
**«Аудит десяти
стоматологических
клиник»**

г.Красноярск март 2015г.

Бюро проектирования
Кирилла Столярова

Введение

В этом документе представлен отчёт о результатах проведённого нами дистанционного аудита красноярских стоматологических клиник.

Данный отчёт будет полезен руководителям и собственникам стоматологических клиник вошедших в нашу выборку. И послужит инструментом для разработки стратегического маркетинг-плана и отстройки от конкурентов. Всё это поможет клинике выбрать правильное направление в развитии и создании клиентоориентированного бизнеса.

В этом отчёте вы найдёте более 30 критериев оценки вашего бизнеса и бизнеса ваших конкурентов, а так же комментарии и выводы.

Просим отнестись к данному отчёту, как к объективному анализу деятельности вашей компании.

После ознакомления с отчётом, вам необходимо связаться с нами, чтобы получить дополнительные комментарии и консультацию.

Консультация бесплатная, проводится только по предварительной записи, ни к чему вас не обязывает и займет, примерно, час.

Важно. В сфере стоматологических услуг, мы будем сотрудничать только с одной клиникой. Другими словами, если мы с вами договариваемся о сотрудничестве, мы не консультируем ваших конкурентов.

Обратите внимание. Предложение действительно только для первых 5 позвонивших. Поэтому позвоните нам прямо сейчас, чтобы записаться на консультацию, либо просто отправьте ответ на это письмо с пометкой «Запись на консультацию» и мы вам сами перезвоним.

Неразглашение конфиденциальной информации гарантируем

Анализ рынка стоматологических клиник

По проведенным исследованиям в г.Красноярске, рынок качественных стоматологических услуг плотно насыщен стандартными услугами. В то же время за годы работы в стоматологических клиниках города и края, на рынке наблюдается постоянный недостаток отдельных мини-стоматологических клиник с высоким сервисом обслуживания и приемлемыми ценами.

К сожалению, качество выполняемых работ и уровень цен, а так же уровень культуры обслуживания многих из них оставляет желать лучшего.

Клиники и стоматологические кабинеты зарекомендовавшие себя с лучшей стороны, как организации оказывающие качественные услуги по приемлемым ценам можно пересчитать по пальцам.

Основные проблемы, с которыми сталкиваются при организации бизнес процессов – это налаживание доверительных отношений с клиентами. Для этого необходимо работать над улучшением качества обслуживания и установления дружеских отношений с клиентами.

Портрет потребителя стоматологических услуг

Общие параметры

Тип клиента:	Частое лицо
География:	г.Красноярск
Главный фактор при принятии решения о покупке (в порядке значимости):	1. Качество 2. Цена 3. Удобство (место расположение, время работы) 4. Сервис
Как часто пользуются услугами стоматологов:	По необходимости
Какую потребность удовлетворяет услуга?	1. Красота 2. Здоровье 3. Отсутствие боли

Частное лицо

Возраст (доля в процентах)	1. 1-6 лет. – 3% 2. 7-16 лет. – 15% 3. 17-28 лет. – 25% 4. 29-45 лет. – 30% 5. 46-60 лет. – 20% 6. Старше 60 лет. – 7%
Пол:	Мужской / Женский
Уровень дохода:	Средний и Высокий
Социальное положение:	Руководитель, Владелец, Специалист, Служащий, Рабочий, Студен, Школьник

Портрет клиента

Исследуя рынок в данной сфере, можно сделать вывод, что основными клиентами стоматологических клиник, это люди со средним и выше среднего видом заработка, физические и юридические лица (предприниматели малого бизнеса, офис-менеджеры и др.), а так же дети, чьи родители заботятся о здоровье и красоте своих чад.

В медицинских услугах клиент не совсем обычный покупатель. В стоматологической клинике клиент не только должен правильно представить результат, но и участвовать в его реализации – психоэмоционально и физически. Он должен с самого начала знать: что ему будут делать, в какой

последовательности, какими материалами и методиками, какие возможны осложнения, какими критериями качества он может руководствоваться и т.д.

Сезонность

Особенности данного бизнеса в том, что он практически не имеет сезонности. Хотя, в тот или иной период времени, спрос на определенные услуги повышается, а на другие снижается, что приводит к выравниванию объема продаж.

Объем рынка стоматологических услуг

Количество жителей г.Красноярска на 1 января 2012г. составляет 998082 человек, а на 1 июня 2012г. уже 1 миллион 3,9 тыс. человек. Что в среднем приходится по 4327 человека на клинику.

Из 4302 человек

По данным Красноярскстата доля мужчин составляла:

47%, женщин – 53%

Численность детей и подростков до 15 лет включительно

составила 14,9%

Численность лиц пенсионного возраста *составляет 18,1%*

Численность безработных составляет примерно *0,8%*.

Анализ конкурентов

Общее количество компания в г.Красноярске составляет более **200 компаний** (согласно данным портала **2gis.ru**), которые официально зарегистрированы и работают по лицензии.

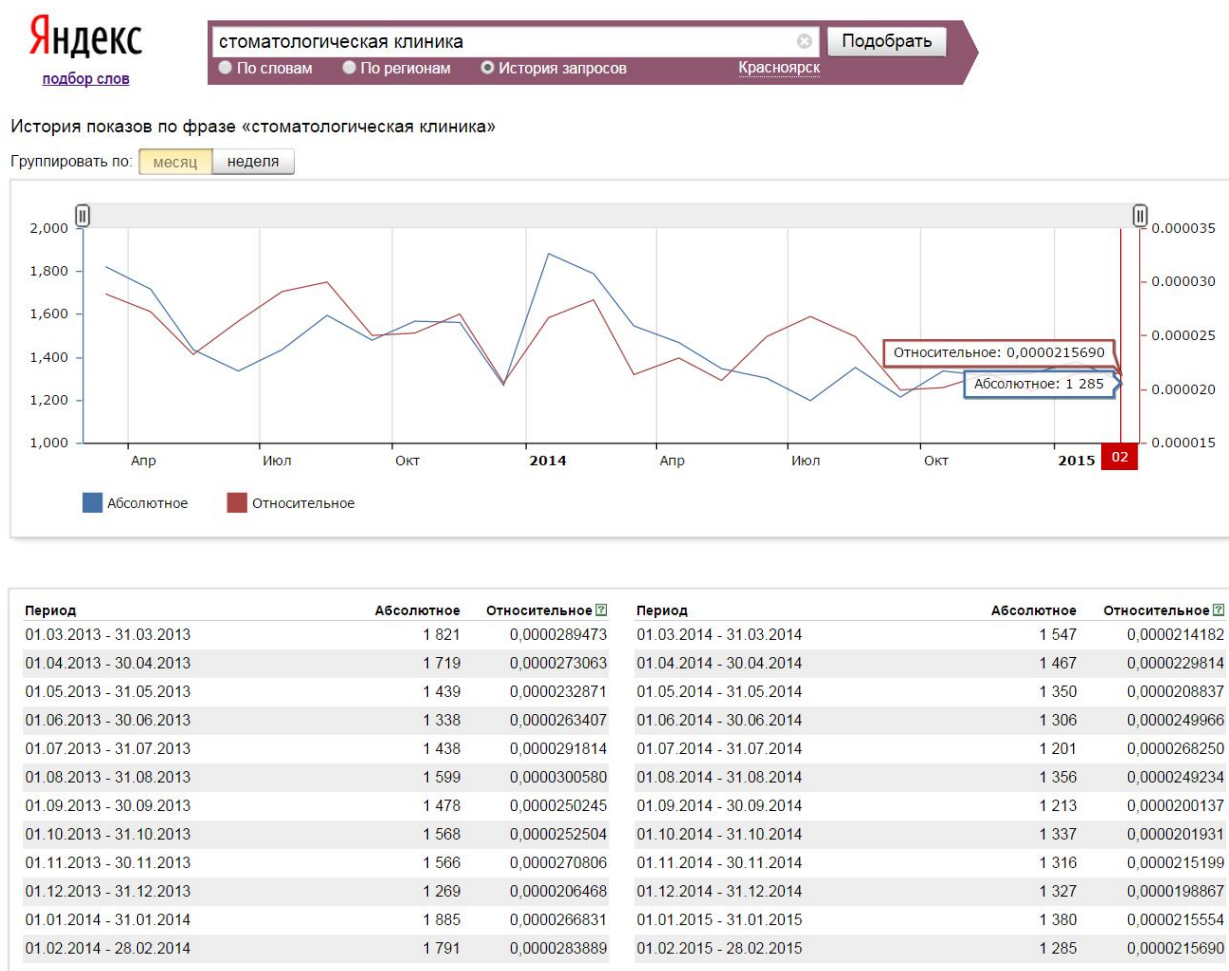
Из этого числа компаний, было выбрано 10 клиник, чтобы провести аудит и выявить основные ошибки в системе маркетинга и продаж.

Для более детального анализа рынка и конкурентов в целом, необходимо постоянно проводить мониторинг, делать опросы потенциальных клиентов, проверять все возможные средства информации на предмет рекламы

конкурирующих компаний, а так же делать наблюдения за обновления на сайте конкурентов.

Интернет исследования через поисковую систему Яндекс

График 1 – Количество запросов стало на 15% меньше



На основании данного графика мы видим, что спрос упал в среднем на 15% по сравнению с прошлым годом.

Статистика запросов по фразам:

- «стоматологические клиники» - 1 421 запросов.
- «отбеливание зубов» - 664 запрос.
- «отбеливание зубов цена» - 75 запросов.
- «лечение зубов» - 1 146 запроса.
- «лечение зубов цена» - 61 запроса.

Предисловие к таблице

В этой таблице более 30 критериев оценки системы маркетинга и продаж десяти стоматологических клиник города Красноярска, по направлениям:

1. Интернет-маркетинг;
2. Клиенториентированность;
3. Сервис и обслуживание;
4. Позиционирование.

Дистанционный аудит проводился на основании открытых источников информации (сайтов, социальных сетей, информационных справочников) и телемаркетинга (обзвон клиник).

Примечание. Для удобства восприятия отчёта, рекомендуемого распечатать его на принтере.

Наименование клиник	Зубoff	Артиста	ЗубНик	Стомалюкс	Нормодент- Сибирь	HomeDent	Аюрдантэ	Дент Арт	Стоматология на Алексева	Сан-Дент
Адрес	Красраб, 62; Свободный, 28а	Молокова, 64	Мате Залки, 29; Мате Залки, 19	Ладо Кецховели, 40; Менжинского, 10д	Парижской Коммуны, 14	Водопьянова , 13	Ястынская, 3	Ленина, 129	Алексева, 22	Дубровинско о, 82; 9 Мая, 28; Матросова, 11
Телефон	262-35-40; 219-99-02; 298-00-08; 298-10-64	277-09-09	8-800-250-29-1 9; 251-73-65; 251-55-33	298-39-05; 202-28-66; 246-00-76; +7-923-770-39 -86; 298-42-77; 240-27-57	223-60-20; 223-60-10	277-20-55	223-88-87	211-88-66; 215-28-77	2-050-838	227-45-09; 220-47-05; 253-21-19; 236-48-77
Эл. почта	sputnikzuboff @gmail.com; m.a.p.zuboff@ mail.ru	artistadent @mail.ru	zubnik24@mail.r u	stomalux4@yan dex.ru; stomalux21@kr asmail.ru	normodent- sibir@mail.ru	homedent.krs k@yandex.ru	aurdante@mail.ru	dentart@mail .ru	rudenko.dan@y andex.ru	san- dent@yandex.r u
Позиционирование (клиника, кабинет, центр и др.)	Клиника	Не понятно	Профессорская	Клиника	Клиника	Клиника	Клиника	Клиника	Не определена	Клиника
Линия расположения клиники	пр. Красноярский рабочий, 62 - на первой линии. Свободный проспект, 28а - на первой линии.	ул.Молоко ва 64 - не первая линия.	ул. Мате Залки, дом 19 - во дворе (не первая линия) / ул. Мате Залки, дом 29 во дворе (не первая линия)	Л.Кецховели, 40 - на первой линии. / Менжинского, 10д. - на первой линии, но не главной дороги.	ул. Парижской Коммуны, 14 - на первой линии.	ул. Судостроите льная 66 - на первой линии / ул. Водопьянова 13 - на первой линии	Далеко от центральной дороги	ул. Ленина, 129 - первая линия в центре города.	ул. Алексева д.22 - на первой линии	ул. Дубровинског о, 82 - первая линия
Позиция в информационных справочниках	В 2gis - 13 место	В 2gis - 4 место	В 2gis - 3 место	В 2gis - 5 место	В 2gis - 6 место	В 2gis - 7 место	В 2gis - 8 место	В 2gis - 9 место	В 2gis - 11 место	В 2gis - 12 место

Наличие разговорного скрипта и соблюдение правил этикета	Есть. Я попросил перезвонить через 1,5 часа. Перезвонили!	Есть. Правила этике соблюдены. Но нет выяснения потребностей и срочности.	Есть. Правила этике соблюдены. Но нет выяснения потребностей и срочности.	Выяснение потребностей нет. Нет открытых вопросов.	Выяснение потребностей нет. Нет открытых вопросов.	Есть. Правила этике соблюдены. Но нет выяснения потребностей и срочности.	Выяснение потребностей нет. Нет открытых вопросов.	Выяснение потребностей нет. Нет открытых вопросов.	Выяснение потребностей нет. Нет открытых вопросов.	Выяснение потребностей нет. Нет открытых вопросов.
Аудит при входящем звонке	Сбор контактов ведется (ФИО, Дата рождения, телефон) Трубку первым положил админ. Телефон не высвечивается.	Сбор контактов ведется (ФИО и Телефон). P.S. Трубку первым положил админ. Телефон не высвечивается.	Сбор контактов ведется (ФИО и Телефон). P.S. Трубку первым положил админ. Телефон высвечивается!	Сбор контактов ведется (ФИО и Телефон). P.S. Трубку первым положил админ. Телефон не высвечивается!	Сбор контактов ведется (ФИО и Телефон). P.S. Трубку первым положил админ. Телефон не высвечивается!	Сбор контактов ведется (ФИО, Дата рождения и Телефон). P.S. Трубку первым положил админ. Телефон высвечивается!	Сбор контактов ведется (Фамилия, Телефон). P.S. Трубку первым положил админ. Админ не представился. Телефон высвечивается!	Сбор контактов ведется (Фамилия, Телефон). P.S. Трубку первым положил админ. Админ не представился. Телефон не высвечивается!	Сбор контактов ведется (Фамилия, Телефон). P.S. Трубку первым положил админ. Админ не представился. Телефон не высвечивается! Есть автоответчик!	Сбор контактов ведется (Фамилия, Телефон). P.S. Трубку первым положил админ. Админ не представился. Телефон не высвечивается!
Фронтенд продукт	Бесплатная консультация и осмотр врача.	Бесплатная консультация и осмотр врача.	Консультация 100р.	Консультация 500р.	Консультация 110р.	Консультация бесплатно.	Консультация бесплатно.	Консультация бесплатно.	Консультация 300р.	Консультация 253р.
Ассортимент продуктов разбит по ценовым категориям	Нет	Есть разница в цене в зависимости от используемых материалов	Есть разница в цене в зависимости от используемых материалов	Нет	Нет	Нет	Есть разница в цене в зависимости от используемых материалов. Но на сайте об этом информации нет	Нет	Нет	Не определен

В ассортименте есть продукты разбитые по спецпредложениям	Страница скидок пустая	Нет	Нет	Нет	Нет	Есть дисконтные карты разбитые на три типа.	Нет	Два вида дисконтных карт.	Нет	Нет
Присутствие в социальных сетях	http://vk.com/zybofff https://twitter.com/_zybofff https://www.facebook.com/zybofff	http://vk.com/club75528860 - есть группа, но на сайте об это не слова.	Нет	Нет	http://vk.com/club71330492 - группа заброшена	F: 335609623189289; V: homedent24; T: @homedent_	Нет	Нет	Нет	Нет
Количество участников группы	Миним.	Миним.	Нет	Нет	Нет	Миним.	Нет	Нет	Нет	Нет
Сайт	www.zyboff.ru	www.artist24.ru	www.zubnik32.ru	www.stomalux.ru	www.normodent.ru	homedent24.ru	аюрдантэ.рф	дентарт24.рф	www.stom-na-alekseeva.ru	www.sandent.ru
На сайте есть акции и рекламные материалы соответствующие формуле рекламы ОДП	Акции составлены не по формуле и присутствуют только на главной странице	Акции отсутствуют	Акции присутствуют. Но не используется формула ОДП	Есть скидки, но нет акций составленных по формуле ОДП	Акции отсутствуют	Присутствуют, но не попадают в первый экран	На первом экране присутствует сообщение об имеющейся акции, но способ его представления не способствует восприятию. Описание акции отсутствует, что делает бесполезным сообщение о ней. Отсутствует дедлайн и призыв к действию.	Имеется сообщение о проходящей акции, но оно перекрывается окном консультанта, как следствие, абсолютно бесполезно, так как остаётся незамеченным. Все акции имеют слишком большой дедлайн.	На первом экране присутствует анимированное сообщение об имеющейся акции. На странице с описанием акции, описание отсутствует, что делает бесполезным сообщение о ней. Не используется формула ОДП	Акции отсутствуют

<p>На сайте имеется информация о продуктах и их стоимости</p>	<p>Есть описание услуг. Цены не показаны.</p>	<p>Есть описание услуг. Цены не показаны.</p>	<p>Есть описание услуг. Цены показаны.</p>	<p>Есть описание услуг. Цены показаны.</p>	<p>Есть описание услуг. Цены показаны.</p>	<p>Только описание услуг.</p>	<p>Есть, но оформление не способствует изучению и препятствует восприятию — текст выровнен по центру, излишне большое межстрочное расстояние, отсутствует визуальная связь между услугой и её стоимостью, из-за отсутствия обозначения валюты отсутствует ощущение ценности</p>	<p>Есть описание услуг. Цены не показаны.</p>	<p>Наименования услуг и цены представлены. Описание услуг есть, но способ представления информации не способствует её изучению и восприятию — текст не поделен по смыслу на параграфы, стандартный межстрочный интервал. Привью-изображения услуг на главной странице не кликабельны, что затрудняет переход на страницу с описанием услуг и создаёт ощущение, что таких страниц нет.</p>	
<p>Среднемесячная показатели сайта</p>	<p>Посетителей: 3 298 Просмотров: 13 200</p>	<p>Нет данных</p>	<p>Нет данных</p>	<p>Посетителей: 89 Просмотров: 36</p>	<p>Посетителей: 4 421 Просмотров: 17 670</p>	<p>Посетителей : 673 Просмотров: 2937</p>	<p>Нет данных</p>	<p>Посетителей : 15 Просмотров: 7</p>	<p>Нет данных</p>	

<p>Наличие на сайте карточек врачей</p>	<p>Присутствует.</p>	<p>Карточек нет. Есть общее описание списка врачей.</p>	<p>Карточки нет, но в описании услуг есть фото и краткое описание врача.</p>	<p>Есть страница с фото и описанием квалификации всех специалистов</p>	<p>Карточек нет. Есть общее описание списка врачей.</p>	<p>Есть, в разделе «Сотрудники». Но, из-за большого количества изображений с высоким разрешением, раздел долго открывается, медленно работает, приводит к аварийному закрытию браузера на мобильных устройствах со средними техническими характеристиками</p>	<p>Отсутствуют.</p>	<p>Есть фотографии, но отсутствует самое важное для знакомства и повторных записей — имена, фамилии, квалификации и. Из-за отсутствия свидетельств, лицензий и сертификатов, степень доверия посетителя остаётся низкой.</p>	<p>Отсутствуют.</p>	
<p>Наличие на сайте отзывов</p>	<p>Присутствует.</p>	<p>Отзывов нет.</p>	<p>Присутствуют (видны на главной странице).</p>	<p>Есть, но не на гл. стр. Способ представления не способствует изучению и восприятию, отсутствуют фотографии авторов</p>	<p>Есть. Только текстовые и все старые 2013г.</p>	<p>Есть. Но их способ представления не способствует изучению и восприятию — маленький размер шрифта, стандартный межстрочное расстояние, отсутствуют фотографии авторов</p>	<p>Отсутствуют.</p>	<p>Есть один отзыв искренность и правдивость которого не вызывает сомнений</p>	<p>Есть. Но их способ представления не способствует ознакомлению — жирное начертание шрифта, стандартный межстрочное расстояние. отсутствуют фотографии авторов.</p>	

Отзывы в формате (видео, текст+картинка, флам, др.)	Только текстовые. Но нет отзывов в карточке врача.	Нет	Текстовые и видео	Текст	Текст	Текст	Нет	Текст	Текст	
Форма обратной связи	Присутствует.	Присутствует.	Присутствует	Отсутствует.	Присутствует	Кнопка «Записаться на приём» на первом экране, кнопка «Оставить вопрос» не попадает в первый экран и отсутствует на странице с отзывами — заменена на ссылку.	Есть.	Есть.	Форма обратной связи реализована на базе стороннего сервиса. Форма предлагает записаться, но не сообщает на какую процедуру или к какому врачу. Форма записи подразумевает отправку заявки в любое время суток и дальнейшее её подтверждение, а не общение с консультантом в реальном времени.	Есть.
На сколько удобна и проста форма обратной связи	Большая и неудобная. Много лишних полей.	Удобная форма. Хотя есть одно лишнее поле.	Форма записаться удобная, но есть лишнее поле капч. А вот форма обратной связи (внизу сайта) не очень удобная. Есть лишние поля, а поле "сообщение"	В форма записи на приём, все поля обязательные для заполнения. Если у посетителя нет эл. почты — он не сможет записаться на приём.	Большая и неудобная. Много лишних полей.	Оформление формы записи на приём не исключает ошибок со стороны пользователя — подписи к полям выровнены по правому	Сама форма не вызывает нареканий, но её работа не совсем корректна по отношению к пользователю — после заполнения всех полей и нажатия кнопки, уведомление об	Оформление не исключает ошибок со стороны пользователя — поля маленького размера, подписи над полями, а не слева.	Как форма заявки — абсолютно неудовлетворительно. Как текстовый чат — вполне.	Форма не имеет поля для ввода номера телефона, только e-mail. Есть капч.

			слишком маленькое			краю, маленький размер шрифта, цвет шрифта серый, написан на сером фоне. У формы есть два обязательных поля, хотя обязательными помечены все. Форма отправки отзыва, нареканий не вызывает.	отправки выводится в непредсказуемом для пользователя месте. Оформление текста уведомления серым цветом на фоне серого, не оставляет шансов на прочтение.	Подпись «Введите код, изображенный на картинке», маркированная звездочкой, вызывает ощущение, что код надо ввести и в поле «Имя» и в поле «Текст», так как нет разъяснения, что звездочкой маркированы обязательные элементы формы. Сообщение «Внимание! Отправленное сообщение появится только после проверки администратором сайта!» создаёт ощущение, что ответ будет не быстрым.		
Консультант на сайте	Отсутствует	Присутствует	Отсутствует	Отсутствует.	Отсутствует.	Отсутствует.	Отсутствует.	Присутствует, но не на связи.	Присутствует	Отсутствует.
Виджет–захватчик	Отсутствует	Отсутствует.	Отсутствует	Отсутствует.	Отсутствует.	Отсутствует.	Отсутствует.	Отсутствует.	Отсутствует.	Отсутствует.

Время ответа на запрос с сайта	Обещали за 30 минут. Перезвонили через 60 минут.	Запрос отправлен в 13.30. Перезвонили в 13.52	Запрос отправлен в 13.38 Перезвонили в 14.25.	Запрос отправлен в 16.00. Перезвонили в ____ (пришел ответ на e-mail: "Извините , но письмо нечитаемо")	Нет данных	Запрос отправлен в 16.26 Перезвонили в 16.30	Запрос отправлен в 17.20 (поле для ввода номера телефона - отсутствовал).	Запрос отправлен в 17.28	Запрос отправлен в 18.03	Запрос отправлен в 18.11
Ведется ли сбор контактов на сайте за вознаграждение	Нет	Нет	Нет	Нет.	Нет	Нет.	Нет.	Нет.	Нет.	Нет.
Наличие уникального предложения и его описания на сайте	Есть 5 спецпредложений, но только на главной странице сайте в блоке слайдер. Но нет отдельных страниц с дополнительным описанием.	Спецпредложений нет.	Есть.	Нет.	Нет.	Есть — установка имплантанта за 18 000 рублей/ протезирование за 12 000. Но при нажатии на баннер, открывается несуществующая страница.	Нет.	Предложение воспользоваться услугами в рассрочку. Но это предложение не попадает в первый экран, как следствие, остаётся незамеченным.	Нет.	Нет.
Подарок вместо попытки продать	Нет	Нет	Нет.	Нет.	Нет.	Нет.	Нет.	Нет.	Нет.	Нет.

Призыв к главному действию (позвонить, заказать звонок, записаться на консультацию)	Есть только один призывы в левом нижнем углу. Присоединяйся в соц. сети.	Есть призыв: "Записаться на прием" и "Задать вопрос"	"Записаться на прием" и "Отправить сообщение"	Нет.	"Записаться на прием" Но нет в г.Красноярске	Есть "Записаться на прием". Но из-за массивного центрального баннера на каждой стр. и «шапки», кнопка с призывом не попадает в один экран с той информацией, которая может послужить поводом для её нажатия.	Нет.	Нет.	Нет.	Нет.
Удержание внимания посетителя на главном	Да	Нет	Да	Нет.		Нет.	Нет.	Нет.	Нет.	Нет.
Информация о географическом происхождении компании	Нет	Нет	Да	Нет.		Нет.	Нет.	Есть.	Нет.	Есть
Предложение избежать потерь, вместо рекламы продукта	Нет	Нет	Да	Нет.		Нет.	Нет.	Нет.	Нет.	Нет.

Продающий текст в описании продуктов	Да	Нет	Да	Нет.		Нет.	Нет. Оформление имеющегося текста препятствует его прочтению и восприятию — текст выровнен по-центру, стандартное межстрочное расстояние, наличие пунктуационных ошибок.	Нет. Большое количество текста не имеющего ценности и пользы для посетителя. Оформление текста не способствует его изучению, а объём желанию изучать.	Нет. Большое количество текста не имеющего ценности и пользы для посетителя. Оформление и объём не способствуют чтению и восприятию.	Нет.
Ценовые иллюзии, вместо конкретных цен	Нет	Нет	Нет	Нет.		Нет.	Нет.	Нет.	Нет.	Нет.
Благодарность и вознаграждение за посещение сайта	Нет	Нет	Нет	Нет.		Нет.	Нет.	Нет.	Нет.	Нет.
Позиция в Яндексе по запросу «стоматолог + Красноярск»	11 http://zyboff.ru/	26 http://artista24.ru/	39 http://zubnik32.com/	12 http://stomalux.ru/specialists/		48 homedent24.ru	Отсутствует в первых 50	Отсутствует в первых 50	Отсутствует в первых 50	Отсутствует в первых 50
Позиция в Гугле по запросу «стоматолог + Красноярск»	5 http://zyboff.ru/	50 http://artista24.ru/	11 http://zubnik32.com/	23 http://stomalux.ru/specialists/		25 homedent24.ru	Отсутствует в первых 50	Отсутствует в первых 50	Отсутствует в первых 50	Отсутствует в первых 50

О нас

С 2009 года Бюро проектирования Кирилла Столярова помогаем клиентам организовать порядок, реализовать идеи, решить бизнес-задачи, создать и запустить продукт. Мы делаем это наиболее подходящим способом, что позволяет достигнуть цели точно в срок, затратив минимум ресурсов. В отношениях с клиентами, мы следуем принципам пользы, честности и открытости. Мы знаем, что польза — единственное, за что люди готовы платить, правда — единственная верная стратегия переговоров, открытость — единственное, что способно завоевать доверие.

Клиенты



Сибирское
агентство
недвижимости

ЛЕСНОЕ
Загородный посёлок

СИБИРСКАЯ СЛУЖБА СЕРВИСА
профессиональные клининговые услуги

ЦентрОбувь®

GIPFEL
ACCESSORY

ИНГОССТРАХ
Ingosstrakh

Кейсы в консалтинге

Услуги рекламного агентства		Служба доставки готовых обедов		Розничная торговля джинсами		Розничная торговля обувью	
Что было?		Что было?		Что было?		Что было?	
Среднее количество клиентов в месяц: 10		Среднее количество клиентов в месяц: 150		Среднее количество клиентов в месяц: 350		Среднее количество клиентов в месяц: 390	
Объем продаж: 52.000р.		Объем продаж: 45.000р.		Объем продаж: 700.000р.		Объем продаж: 850.000р.	
Чистая прибыль: 23.000р.		Чистая прибыль: 15.000р.		Чистая прибыль: 150.000р.		Чистая прибыль: 190.000р.	
Что стало?	Рост в %	Что стало?	Рост в %	Что стало?	Рост в %	Что стало?	Рост в %
Среднее количество клиентов в месяц: 22	+120%	Среднее количество клиентов в месяц: 260	+73%	Среднее количество клиентов в месяц: 420	+20%	Среднее количество клиентов в месяц: 475	+22%
Объем продаж: 170.000р.	+227%	Объем продаж: 104.000р.	+131%	Объем продаж: 1050000р.	+50%	Объем продаж: 1200000р.	+41%
Чистая прибыль: 55.000р.	+139%	Чистая прибыль: 43.000р.	+186%	Чистая прибыль: 250.000р.	+67%	Чистая прибыль: 270.000р.	+42%
Период реализации		Период реализации		Период реализации		Период реализации	
2 месяца		2 месяца		3 месяца		3 месяца	
Стоимость консалтинга		Стоимость консалтинга		Стоимость консалтинга		Стоимость консалтинга	
19.000р. в месяц		14.000р. в месяц		32.000р. в месяц		35.000р. в месяц	

ОТЗЫВЫ КЛИЕНТОВ

Андрей 2-800-170 (29ah@mail.ru) 22 декабря, 07:43

Я фрилансер. Продаю строительные услуги и сопутствующие материалы. Узнал о тренинге «17 способов увеличить продажи в кризис» из социальной сети вконтакте. Очень понравилась информация по технологии прямых продаж и реклама в интернете. Тренинг оцениваю на 5.

Крючкова Татьяна 89233200261 22 декабря, 07:43

Я организационный консультант. Психолог. Управляющий в розничной сети. Узнала о тренинге «17 способов увеличить продажи в кризис» из соц.сети вконтакте. Очень понравилась открытость и доступность ведущих. Подробнее хотела бы узнать о рекламе в интернете. Тренинг оказался информативным, полезным и интересным. Посоветовала бы этот тренинг руководителям и бизнесменам. (safir@yandex.ru)

Марина Николаевна 89237847130 22 декабря, 07:43

Я занимаюсь сетевым бизнесом. Тренер по питанию в компании «Коралловый клуб». Массажист, продавец консультант деревянной посуды и украшений, менеджер по организации детских праздников. Узнала о тренинге «17 способов увеличить продажи в кризис» из контакта. Мне очень понравилась информация о продвижении в интернете. Тренинг оцениваю на 5 баллов по 5-й шкале. (mamylechka@list.ru)

Емельянова Галина 89832896815 22 декабря, 07:42

Занимаюсь психологией тела. Пришла на тренинг, чтобы узнать много интересного о рекламе в интернете. Понравилась корректно поданная информация о ведении бизнеса во время кризиса. Хотелось бы больше узнать относительно кризиса, как выжить бизнесу. В общем и целом, мне очень понравилось! Посоветовала этот тренинг начинающим предпринимателям. Спасибо, ребята!

Афор Зиборев 89831474449 22 декабря, 07:42

*Я еще учусь в школе. Узнал о тренинге на сайте vsetreningi.ru. Отличный семинар. Узнал много нового о маркетинге и продажах. Научился продвигать бизнес через интернет. Данный семинар я бы порекомендовал людям, которых только начинают интересоваться бизнесом.
(aforziborev@gmail.com)*

Екатерина Миллер 89138302623 22 декабря, 07:41

*Работаю врачом. Мой бизнес – это велнес клуб (коррекция фигуры). Узнала о тренинге «17 способов увеличить продажи в кризис» через вк. На тренинге понравилась доступность изложения материала. В общем, очень полезно и информативно. На 5+! Посоветую этот тренинг своим сотрудникам.
(millerep@mail.ru)*

Стародубцева Анастасия 89131823482 22 декабря, 07:41

Занимаюсь сдачей коттеджей посуточно. Узнала о тренинге через вк. Пошла на тренинг «17 способов увеличить продажи в кризис» за информацией. Оцениваю тренинг на 5 из 5. Спасибо! (nastyabosss@ya.ru)

Дмитрий Ванислав 272-63-54 30 ноября, 08:40

*Хотел на мастер-классе по продажам получить «волшебную палочку». На мастер-классе услышал полезные советы по теме продаж. А больше всего понравилось описание реального опыта с элементами юмора. Из всего услышанного, буду в своей работе применять технику продаж. Посоветовал бы данный мастер-класс предпринимателям и желающим развиваться.
Спасибо за мастер-класс!*

Ксюша Окунева 89135127328 30 ноября, 08:40

Мне интересны знания на тему продаж, поэтому я пришла на мастер-класс по продажам, которые вели Владислав Марясов и Светлана Власова. На мастер-классе получила интересные и полезные знания. И больше всего понравились реальные примеры. Теперь буду продавать по формуле. Посоветовала бы данный мастер-класс тем, кто продает услуги. А

спикерам посоветую на своих мастер-классах выдавать больше конкретных советов. Спасибо за мастер-класс.

Егор Бобров 89607609910 30 ноября, 08:40

Хотел на мастер-классе получить знания и умения телефонных продаж. На мастер-классе получил положительные эмоции, интересные контакты и знания по теме продаж. Больше всего понравилась формула продающей рекламы. Из всего услышанного на мастер-классе, постараюсь применять в работе формулу О+Д+П и технику ЖОППС. Посоветовал бы данный мастер-класс коллегам. А спикерам – чаще, больше и дольше рассказывать про техники продаж. Спасибо.

Герасимова Олеся 89082191250 30 ноября, 08:39

Сходила на мастер-класс с целью получить новое общение, мнение умных и опытных людей на тему продаж. Очень понравились ведущие мастер-класса и та информация, которую давали на мастер-классе. Из услышанного, буду стараться применять все. Посоветую данный мастер-класс друзьям. Спасибо.

Байрамова Ольга 89135827205 30 ноября, 08:39

Пошла на мастер-класс, чтобы получить знания. В результате, на мастер-классе у Светланы Власовой и Владислава Марясова, я получила практические рекомендации, советы. Понравились рассказы о личном опыте в продажах. Посоветовала бы данный мастер-класс своим друзьям.

Кузник Степан 89620776644 30 ноября, 08:38

Пошел на мастер-класс продажам, чтобы получить техники и конкретные советы по продажам. Получил знания. Из услышанного, буду применять технику ЖОППС. Советую данный мастер-класс начинающим бизнесменам и работникам по найму. Мои рекомендации спикерам – больше техник продаж.

Ксюша Окунева 89135127328 30 ноября, 08:40

Мне интересны знания на тему продаж, поэтому я пришла на мастер-класс по продажам, которые вели Владислав Марясов и Светлана Власова. На мастер-классе получила интересные и полезные знания. И больше всего понравились реальные примеры. Теперь буду продавать по формуле. Посоветовала бы данный мастер-класс тем, кто продает услуги. А спикерам посоветую на своих мастер-классах выдавать больше конкретных советов. Спасибо за мастер-класс.

Егор Бобров 89607609910 30 ноября, 08:40

Хотел на мастер-классе получить знания и умения телефонных продаж. На мастер-классе получил положительные эмоции, интересные контакты и знания по теме продаж. Больше всего понравилась формула продающей рекламы. Из всего услышанного на мастер-классе, постараюсь применять в работе формулу О+Д+П и технику ЖОППС. Посоветовал бы данный мастер-класс коллегам. А спикерам – чаще, больше и дольше рассказывать про техники продаж. Спасибо.

Герасимова Олеся 89082191250 30 ноября, 08:39

Сходила на мастер-класс с целью получить новое общение, мнение умных и опытных людей на тему продаж. Очень понравились ведущие мастер-класса и та информация, которую давали на мастер-классе. Из услышанного, буду стараться применять все. Посоветую данный мастер-класс друзьям. Спасибо.

Байрамова Ольга 89135827205 30 ноября, 08:39

Пошла на мастер-класс, чтобы получить знания. В результате, на мастер-классе у Светланы Власовой и Владислава Марясова, я получила практические рекомендации, советы. Понравились рассказы о личном опыте в продажах. Посоветовала бы данный мастер-класс своим друзьям.

Кузник Степан 89620776644 30 ноября, 08:38

Пошел на мастер-класс продажам, чтобы получить техники и конкретные советы по продажам. Получил знания. Из услышанного, буду применять технику ЖОППС. Советую данный мастер-класс начинающим бизнесменам и работникам по найму. Мои рекомендации спикерам – больше техник продаж.

Клочкова Юлия 89135613686 30 ноября, 08:38

Сходила на мастер-класс Владислава Марясова и Светланы Власовой, чтобы узнать, как увеличить продажи и как это делать правильно. На мастер-классе получила информацию о том, как делать и размещать рекламу. Из всего услышанного на мастер-классе, постараюсь применять все. Посоветую данный мастер-класс своему начальству, и сама бы еще пришла, только на другую тему. Все хорошо!

Александр 30 ноября, 08:38

Пришел на мастер-класс по продажам, чтобы получить опыт продаж от практиков. На мастер-классе получил интересную информацию и рекламные ходы. В целом, мне понравилась та информация, которую давали на мастер-классе.

Павел Солодухин 89832958184 30 ноября, 08:37

Хотела получить на мастер-классе знания о методах продаж. Из услышанного больше всего запомнилась техника – Визуализация. В своей работе буду применять технику холодных звонков. Посоветовала бы данный мастер-класс продавцам.

Алена Перфилова 89233155534 30 ноября, 08:37

Посетила мастер-класс, чтобы получить полезные знания, связанные с продажами. Больше всего понравилось – метод телефонных продаж. Буду

применять в работе техники «замолчать» «не загружать». Посоветовала бы мастер-класс понимающим продажникам. А стикерам посоветовала бы меньше рассказывать информации про себя, а больше реально полезной информации.

Макарова Алена 89235746535 30 ноября, 08:37

Хотела получить техники продаж. На мастер-классе получила техники, которые уже знакомы. Но в целом, мне понравилась та непринужденная обстановка, которая была на мастер-классе.

Что делать дальше?

Чтобы записаться к нам на бесплатную консультацию, позвоните по телефону:

+7 (902) 960-96-99

Предложение действует в течение двух дней.

