

Общество с ограниченной ответственностью
Учебно-методический центр «Финконт Нева»

ООО УМЦ «Финконт Нева»

УТВЕРЖДЕНО
Генеральным директором
ООО УМЦ «Финконт Нева»
Т.А. Молокановой
«09» января 2024 г.

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПРОГРАММА
ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ
«ПРОДВИЖЕНИЕ И ПРОДАЖА ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ УСЛУГ».

Наименование области профессиональной деятельности: (08) Финансы и экономика

Код укрупненной группы специальностей (направлений подготовки): 38.00.00. Экономика и управление

Санкт-Петербург - 2024

Для кого предназначен	Собственника бизнеса, директора по маркетингу, коммерческого директора, руководителя отдела маркетинга, маркетолога, менеджера по рекламе, менеджера по маркетингу, менеджера по продукту, продуктового маркетолога, сотрудника отдела продаж, PR-службы предприятий и всех лиц, заинтересованных в организации продвижения и продажи производственных услуг в области промышленного производства, энергетики, транспорта, строительства, для все заинтересованных лиц.
Цели курса	Научиться разрабатывать план организации продвижения и продажи производственной услуги.
Введение	<p>Производственные услуги являются неотъемлемой частью производственного процесса и могут оказывать значительное влияние на его эффективность и конкурентоспособность и могут быть важным источником доходов для предприятий производственной сферы. Производственная услуга как товар имеет специфические особенности, которые необходимо учитывать при организации ее продвижения и продаж. Грамотное применение современных инструментов продвижения, с учетом особенностей производственных услуг, создаст возможности для увеличения продаж и эффективного продвижения услуг компании на рынке и роста доходности для предприятия в целом. В курсе рассматриваются необходимые приемы, методы, правила, рекомендации для организации продаж производственных услуг.</p> <p>Обучение включает 24 часа аудиторной работы с преподавателями – экспертами в области экономики, управления и маркетинга.</p>

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

Описание перечня профессиональных компетенций в рамках имеющейся квалификации, качественное изменение которых должно осуществляться в результате обучения:

В результате обучения слушатели:

- Узнают как использовать специфические особенности услуг при организации продвижения и продаж услуг на промышленном рынке.
- Научатся эффективно работать с целевой аудиторией.
- Научатся грамотно позиционировать компанию и ее производственную услугу.
- Разработают предложения по созданию комплекса маркетинга для организации продвижения и продаж производственных услуг компании.
- Поймут принципы работы разных каналов продвижения, научатся выбирать инструменты, подходящие для продвижения производственных услуг.
- Разработают план действий по оптимизации продвижения производственных услуг.
- Узнают, как эффективно организовать продажу услуг через разные каналы, в том числе через промышленные маркетплейсы.

Цель обучения: Научиться разрабатывать план организации продвижения и продажи производственной услуги.

Результаты обучения: Повышение квалификации обучающихся по курсу «Продвижение и продажа производственных услуг», формирование компетенций по решению практических задач.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНЫХ МОДУЛЕЙ

День 1

Модуль 1. Маркетинг производственных услуг. Ключевые характеристики услуги на промышленном рынке.

- Сущность услуги, отличие услуги от продукта. Особенности маркетинга услуг. Производственная услуга.
- Особенности реализации функций маркетинга на рынке промышленных услуг.
- Специфические свойства услуги.
- Специфические особенности цифровой услуги.
- Как определить «своего» потребителя. Политика выбора целевых сегментов рынка.
- Определение потенциальных конкурентных преимуществ производственной услуги.

Модуль 2. Комплекс маркетинга при организации продвижения и продаж услуг.

Методы дифференциации в условиях конкурентной борьбы.

Продуктовая политика

- Производственный процесс и принятие решения об ассортименте производственных услуг.
- Политика торговой марки.
- Жизненный цикл услуги: стратегические и тактические решения о разработке, введении услуги на рынок и выводе с рынка.

Политика распределения.

- Оценка характеристик каналов распределения.
 - Выбор длины каналов.
 - Вертикальные маркетинговые системы.
 - Разрешение конфликтов между участниками каналов.
- Ценовая политика: стратегические и тактические решения.
- Политика продвижения услуг.
- Факторы определяющие решения о продвижении.
 - Подходы к оценке затрат на программы продвижения.

Практикумы.

День 2

Модуль 3. Особенности продвижения производственных услуг

- Услуга на промышленном рынке и особенности ее продвижения.
- Каналы продвижения на рынке B2B, нюансы и особенности. Поисковый маркетинг.
- Промышленные маркетплейсы и доски объявлений. Отраслевые площадки и информационные порталы. Справочники предприятий. Электронный маркетинг в B2B. CRM маркетинг для B2B. Тендерные площадки. Продвижение в социальных сетях. Event-маркетинг. Развитие собственных отраслевых и промышленных порталов. Контент маркетинг.
- Сервисы, которые могут быть использованы в сфере B2B.
- Анализ методов и эффективности продвижения контента.
- Анализ работы с брендом: оценка узнаваемости и экспертности.
- Ключевые ошибки в продвижении производственных услуг.

Модуль 4. Стратегический план продвижения услуги.

- Особенности продвижения на рынках B2B2C, B2B, B2G. Психология покупок - как покупают на разных рынках.
- Сегментирование потребителей и определение конкурентных преимуществ.
- Отстраивание позиций от конкурентов.
- Определение конкурентоспособной цены услуги.
- Планирование каналов привлечения клиентов
- Формирование рекламного бюджета.
- Выбор каналов продвижения, расчет стоимости и эффективности.

- KPI маркетинговых проектов.

Практикум: Customer journey map: проектирование покупательского пути на промышленном рынке.

Модуль 5. Этапы продвижения услуг.

- Маркетинговые коммуникации: повышение шансов продажи услуги.
- Выбор каналов продвижения и продаж. Информационные каналы. Советы и рекомендации.
- Реклама. Подходы и выбор содержания.
- Подготовка рекламных материалов.
- Особенности личных продаж производственных услуг.
- Разработка плана и бюджета стимулирования продаж.
- Определение рисков.

Модуль 6. Управление интернет-рекламой при продвижении услуг.

- Яндекс Директ: поиск, сеть, ретаргетинг.
- Правила создания конверсионных кампаний в социальных сетях.
- SEO продвижение по коммерческим запросам.
- Планирование и ведение SMM кампаний производственных услуг.
- Тизерная и нативная реклама: можно ли применять при продвижении производственных услуг.
- CPA, лидогенерация, партнерские программы.
- E-mail маркетинг.
- Создание продающих сайтов.

Модуль 7. Проведение PR кампаний.

- Создание новостных поводов.
- Увеличение медийного охвата.

Практикумы.

День 3

Модуль 8. Организация продаж услуг на промышленном рынке

- Секреты успешных продаж.
- Техники продаж и переговоров.
- Инструменты выявления потребностей. Выявление скрытых потребностей.
- Техники активного слушания и обратной связи.
- Профилактика возможных возражений.
- Правила эффективной презентации.
- Алгоритм работы с возражениями.
- Успешное завершение сделки.

Модуль 9. Управление воронкой продаж.

- Правила работы с воронкой продаж. Как увеличить конверсию на каждом этапе.
- Планирование реалистичной воронки продаж.
- Алгоритм квалификации клиентов. Как определить тех, кто купит.
- Эффективная работа с клиентской базой.
- Продажа услуг через тендеры.
- Методы увеличения продаж.
- План дальнейшей работы по увеличению продаж.

Модуль 10. Управление директ маркетингом для b2b.

- Коммерческие предложения, продающие презентации, кейсы.
- Планирование «холодных» звонков, скрипты.
- Продажа на мероприятиях: семинарах, выступлениях, конференциях.
- Продажа на выставках.

Модуль 11. Работа с площадками для сбыта и маркетплейсами.

- Особенности продвижения и продаж услуг на промышленных маркетплейсах: что нужно контролировать специалисту.
- Выбор маркетплейса: возможности и риски.
- Работа с аналитикой: точки контроля.
- Определение точек роста и слабых мест.
- Цифровые услуги на маркетплейсах.

Практикум: разработка комплекса маркетинга для производственной услуги.

Модуль 12. Практические примеры организации продвижения и продаж услуг на промышленных рынках по некоторым отраслям.

- Техническое обслуживание и ремонт оборудования.
- Транспортные услуги, связанные с доставкой сырья, материалов и готовой продукции.
- Услуги по управлению производством и логистике.
- Услуги по обработке и переработке сырья и материалов.
- Услуги по проектированию и разработке новых продуктов и технологий.
- Электроэнергия – услуга или товар?

Организационно-педагогические условия

Обучение осуществляется в соответствии с требованиями Федерального закона от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации», Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам, утвержденного Приказом Министерства образования и науки РФ от 1 июля 2013 г. № 499

Требования к техническому сопровождению обучения

Аудитории для проведения обучения должны быть оснащены следующим оборудованием:

Автоматизированные рабочие станции для каждого обучающегося и преподавателя, представляющие собой рабочие станции – ноутбук (минимальные характеристики конфигурации: память, не менее RAM 64 Mb, HDD 4 Gb, экран разрешающей способностью не менее 1280x800, на котором установлено следующее программное обеспечение:

- операционная система Windows или эквивалент;
- браузер Internet Explorer версии 11.0. либо эквивалент;
- средства для создания документов (MS Office, WordPad или эквивалент);
- средства сжатия (упаковки) файлов (RAR, ZIP, WINZIP или эквивалент);
- средство СКЗИ CryptoPro CSP актуальной версии.

Режим работы учебного центра:

Образовательный процесс осуществляется на основе учебного плана, разработанного Учебным центром самостоятельно, и регламентируется расписанием занятий.

Режим работы Учебного центра: по рабочим дням с 9.00 до 19.00,

Выходные дни: суббота, воскресенье.

Режим учебного процесса:

С 10.00 до 17.30.

Перерывы: 11.45 – 12.00, 16.00 – 16.15

Перерыв на обед: 13.30 – 14.30.

Продолжительность академического часа – 45 минут.

Учебный год: с 09 января по 27 декабря.

Продолжительность – 3 дня.

Обучение осуществляется по мере набора учебных групп.

Основные формы учебной деятельности: лекции, практические занятия, деловые игры, дискуссии

УТВЕРЖДЕНО
Генеральным директором
ООО УМЦ «Финконт Нева»
Т.А. Молокановой
«09» января 2024 г.

УЧЕБНЫЙ ПЛАН

**Дополнительной профессиональной программы
повышения квалификации**

«ПРОДВИЖЕНИЕ И ПРОДАЖА ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ УСЛУГ»

Срок обучения: 24 академических часа

Форма обучения: очная

Режим очных занятий: 8 академических часов в день, ежедневно

№ п/п	Наименование разделов (частей, модулей)	Объем, всего часов	В том числе		Форма аттестации
			Лекции	Практические занятия	
Очная форма обучения					
1	Модуль 1. Маркетинг производственных услуг. Ключевые характеристики услуги на промышленном рынке. Модуль 2. Комплекс маркетинга при организации продвижения и продаж услуг.	8	6	2	Тест
2	Модуль 3. Особенности продвижения производственных услуг Модуль 4. Стратегический план продвижения услуги. Модуль 5. Этапы продвижения услуг. Модуль 6. Управление интернет-рекламой при продвижении услуг. Модуль 7. Проведение PR кампаний.	8	6	2	Тест
3	Модуль 8. Организация продаж услуг на промышленном рынке Модуль 9. Управление воронкой продаж. Модуль 10. Управление директ маркетингом для b2b. Модуль 11. Работа с площадками для сбыта и маркетплейсами. Модуль 12. Практические примеры организации продвижения и продаж услуг на промышленных ранках по некоторым отраслям.	7	5	2	Тест
	Аттестация	1			Тест
	Итого	24	17	6	

**Календарный учебный график
Расписание занятий**

День недели	Часы проведения занятий	Модуль	Номера тем	Вид учебной работы
Первый день	С 10.00 до 17.30	Модуль 1. Маркетинг производственных услуг. Ключевые характеристики услуги на промышленном рынке. Модуль 2. Комплекс маркетинга при организации продвижения и продаж услуг.	Вопросы 1-2 Рабочей программы курса	Л, П
Второй день	С 10.00 до 17.30	Модуль 3. Особенности продвижения производственных услуг Модуль 4. Стратегический план продвижения услуги. Модуль 5. Этапы продвижения услуг. Модуль 6. Управление интернет-рекламой при продвижении услуг. Модуль 7. Проведение PR кампаний.	Вопросы 3-7 Рабочей программы курса	Л, П
Третий день	С 10.00 до 17.30	Модуль 8. Организация продаж услуг на промышленном рынке Модуль 9. Управление воронкой продаж. Модуль 10. Управление директ маркетингом для b2b. Модуль 11. Работа с площадками для сбыта и маркетплейсами. Модуль 12. Практические примеры организации продвижения и продаж услуг на промышленных ранках по некоторым отраслям.	Вопросы 8-12 Рабочей программы курса	Л, П, А

Виды учебной работы:

Л – лекция

П - практическое занятие

СР – самостоятельная работа

Д – деловая игра

О – опрос, дискуссия

А – аттестация в форме тестирования