

14:30-17:00 Работа третьей секции семинара

17:00-17:30 Фуршет

17:30-18:00 Специальный гость

18:00-18:30 Вопросы, вручение сертификатов
и окончание семинара.

КОЛИЧЕСТВО МЕСТ ОГРАНИЧЕНО

ПО ВОПРОСАМ УЧАСТИЯ: МИЛЕНА +7(915-224-55-55)

milena_a@mail.ru САЙТ: smg-sd.ru

ПРИСОЕДИНЯЙТЕСЬ И РАЗВИВАЙТЕСЬ! МЫ ЖДЁМ ВАС!