



**Специальность: 080507.00 «МЕНЕДЖМЕНТ ОРГАНИЗАЦИИ»
УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЕМ**

Курс профессиональной подготовки:

Профи-Wellness

**Семинар: «Технологическая карта создания
маркетинговой службы компании »**



Термины и определения

Маркетинг – вид человеческой деятельности, направленной на удовлетворение нужд и потребностей посредством обмена.

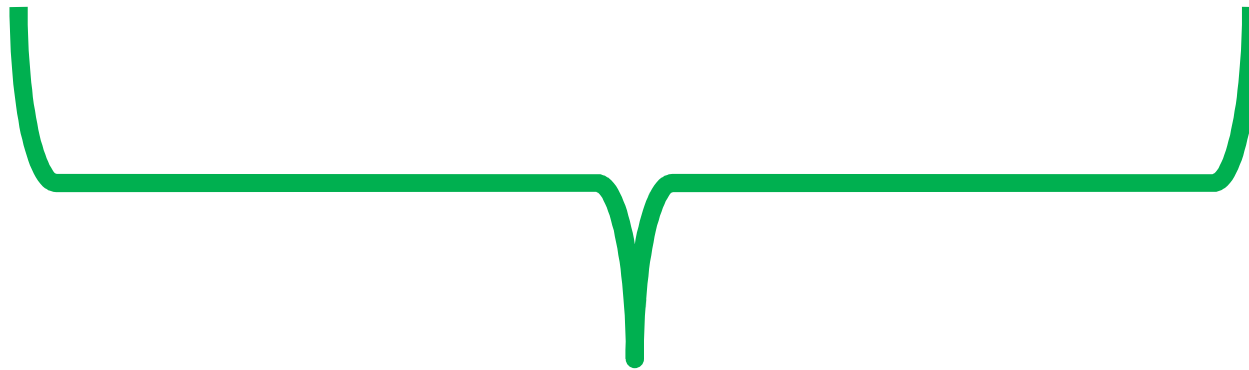
Ф.Котлер



Воронка продаж (sales pipeline) –
это специальный термин, обозначающий установленный
процесс продаж.

КЛИЕНТ (от лат. *cliens*) — лицо,
пользующееся услугами
учреждения, организации,
предприятия.

Экономический словарь, 2007



**КЛИЕНТ
ТОТ КОГО
ВЫ
заинтересовали**



МАТРИЦА МОТИВАЦИИ КЛИЕНТА В СФЕРЕ ПЕРСОНАЛЬНЫХ УСЛУГ (ВЭЛНЕСС)



РЕШЕНИЕ

Выбор и ведение определенного стиля жизни

Желание поддерживать традиции, принадлежность к определенному кругу, хобби, физическое благополучие

ЖЕЛАНИЕ

Стремление к удовольствию и релаксации

Желание повторения приятных ощущений, переживаний, состояний

Основные мотивы
КЛИЕНТА

Wellness

НАМЕРЕНИЕ

Необходимость восстановления

Желание устранить косметические дефекты, физический дискомфорт, нервное напряжение

НАБЛЮДЕНИЕ

Поиск возможных впечатлений, развлечений, удовольствий

Желание получить новый опыт, попробовать изменить себя

Вороночные продукты:

**Канальные
продукты
(услуги):**



Технологии

- разработки индивидуальных критериев успешности исходя из локации

Маркетинг и реклама

- проработка идеологии рекламных компаний в эмоциональной соответствии с мотивацией основного потока клиентов

Успешность компании

- подготовке персонала к «имиджевым продажам» на всех уровнях и стадиях оказания услуг (сверхсрочное обучение стандартам компании в отношении клиентов)

Компетентность

- формирования критериев результативности акций и мероприятий (ТЗ и брифы) и экономической целесообразности дисконтных программ

Рынок



Технологии

- Авторский (Центр Дикуля и т.п.)

Маркетинг и реклама

- Национально – территориальный (турецкая баня, Карловы вары)
- Эколого-духовный (нью-эйдж) (Йога-центр, центр цветотерапии, ароматерапии и проч.)

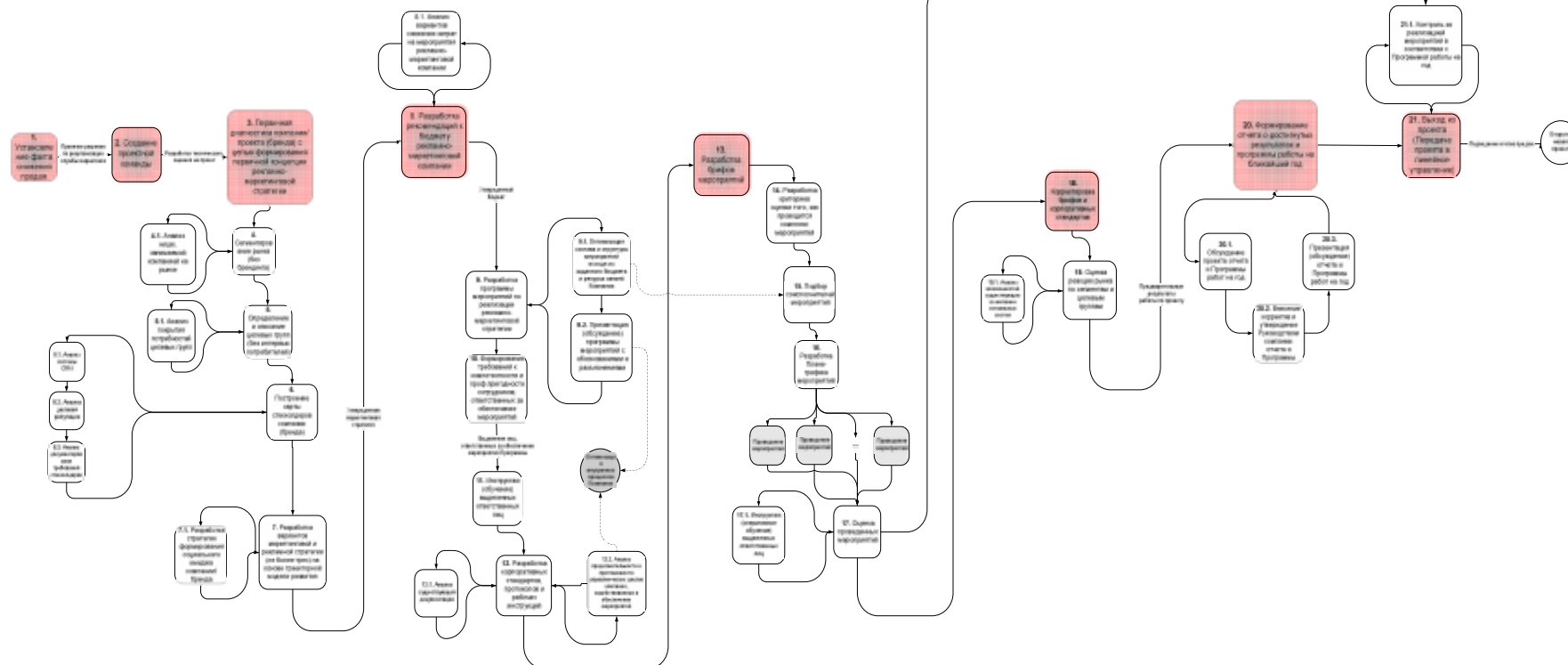
Стилистика
организации

- Медико-технологический (Институт красоты, клиника эстетической медицины)
- Научно-футуристический (Стволовые клетки, «Технологии омоложения» и т.п.)

Компетентность

- Брендовый (СПА марки «Эсте Лаудер», СПА гостиницы)

Рынок



Перерыв



www.ismss.ru