

Обучающий маркетинг, как драйвер продаж

Зачем компании сажают клиентов
за виртуальные парты?



eTutorium

Территория успешных вебинаров

О чем пойдет речь?

Раздел 1.

Модель обучающего маркетинга: почему обучение клиентов важнее и эффективнее рекламы? 5

Раздел 2.

Зачем и как вебинаризировать продажи? 14

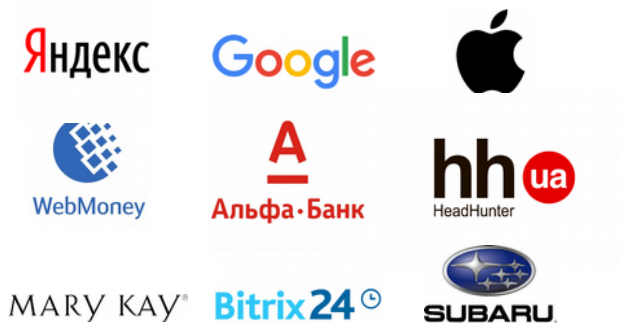
Раздел 3.

«Подсмотрено у тех, кто в теме»: как компании сажают клиентов за виртуальные парты? 23

От автора

К 2017 году обучающий маркетинг внедрили у себя большинство мировых лидеров — Google, Apple, Subaru, Mary Kay и др.

На постсоветском пространстве этот тренд также набирает обороты. За примерами далеко ходить не нужно.



- **WebMoney Transfer** запустил серию бесплатных вебинаров, посвященных вопросам эффективного сотрудничества с системой, новым продуктам, тенденциям развития электронного бизнеса и многим другим аспектам онлайн-коммерции.
- **Альфа-Банк** развивает программу обучения по управлению финансами для своих клиентов.
- Сервис по поиску работы **HeadHunter** регулярно проводит онлайн-семинары, в рамках которых эксперты рассказывают не только о возможностях портала, но и о том, как привлечь внимание кандидатов к своей компании, как правильно пользоваться поиском по базе соискателей и как строить сильный HR-бренд.

Причина

Почему компании начали массово сажать своих клиентов за виртуальные парты?

Потому что осознали одну важную вещь.

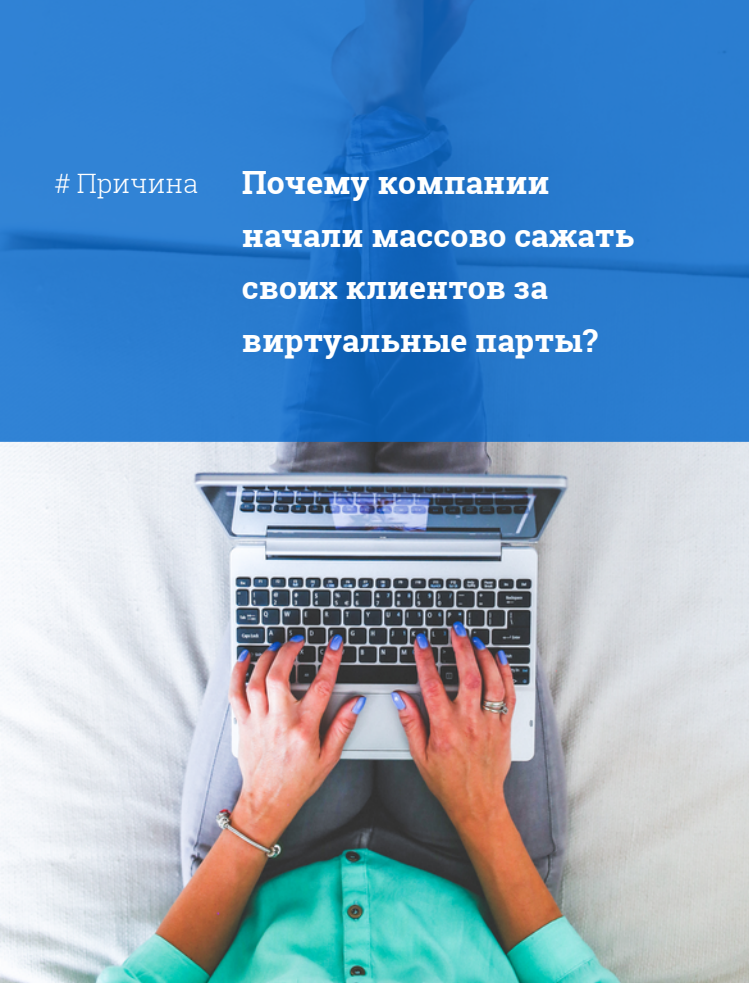
«Подкованность» клиента в вопросах их бизнеса, особенно, если источником этой «подкованности» выступают они, — это вечный генератор лояльности и продаж.

Как же работает драйвер продаж в виде обучающего маркетинга?

Насколько эффективны продажи через вебинары?

Имеет ли смысл вкладываться в это и превращать в основной источник клиентов?

Давайте разбираться!



Раздел 1



Модель обучающего маркетинга

Почему обучение клиентов
важнее и эффективнее рекламы?

Когда мы слышим словосочетание «обучающий маркетинг», у многих в голове сразу возникает ассоциация с образовательным бизнесом, а точнее с рекламой и продвижением курсов, тренингов, вебинаров.

«Это для людей, которые зарабатывают на своих экспертных знаниях, не вижу здесь никакой связи с моим бизнесом».



Признавайтесь, вас тоже посещала такая мысль? :)

На самом деле это не так. Прошу не путать понятия «обучающий маркетинг» и «маркетинг обучения».

Терминология

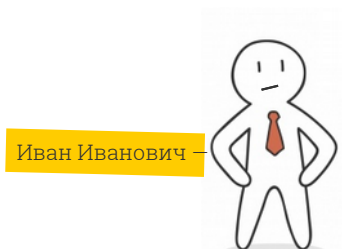
Обучающий маркетинг — это стратегия повышения продаж и формирования лояльных отношений с клиентами, при которой вы не навязываете свои товары и услуги в рекламной форме, а бесплатно помогаете им решать проблемы с помощью полезных мастер-классов, вебинаров, тренингов, конференций и прочих мероприятий. То есть вы занимаетесь обучением ваших клиентов.

Пример

Давайте разберемся

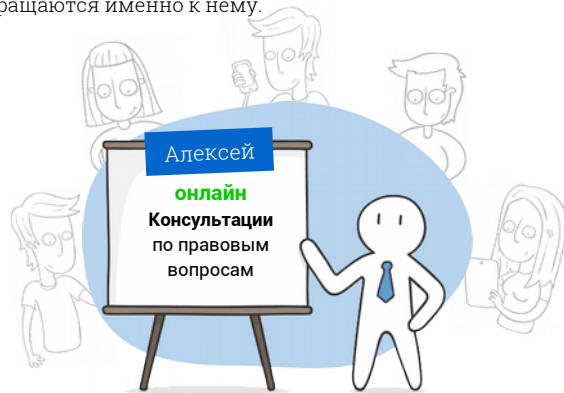
Иван Иванович — опытный юрист, который руководит юридическим агентством. Чтобы привлечь клиентов, он создал сайт-визитку и группу в Фейсбуке, запустил контекстную рекламу в Яндекс.Директ.

Дела шли нормально. Иван Иванович получал стабильные заказы. До тех пор, пока на рынке не появился конкурент Алексей с аналогичными услугами, но немного другой стратегией продвижения.



Алексей — тоже юрист, у него есть своя фирма, сайт, группа в Фейсбуке и реклама в Яндекс.е.

А еще 3 раза в месяц он проводит вебинары, на которых дает людям бесплатные консультации по интересующим правовым вопросам (разрешение споров, заключение договоров, нарушение прав потребителей, возмещение ущерба после ДТП и т.д.). Люди слушают полезные советы Алексея и запоминают его как эксперта, которому можно доверять. И когда требуется юридическая помощь, обращаются именно к нему.



Вы поняли, как обучающий маркетинг превратил Алексея в эксперта в глазах потенциального клиента? А истинным экспертам доверяют, от них редко уходят и к ним идут от конкурентов (таких как Иван Иванович). С помощью вебинаров Алексей популяризирует свой бренд, получает поток заказов и заключает повторные сделки.

Обучение — это самое мощное оружие, способное убить возражения потенциального клиента.









Мастер-классы для клиентов

Мы в eTutorium также убедились в этом 1,5 года назад. Когда запустили академию, в рамках которой 3-4 раза в месяц проводим бесплатные мастер-классы для потенциальных пользователей сервиса. Как оказалось, люди, которые уже проводят или только хотят проводить вебинары, с большим рвением приходят послушать о том, как привлекать аудиторию на мероприятия при низком бюджете, как делать запоминающиеся презентации и что нужно для интерактивного вовлечения слушателей. Тем более, когда об этом говорят ведущие эксперты Рунета.

Прирост клиентов не заставил себя долго ждать. Сегодня **мастер-классы дают нам 1000+ новых целевых контактов в месяц, из которых 25-30% становятся клиентами eTutorium.**

Мастер-классы

Здесь лучшие спикеры СНГ делятся своим опытом и эффективными стратегиями онлайн-преподавания, прокачивают навыки в конкретных вопросах, тестируют свои проекты и получают личный фидбек от профессионалов рынка. Присоединяйтесь и Вы!

<div>16 мая</div> <div>Как использовать профиль для продвижения образовательного проекта в Facebook?</div> <div>1 час Бесплатно</div> <div><div>Евгения Ловыгина Маркетолог и коуч с 18 летним стажем</div><div>Подробнее</div></div>	<div>24 мая</div> <div>Как Tilda поможет вашему образовательному проекту</div> <div>1 час Бесплатно</div> <div><div>Сергей Болисов Координатор SMM университета интернет-профессий «Нетология»</div><div>Подробнее</div></div>	<div>25 мая</div> <div>Как использовать Tilda для продвижения образовательного проекта</div> <div>2 часа Бесплатно</div> <div><div>Евгения Ловыгина Маркетолог и коуч с 18 летним стажем</div><div>Подробнее</div></div>
<div>Запись</div> <div>Как испортить голос и выступление</div> <div>1 час Бесплатно</div> <div><div>Константин Орищенко Разработчик программ Мастерской речевых изменений</div><div>Подробнее</div></div>	<div>Запись</div> <div>Как онлайн-тренеру обучать с огоньком, но "не сгореть" самому</div> <div>1 час Бесплатно</div> <div><div>Надежда Бондаренко Сертифицированный коуч, MQ тренер</div><div>Подробнее</div></div>	<div>Запись</div> <div>Продажи образовательных услуг</div> <div>1 час Бесплатно</div> <div><div>Евгения Ловыгина Маркетолог и коуч с 18 летним стажем</div><div>Подробнее</div></div>



Модель обучающего маркетинга проста, универсальна и подходит любому бизнесу: вы даете человеку ценные знания, а он вам — свою лояльность и деньги.



Но для такой сделки важно сначала выявить потребности потенциальных клиентов, а затем установить фокус внимания не на продаже продукта, а на решение этой проблемы.



И все-таки... Почему обучение клиентов работает?

Потому что оно:

1. деликатно **формирует потребность** в вашем продукте;
2. **убивает возражения** и страхи потенциального клиента;
3. делает из вас эксперта, которому можно и **нужно доверять**;
4. превращает единичные заказы в **постоянные продажи**.

Потенциальный клиент и сам может не осознать, что ему нужен ваш товар или услуга. Эту потребность можно ненавязчиво сформировать обучением. Не банальной рекламой, не сухими текстами, а, скажем, живыми мастер-классами, на которых вы наглядно демонстрируете, на что способен ваш продукт и что можно делать с его помощью.

#Например **Вы производите и продаете фотоаппараты.** Проведите вебинар, на котором можете обучить людей делать качественные снимки.

Продаете сковородки? Научите готовить оригинальные блюда и делитесь рецептами. Если участники увидят результат, которого можно достичь именно благодаря вашему товару (фотоаппарату или сковородке), они его купят, даже если ранее это не входило в их планы.



В своем арсенале маркетинговых инструментов обучающие мероприятия держат такие известные косметические компании как **Mary Kay, Oriflame, Avon, Faberlic**. Причем проводятся они здесь не только для конечных потребителей (покупателей), но и для распространителей продукции.

В первом случае, это бесплатные мастер-классы, на которых обучают правильно ухаживать за кожей, наносить макияж, подбирать декоративную косметику и т.д. Разумеется, продукцию мастера используют своего бренда. Клиент видит прекрасный результат, ощущает на себе качество косметики и покупает ее.

Второй вариант — это вебинары для дистрибьюторов и дилеров, которые продают продукты бренда в регионах. Обратная связь и постоянная поддержка дилеров, а также своевременное информирование об акциях и ценовых изменениях играют сегодня ключевую роль в бизнесе таких компаний, который построен на прямых продажах.

Еще ситуация...

Думаю, все, кто занимается продажей сложных и инновационных продуктов (сервисы, ПО), часто сталкиваются с ситуацией, когда потенциальные клиенты просто не знают, как обращаться с товаром. Они боятся даже начать разбираться во всех тонкостях. *«У вас все сложно, запутанно и непонятно, оставлю все как есть»* — вот такая обратная связь от них поступает.

Снимите все возражения и страхи с помощью вебинара, на котором проведите экскурсию по своему продукту/сервису, покажите, что с ним очень легко и удобно работать, продемонстрируйте выгоды и результаты — количество ваших покупателей непременно возрастет.

Знаете ли вы, что... ?

Когда Apple выпустила на рынок первый планшет, никто не понимал, что с ним делать. Поэтому компания сняла серию роликов, раскрывающих преимущества продукта и способы его использования.

Уверена, суть вы уловили. Теперь поговорим о реализации обучающего маркетинга.



Раздел 2

Зачем и как вебинаризировать продажи?



А как же контент-маркетинг?..

Многие из вас могут подумать: «А чем старый, добрый, эффективный контент-маркетинг не обучающий? Ведь в статьях, рассылках, инфографиках и белых книгах мы тоже даем ценность и пользу читателю!».

Безусловно, качественный контент, реализованный в текстовом формате – это минимально необходимый инструмент для брендов, стремящихся привлечь к себе внимание. С этим не поспорит никто! Но тексты – это сухой монолог читателя, а мы ведь хотим добиться живого диалога с клиентами. Поэтому для увеличения их лояльности и постоянного «подогрева» можно и даже нужно подкреплять текстовое слово речью. И в этом нам помогут онлайн-мероприятия.

Чтобы продавать товар или услугу не достаточно качественных статей, рассылок и публикаций в социальных сетях. Компания должна знать проблемы и потребности своего клиента и «гасить» их через живой обучающий диалог!



Почему в онлайн?

Во-первых, для проведения оффлайн-мероприятия, скажем, на 500 участников **нужен серьезный бюджет, временные затраты и трудовые ресурсы**. Реализовать аналогичное мероприятие в интернете куда проще, быстрее и дешевле. Нужно всего лишь выделить немного времени и посредством вебинарной платформы запланировать событие, привлечь на него людей, подготовить убедительный спич и подключиться к трансляции в назначенное время, где вас уже будут ждать слушатели.

Во-вторых, в отличие от очных встреч, на вебинаре можно собрать неограниченное количество людей (разумеется, если вместимость выбранной платформы позволяет). И им не придется тратить свое драгоценное время на проезд к вам. Сотни и даже тысячи потенциальных клиентов смогут смотреть



и слушать вас в удобной для них обстановке из любой точки мира. И да... Вам придется приложить немного усилий для того, чтобы вебинар получился именно таким, каким вы хотите.

Что для этого нужно?

1)

Правильная тема – удар в болевую точку клиента

Аудиторию нужно привлекать, в первую очередь, актуальной для нее темой и интересной программой. На этом этапе важно понять, что конкретно нужно вашим клиентам и дать ответ/решение. На вебинаре ваши слушатели должны получить очевидную для себя выгоду. И только после этого они будут готовы выслушать ваше предложение, адекватно воспримут продающий контент и, возможно, сразу захотят заключить с вами сделку.

СОВЕТ!

Задействуйте в качестве темы вебинара проблему клиента, а в тезисах программы разберите ее по полочкам, «нажимая» на самые больные места.



2)

Вовлекающий лендинг (посадочная страница)

Здесь вы анонсируете вебинар и собираете регистрации. Конечно, можно разместить информацию о мероприятии на корпоративном сайте, НО! Проанализировав поведенческий фактор становится понятно, что попадая на сайт с большим количеством информации внимание посетителя рассеивается и он просто начинает бродить по сайту, так и не нажав на кнопку «Зарегистрироваться», либо же просто закрывает окно.

На лендинге обязательно укажите для кого вы проводите вебинар, чтобы привлечь именно того, кто вам нужен. Делайте акцент на выгодах и результатах, которые получают участники, тем самым повышая ценность мероприятия. Не забудьте разместить информацию о спикере и указать главные его достижения и «регалии». В качестве дополнительной

плюшки предложите всем участникам бонус, например, бесплатную книгу, консультацию или скидку.

3)

Каналы привлечения

Как собирать людей? Берем ссылку на готовый лендинг и сеем ее во всех доступных каналах с призывом зарегистрироваться. Здесь вам помогут email-рассылки по собственной базе, посты в социальных сетях, анонсы от партнеров, размещение в блоге, на форумах, в тематических сообществах, работа с лидерами мнений. Из платных каналов для мероприятий хорошо работает таргетированная реклама в социальных сетях, а также баннерная реклама на тематических сайтах, но все, в большей степени, зависит от того, где активничает ваша целевая аудитория.

4) Вебинарная платформа

Это самый важный этап, и он занимает 70% успеха. Перед проведением вебинара вам обязательно нужно выбрать надежную и удобную в использовании платформу. Обязательный критерий — наличие техподдержки, которая будет помогать с подключением и участием как вам, так и вашим клиентам. Обращайте внимание на то, чтобы сервис располагал всеми необходимыми инструментами для взаимодействия со слушателями — презентации, опросы, голосования, демонстрация видеороликов. Выбирайте сервисы, которые позволяют загружать кликабельные баннеры в вебинарную комнату, отправлять письма-напоминания о будущих вебинарах (за день, за час до начала трансляции) и отслеживать статистику по участникам. Весомым плюсом, который существенно облегчит вам работу, будет наличие встроенного конструктора лендингов.

5) Презентация, опросы и раздатка.

Если сервис позволяет загружать презентации и материалы для скачивания — отлично. Загружайте прямо туда все необходимые материалы — заранее подготовленные слайды, видео, полезные ссылки, таблицы, инфографику и т.д. Как только слушатель подключится к вебинару, ему будут доступны все эти материалы.





#Итог

Не гонитесь за тем, чтобы продать на вебинаре кухонную технику или автомобильные шины, лучше бесплатно научите людей вкусно готовить или отличать хорошую резину от плохой. За сковородками и шинами клиенты придут к вам, да еще и друзьям порекомендуют. Ведь **ваш бренд уже вызвал доверие, а значит – вы в приоритете.**



О чем можно рассказывать клиентам на вебинарах?

Занимаетесь туристическими услугами?

Расскажите о секретах незабываемых путешествий, тонкостях планирования медового месяца за границей, лайфхаках по проживанию в гостиницах с ограниченным бюджетом, правилах, которых необходимо придерживаться, отправляясь в ту или иную страну.

Продвигаете фитнес-клуб?

Организуйте серию 30-минутных вебинаров, посвященных эффективной программе упражнений на разные группы мышц, которые ваши потенциальные клиенты смогут выполнять дома, не посещая фитнес-клуб или в перерывах между занятиями у вас. Это могут быть какие-то **советы, рекомендации, инструкции по тому, как улучшить свое здоровье и физическую форму**. Также можете делиться рецептами, различными спортивными диетами, нацеленными на рост

мышечной массы или похудение. Таким образом, вы обучаете людей тому, чего они хотят достичь.

Работаете в бьюти-сфере?

На вебинарах можете обучать людей уходу за кожей, уходу за волосами, то есть тому, что они могут делать, не посещая ваш косметологический салон, тому, что им будет полезно, и будет как-то пересекаться с вашими услугами.

У вас полезный IT-продукт или инновационный сервис?

Тогда наверняка вы предусмотрели демо-доступ, в рамках которого пользователь знакомится с продуктом и принимает решение о покупке. Вместо того, чтобы оставить клиента наедине со сложными технологиями, помогите ему разобраться в сервисе. Проведите вебинар-экскурсию по продукту и продемонстрируйте, на что он способен, какие задачи может решить та или иная функция, как пользоваться инструментами и функционалом.

Самое эффективное, что вы можете сделать — это придумать хорошее событие для вашей аудитории, которое будет носить обучающий характер. Люди — они же не ищут ваши дорогие услуги и сложные продукты и уж, точно, они не жаждут их купить. Но всем им нужна полезная и практическая информация, помогающая разобраться в каком-то сложном вопросе. И если вы дадите такую полезную информацию вашей целевой аудитории по вашей теме, вы получите «доступ к уху» вашего потенциального покупателя.

Формат полезности

Вебинары, виртуальные мастер-классы, онлайн-конференции — это отличный формат для того, чтобы без лишних затрат пообщаться с клиентами в режиме реального времени, ответить на вопросы, разобрать проблему по теме вашего бизнеса или обучить пользоваться вашим продуктом.



Раздел 3



**«Подсмотрено у тех, кто в теме»:
как компании сажают клиентов
за виртуальные парты?**



Популярный сервис по поиску работы

Для привлечения новой пользовательской массы здесь регулярно проводятся онлайн-семинары, в рамках которых эксперты рассказывают не только о возможностях HeadHunter, но и о том, как привлекать внимание кандидатов к своей компании, как правильно пользоваться поиском по базе соискателей и как строить сильный HR-бренд. Здесь получается убить сразу двух зайцев — и сервис презентовать и дать реальную пользу.

Результат: **бесплатные вебинары обеспечили быстрый рост от нескольких тысяч пользователей сервиса до аудитории в сотни тысяч человек.**

Предстоящие
Проектирование

Эффективное размещение вакансий на hh.ru

В рамках данного вебинара мы рассмотрим способы размещения вакансий. С помощью дополнительных инструментов вы научитесь управлять откликами и привлекать нужных вам кандидатов.



Спикер
Анна Федорченко

Менеджер проектов. В течение четырех лет осуществляла поддержку существующих проектов HeadHunter. С 2012 координирует выпуск новых продуктов для работодателей и линейку сервисов группы компаний. В HeadHunter с 2008 года.

Дата проведения:
26 апреля 2017 г., 11:00 (МСК)

[Зарегистрироваться](#)

Брендинговые продукты: ваши задачи и наши решения

Брендинговые продукты мы предлагаем вам уже несколько лет. В прошлом году их список расширился: помимо страниц работодателя и вакансий, появилась возможность брендировать всю переписку с соискателем. В рамках вебинара поговорим о том, в чём сила каждого продукта, какие задачи работодателя он решает и кому лучшим образом подойдет. Также поделимся информацией о том, что думают соискатели о брендированных страницах и вакансиях, какие разделы считают самыми полезными и важными. И исходя из этого дадим советы тем, кто планирует разрабатывать новые страницы или улучшать имеющиеся.



Спикер
Ксения Кузнецова

Менеджер Брендинговых продуктов HeadHunter

Дата проведения:
24 мая 2017 г., 11:00 (МСК)

[Зарегистрироваться](#)

Опросы сотрудников как инструмент исследования

Оценка внутреннего бренда работодателя, вовлеченности, удовлетворенности сотрудников, готовности к внедрению изменений и получение обратной связи. И еще много разных вариантов, когда инструментом исследования становится опрос сотрудников. На данном вебинаре мы рассмотрим:

- Когда и зачем стоит проводить опрос сотрудников. Всем ли компаниям подходит данный инструмент?
- Какими технологиями и правилами проведения. Типичные ошибки и как их избежать.
- В какой ситуации лучше отказаться от проведения опроса.
- Можно ли сэкономить на провайдере? Плюсы и минусы проведения опроса своими силами и с привлечением внешнего консультанта.

Дата проведения:
25 мая 2017 г., 11:00 (МСК)

[Зарегистрироваться](#)

/2.

WEDISSON

исключительно свадебное агентство

Крупнейшее свадебное агентство
Тульской области

Ребята на собственном опыте убедились в эффективности вебинаров. Чтобы увеличить приток потенциальных клиентов и узнаваемость, команда начала проводить **бесплатные обучающие мастер-классы по подготовке к свадьбе для будущих молодоженов.**

Эффект обучающего маркетинга не заставил себя долго ждать. Как оказалось, женихи и невесты готовы с удовольствием посещать мероприятия на темы вроде "Как спланировать идеальный сценарий свадьбы", "Как не ошибиться в выборе ведущего, декоратора, флориста, кондитера, стилиста...". Каждый мастер-класс посещает от 200 до 400 участников. И когда придет время выбирать агентство для организации свадьбы, велика вероятность того, что они отдадут предпочтение команде WEDISSON.

«Все, что происходит в день свадьбы - это отправление будущего жениха и невесты»
(Френсис Холмс)

Создание красивых свадебных торжеств в Туле
Время работы
с 10.00 до 20.00
+7 (800) 771-45-71
Звоните сейчас

WEDISSON
исключительно свадебное агентство

Главная Команда Наши свадьбы Услуги и Цены Советы и новости Мастер-классы для молодоженов Для специалистов Контакты

Мастер-классы для молодоженов

Главная / Мастер-классы для молодоженов

«Свадебные секреты» - это самый массовый проект о подготовке к свадьбе в центральной России.

Как сделать так, чтобы свадьба прошла ИДЕАЛЬНО? Чтоб "не казусек"? Как не ошибиться в выборе ведущего, декоратора, флориста, кондитера, стилиста... В голове у молодоженов полный хаоса. А еще платье, костюм, ресторан, машина...

Вы узнаете все "подводные камни" при подготовке к свадьбе и в свадебный день.

Ты - свадебный специалист или компания?
Предоставляете качественные свадебные услуги?
Хочешь принять участие в крупнейшем свадебном проекте региона?

Узнать Подробнее

Открыта регистрация на 18й мастер-класс 26 февраля 2017

*** все поля обязательны для заполнения**

Регистрация на мастер-класс «Свадебные Секреты» в Туле и в Калуге

Имя * Фамилия * Количество мест для резерва *

Телефон * Введите ID Контакт или e-mail *

Место и дата: Тула, 26-февраля 2017

Кто вы?

Будущие молодожены ☐ Работник свадебной сферы ☐ Другое ☐

Примерная дата свадьбы *

☒ Согласен получать новости свадебной индустрии на указанные контактные данные

Отправить

О ВЫСТАВКЕ И МАСТЕР-КЛАССЕ

СПИКЕРЫ И ПРОГРАММА

«Свадебные секреты»
ОТЗЫВЫ МОЛОДОЖЕНОВ И СМИ О НАС

Одна из ведущих компаний на рынке веб-разработки Украины и восточной Европы

Ребята одни из первых на рынке начали выпускать белые книги (white paper), в которых предоставляют подробные руководства по развитию бизнеса в сети, будь то разработка сайта, его продвижение, управление репутацией, или же конвертация посетителей в клиенты. Сегодня же компания регулярно проводит обучающие вебинары **для всех неравнодушных к миру интернет-маркетинга**, на которых специалисты делятся опытом и практически-ми наработками ПО, касающимися повышению продаж с сайта, привлечению новых клиентов через каналы интернет-маркетинга, новым способом построения эффективного бизнеса. Чтобы получить книгу или принять участие в вебинаре, люди регистрируются, оставляя реальные контакты.



БЕЛЫЕ КНИГИ



ВЕБИНАРЫ



ВИДЕО



99 СЕКРЕТОВ



ГЛОССАРИЙ



ТЕХНОЛОГИИ

Мы регулярно выпускаем обучающие книги, в которых предоставляем подробное руководство по развитию бизнеса в сети, будь то разработка сайта, его продвижение, управление репутацией, или же конвертация посетителей в клиенты. Скачав книгу от нашей команды, вы получите мощное оружие по созданию успешного бизнеса в интернете



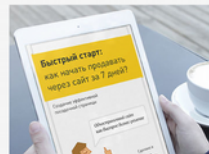
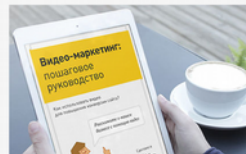
РУКОВОДСТВО К ДЕЙСТВИЮ:
MARKETING В INSTAGRAM

Как эффективно использовать возможности
Instagram для бизнеса



КОНТЕКСТНАЯ РЕКЛАМА —
МАКСИМУМ ДЛЯ БИЗНЕСА

Эффективная контекстная реклама



А прошедшие мероприятия размещаются на сайте в виде записи и доступны к просмотру всем желающим без регистрации. Что это дает?

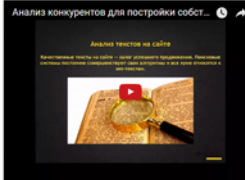
С помощью бесплатных белых книг и вебинаров ARTJOKER получает прирост «подогретых» подписчиков, демонстрирует свою экспертизу и устанавливает доверительный контакт с потенциальными клиентами.

ВСЕ ЗАПИСИ ВЕБИНАРОВ

АНАЛИЗ КОНКУРЕНТОВ ДЛЯ ПОСТРОЙКИ СОБСТВЕННОЙ СТРАТЕГИИ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА



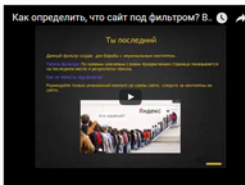
НИКОЛАЙ
SEO-специалист



КАК ОПРЕДЕЛИТЬ, ЧТО САЙТ ПОД ФИЛЬТРОМ?



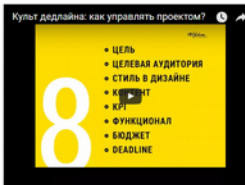
ОЛЕГ ЮРЧУК
SEO-специалист



КУЛЬТ ДЕДЛАЙНА: КАК УПРАВЛЯТЬ ПРОЕКТОМ?



РОМАН
Team Lead Project Manager



ПОКАЗАТЬ ЕЩЕ

А Альфа-Банк

Крупнейший российский частный
коммерческий банк

Банк заинтересован в том, чтобы его клиент был максимально «подкован» в финансовых вопросах. **Поэтому в 2016 году была запущена программа Альфа-обучения. Это проект, который говорит на простом языке и помогает разобраться в сложном мире финансов.** Уже два года Альфа-Банк проводит бесплатные семинары по самым актуальным темам: семейный бюджет и накопления, кредиты и банковские карты, инвестиции и детская финансовая грамотность. Выступая надежным помощником в непростом для клиентов мире финансов и предлагая свою экспертную помощь банк строит долгосрочные отношения с уже существующими и потенциальными клиентами.

The screenshot shows the Alfa-Bank website interface. At the top, there are navigation links: 'Малый бизнес и ИП', 'Средний и крупный бизнес', 'Финансовые организации', 'Электронная коммерция', and 'Инвестиционный банк'. The main heading is 'Обучающие семинары'. Below this, there is a grid of seminar topics and their formats.

Обучающие семинары	Тема семинара	Формат семинара
Эффективное управление личным и семейным бюджетом	Семинар проходит в отделении	Онлайн-семинар
Искусство накопления. От мечты к реальности	Семинар проходит в отделении	Онлайн-семинар
Кредиты. Разумный путь к финансовой свободе	Семинар проходит в отделении	Онлайн-семинар
Как уберечь личные сбережения от инфляции	Семинар проходит в отделении	Онлайн-семинар

«Мы уверены, что занимаемся одной из самых важных в современном обществе тем: ведь от отношения к деньгам и умения ими правильно распоряжаться зависит качество жизни человека. Наши занятия – для тех, кто хочет перестать тратить больше, чем зарабатывает и научиться управлять семейным бюджетом, выбирать самые эффективные инструменты и начать копить на мечту, правильно инвестировать и достичь важных финансовых целей. Словом, мы не меняем жизнь клиентов, а лишь даем им необходимые инструменты, чтобы они могли изменить ее сами.

Мы встречаемся с нашими клиентами на разных площадках: приглашаем в отделения, приходим в зарплатные компании и на территорию компаний-партнеров, проводим детские занятия в детских домах, школах и колледжах. Посетить обучающий семинар Альфа-Банка может любой желающий в 40 городах страны, а обучающие видео на сайте банка помогают узнать все самое важное по теме всего за один час, не выходя из дома.

Воспитывать правильное отношение к деньгам можно в любом возрасте – и мы как банк заинтересованы в том,

чтобы финансово грамотных людей было больше, и благосостояние их росло!»

Нохрин Роман,

Руководитель направления
по развитию клиентских семинаров

пер. 3-ий Крутицкий, д. 11			
01 июня 2017	19.00	Четверг	Записаться
17 июня 2017	12.00	Суббота	Записаться

Подведем итоги

Если вы работаете на рынке с сильной конкуренцией, если вам нужна лояльность еще до покупки, а так же, если никто из ваших конкурентов еще не успел внедрить обучающий маркетинг, то вы однозначно выиграете, адаптировав этот эффективный инструмент под себя. Прямо сейчас подумайте, чем вы можете быть полезны своим клиентам, какие проблемы можете решить. И начните проводить обучающие вебинары, посвященные этим животрепещущим темам.

Именно так вы обретете не просто покупателей, а преданных фанатов вашего бренда.

Больших вам аудиторий и благодарных слушателей!



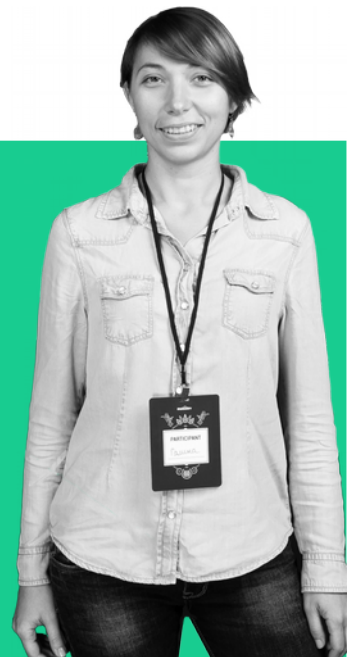
Елена Демищенко

*Копирайтер проекта [eTutorium](#).
Автор и редактор тематического блога.*

“ Верю, что с помощью
качественного контента можно
отстроиться от конкурентов,
завоевать доверие читателя и
конвертировать его в
благодарного клиента.

Галина Горбатенко

*Дизайнер проекта
[eTutorium](#).*





Используйте гибкую площадку для организации и проведения своих вебинаров:

- ✓ Для дистанционного обучения;
- ✓ Для маркетинга и продаж;
- ✓ Для корпоративных совещаний, тренингов и онлайн-встреч.

Тестировать бесплатно 14 дней



Россия: +7 (495) 665-07-74

Украина: +38 (061) 222-777-4

E-mail: info@etutorium.com

Сайт: <http://etutorium.ru/>

Мы в соцсетях:

