



За сильное предпринимательство в Кыргызстане



В этом выпуске Вестника:

№4/2018

- Новости
- Бизнесхаки для предпринимателей
- Анонс семинаров

Новости

Семинар по SMM

23-24.08.2018 прошел семинар по «Продвижению бизнеса в соц. сетях (SMM). Базовый курс», тренер Светлана Марголис. Участники семинара получили помимо теоретических азов, также и практические навыки продвижения своего продукта/услуги в социальном пространстве.

Канва бизнес-модели

6-7.09.2018 в рамках проекта по содействию развития предпринимательства в КНУ им. Ж. Баласагына был проведен тренинг по разработке бизнес-моделей. В семинаре приняли участие 17 студентов Кыргызско-Европейского Факультета.

В ходе семинара каждый студент разработал и представил собственную бизнес-модель. Авторы трех лучших презентаций получили в подарок швейцарский складной нож, как символ качества и постоянства.

Семинар провел консультант из Швейцарии Петар Митев.

В рамках нового проекта BPN планирует обучить несколько групп студентов, чтобы отобрать самых лучших для участия в данном проекте.

Закрытый семинар для членов ООП

8-9.10.2018 пройдет семинар на тему: «Рыночно-ориентированное управление предприятием» для членов ООП. Тренером выступает Тобиас Амман - владелец консалтинговой компании Brandoos AG, Швейцария. Слушатели семинара поймут, как направить свою стратегию на клиента и узнают, как изложить эту стратегию в конкретных маркетинговых планах и обращениях к клиенту.

Бизнесхаки для предпринимателя



1. В повседневной жизни каждый из нас ходит за покупками. Наверняка вы замечали, что в торговых центрах ценники показывают 490, 1190 сомов. Мы видим первую цифру и нам кажется, что товар не так уж и дорог, нам греет душу, что не 500 сомов, а 490. Однако маркетинговые исследования показывают, что если цена оканчивается на цифру 9, это ассоциируется со скидками и сигнализирует о снижении. В большинстве дорогих магазинах цены заканчивались на 0. А в магазинах с хорошим товарооборотом 63% цен заканчивались на 9.

2. Мозг человека работает так, что подсознательно ищет максимально выгодное предложение. Если вы презентуете товар, то обязательно должен быть выбор, чтобы можно было сравнить и сделать покупку. При презентации двух моделей чаще выберут ту, что дешевле. Поэтому намного эффективнее использовать «три коробочки» — прием, описанный Биллом Бишопом в книге «Как продать лобстера». Там он описывает, как владельцы кинотеатров в свое время резко повысили продажу попкорна. Раньше они продавались в больших и маленьких стаканах, и 80% оборота приходилось на маленькие. Тогда в ассортимент добавили мегастаканы емкостью в два раза больше. В сравнении с мегастаканами прежние большие уже таковыми не воспринимались, и их

доля выросла на 60%. Доля маленьких упала с 80% до 20% — ведь они стали восприниматься совсем маленькими.

3. Обещая много, мы можем заполучить клиента на одну покупку. Но что будет дальше? Сможем ли мы всегда выполнять обещанное?

Все же лучший вариант в долгосрочном плане — это превзойти ожидания клиента. Кроме того, так мы снижаем риски. К примеру, я говорю клиенту, что сошью шторы в течение 5 дней, но если у меня получается, то через 2-3 дня сообщая, что она уже готова — клиент будет просто доволен.

4. Карл Сьюэлл в своей гениальной книге «Клиенты на всю жизнь» говорил, что клиентов нужно любить с выгодой для себя. Самый простой вариант расчета — это прикинуть три числа:

- сколько раз в течение года клиент будет покупать у вас (А);

- каким будет средний чек (Б);

- сколько лет клиент будет покупать у вас (В). Покупатели склонны доверять тому магазину, где уже что-то приобретали, и возвращаться в него вновь!

5. Непрерывное бизнес обучение является залогом успеха. Вам стоит только начать, как сказал Уинстон Черчилль: «Самое важное в образовании — это аппетит».

Семинар «Все виды проверок в бизнесе»

24-25 октября 2018 г.



Как подготовиться, и что нужно знать предпринимателю о проверках. Какие правовые основания существуют для проведения проверок? Какие права предпринимателя гарантированы законом?

Тренер: Владимир Плужник, Кыргызстан.

Семинар «Мастер-класс по маркетингу»

1-2 ноября 2018г.



Определение продукта, цены, продвижения, месторасположения, персонала, процессов с помощью акцента на маркетинговые коммуникации, Digital и CRM. Исследование рынка и понимание нужд клиента.

Тренер: Маркус Крамер, Швейцария