Moscow
Business School
Leadership Energy

Маркетинг и продажи как единая система

Формат обучения: Очно | Онлайн

Срок обучения: 2 дня

Время проведения: ежедневно с 10:00 до 17:30

Дата начала: 04.12.2025

Выдаваемые документы: Удостоверение о повышении квалификации или Сертификат Moscow Business School

Программа обучения

День 1

Единая система маркетинга и продаж

- Роль маркетинга в бизнесе
- Стратегия маркетинга: структура и элементы
- Создание ценности продукта для потребителя как ключевая цель маркетинга
- Бизнес-процессы продаж. Слияние воронок коммуникации и продаж
- Алгоритм создания стратегии продаж

«Кто наши клиенты и где они водятся?». Выявление и сегментирование целевой аудитории

- Целевые клиенты: как понять кому нужен наш продукт
- Как быстро выявить ядро целевой аудитории?
- Разные целевые аудитории — разные стратегии маркетинга и продаж
- Таргетинг в рекламе: как это работает на привлечение целевых клиентов
- Работа с клиентскими сегментами в CRM

Практикумы:

- Кейс «Пошаговый алгоритм сегментирования целевой аудитории»
- Кейс «Ключевые вопросы на выявление ядра целевой аудитории»

Позиционирование и отстройка от конкурентов

- Позиционирование: что это и в чем отличие от УТП
- Маркетинговая «упаковка» продукта
- Выявление УТП на уровне компании и на уровне продукта. Пошаговый алгоритм

Практикум «Разработка позиционирования по шагам»

День 2

«Научить продавать». Создание Книги продаж

- Что такое Книга продаж и для чего она нужна?
- Структура Книги продаж и как ее нужно использовать?
- Продающие аргументы
- Инструменты маркетинга для разных уровней воронки продаж

«Где продвигать?». Продвижение и каналы продаж

- Функции рекламы для продаж
- Путь клиента CJM: каналы коммуникаций и продаж, устранение узких мест
- Выбор эффективных каналов продвижения
- «Имиджевая» реклама и в каких случаях она нужна

Практикум «Создание Customer Journey Map»

Оценка эффективности маркетинга и продаж

- ROMI — возврат на маркетинговые инвестиции
- CPA, CPC, CPL, CPO. Стоимость контакта, лида, клиента, покупки и т.д.
- Основные показатели эффективности интернет-рекламы
- LTV — пожизненная ценность клиента

- CRR, Churn Rate. Коэффициенты удержания и оттока клиентов

Практикум «Расчеты метрик эффективности интернет рекламы»