**План семинара-практикума**

**«Социальный бизнес: продажи, удержание клиентов, антикризисные меры»**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № | Наименование | Описание |
| ***Семинар-практикум «Социальный бизнес: техники продаж, удержание клиентов»*** |
| 1 | Представление 09.00 –09.15 | Презентация программы, бизнес–тренера Беляева А.Г.Предложение и разъяснение правил и плана семинара. |
| 2 | Тренинг,интерактивная лекция 09.15–10.20 | Упражнение «Цели на тренинг»Лекция: «Понятие социального предпринимательства. Направления СП: сферы деятельности. Целевые группы социальных предпринимателей в России. Сферы деятельности социальных предпринимателей в России.Определение «кризиса» и критериев. Модель жизненного цикла предприятия Л. Грейнера. |
| 3 | 10.20–10.35 | Кофе-брейк |
| 4 | Интерактивная лекция  10.35–11.55 | Упражнение: «Как мы управляем продажами - технология продаж»Лекция: «Тактика нападения, или стремление привлечь новых клиентов, и тактика защиты - удержание.«Концентрация ресурсов. Программы продвижения товаров и услуг. Оптимизация бизнес-процессов |
| 5 | 11–55-12–10 | Кофе-брейк |
| 6 | Упражнение12.10–12.50 | Упражнение: «Мозговой штурм» в группах по вопросам: «как привлечь новых и удержать имеющихся в базе клиентов.Презентация идей, инструментов групп друг другу. |
| 8 | Итоги семинара-практикума12.50–13.00 | Письменная и устная обратная связь по итогу семинара-практикума |
| 7 | 13.00-14.00 | Перерыв |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № | Наименование | Описание |
| ***Мастер-класс «Мало-бюджетный маркетинг»*** |
| 1 | Представление14–00 –14–15 | Презентация программы, бизнес–тренера Беляева А.Г.  Предложение и разъяснение правил и плана мастер-класса. |
| 2 | Тренинг,интерактивная лекция 14.15–15.20 | Упражнение «Цели на мастер-класс»Лекция: «Бесплатный и малобюджетный маркетинг - миф или реальность? Почему важно правильно планировать свой маркетинг и как это сделать? Клиенториентированность. |
| 3 | 15.20–15.35 | Кофе-брейк |
| 4 | Интерактивная лекция 15.35–16.55 | Лекция: "Фишки" для привлечения новых клиентов. Лекция: Концепции «шаги продаж», «воронка продаж» для планирования маркетинговых мероприятий и планирования продаж. «Формула увеличения продаж» = N–количество посетителей, SR конверсия – сколько из заинтересовавшихся купили, CC средний чекПлан маркетинговых задач. |
| 5 | 16–55-17–10 | Кофе-брейк |
| 6 | Упражнение 17.10–17.50 | Упражнение: «Мозговой штурм» в группах по каждому параметру «формулы продаж»:  N–количество посетителей, SR конверсия – сколько из заинтересовавшихся купили, CC средний чек.Подведение итогов «штурма» с распределением по факторам, влияющие на увеличение каждого параметра формулы продаж. Презентация идей, инструментов для других групп. |
| 7 | Итоги мастер-класса17.50–18.00 | Письменная и устная обратная связь по итогу семинара-практикума |