

sonne in Mitte

"Солнце в Митте" -

вместе к альтернативным источникам энергии

В последнее время весьма актуальными стали вопросы энергосбережения и внедрения новых технологий в этой области.

Разработками альтернативных источников энергии занимаются специалисты из самых разных стран. Чтобы работа была плодотворной и приносила результат, просто необходимо взаимодействие всех участников - только вместе можно найти решение проблемы.

Своим проектом "Солнце в Митте" ("Sonne in Mitte") фирма "Juslingua Consult" (Германия, Берлин) поддерживает обмен знаниями и трансфер технологий в области возобновляемых энергий между немецкими и белорусскими предприятиями. Работа направлена на создание информационной сети, где участники могут налаживать деловые связи, обмениваться полезной информацией, решать возникающие вопросы, разрабатывать идеи будущих проектов, а также подготовиться к совместной встрече на Минском форуме осенью 2009 года.

На сегодняшний день проект "Солнце в Митте" стал доступен и в онлайн-варианте. На странице www.juslingua-consult.de/sonne-ru.html можно ознакомиться с подробной информацией о проекте, его целях, всех участниках, а также вступить в наше сообщество, переслав по электронной почте info@juslingua-consult.de свои реквизиты: Ф.И.О., вид деятельности и координаты для связи.

Приглашаем Вас и Ваших партнеров присоединиться к нам!

С уважением

Юстина БЛЮМЕЛЬ,
руководитель проекта.

СТАТИСТИКА ЗНАЕТ ВСЕ

14 100-ТЫСЯЧНИКОВ

В четырнадцати городах Беларуси численность населения превышает 100 тысяч человек, сообщили в Национальном статистическом комитете.

Лидером, безусловно, является столица. В Минске на 1 января нынешнего года насчитывалось 1 миллион 829 тысяч жителей. На втором месте - Гомель (499 тысяч), на третьем - Могилев (372 тысяч). Далее следуют другие областные центры: Витебск (356 тысяч), Гродно (338 тысяч) и Брест (318 тысяч).

В Орше на 1 января текущего года проживали 139 тысяч человек, в Новополоцке - 107 тысяч. Следует отметить, что по сравнению с 1 января 2000 года увеличилась численность жителей во всех областных центрах республики. Причем, минимальный "плюс" зафиксирован в Витебске (на 7 тысяч).

Что касается городов-стотысячников, то на уровне 2000 года удержался Новополоцк. Увеличила численность, хоть и незначительно, Орша (на три тысячи человек).

КАРЬЕРА

Сегодня все только и обсуждают мировой финансовый кризис. Однако любой кризис - это еще и новые возможности, для кого-то это станет поводом круто изменить свою жизнь. Как учил Дейл КАРНЕГИ: "Если вам достал лимон, превратите его в лимонад..."

В то время как многие теряют работу, журналист Настя С. работает на целых двух: "Тогда пару месяцев назад на работе пошел слух, что нас собираются сократить. Я решила работать на опережение - дала объявление в Интернете и мне предложили вакансию редактора на одном из сайтов. Но и уволить с прежней работы меня не уволили. Если бы не кризис, вряд ли бы я посадила себя так активно - зато теперь у меня две зарплаты вместо одной."

Если вы чувствуете, что в кризис больших денег заработать уже не получится, займи-

ВРЕМЕНА ГЛОБАЛЬНОГО КРИЗИСА

В этом номере поговорим о продвижении в глубины рынка и о том, что должна делать в эпоху кризиса часть организации, отвечающая за поиск потенциальных клиентов и превращение их в реальных, путем заключения первых сделок.

Управление организацией

Мы подходим к концу нашего описания действий по продвижению, уместных и обязательных для выхода из кризиса. Большая часть служб организации уже рассмотрена. Остались только области захвата рынка и область руководства (администрирования).

В этом выпуске мы поговорим о продвижении в глубины рынка и о том, что должна делать в эпоху кризиса часть организации, отвечающая за этот процесс.

Как я уже писал, поиском потенциальных клиентов, превращением их в реальных, путем заключения первых сделок, и регулярной работой на уже захваченном рынке должны заниматься разные люди.

Вы сами можете пронаблюдать: как только работа по поиску клиентов и плановая деятельность с существующими пересекаются в обязанностях одного человека, пусть даже руководителя, этот человек делает упор либо на новых, либо на старых. Так как обе эти работы - на полный рабочий день для способного человека, то возникает два явления.

Первое - человек, совмещающий эти две совершенно разные функции, хочет застрелиться и чувствует себя малоэффективным и недостаточно способным, так как он перегружен.

Второе - он действительно недостаточно эффективен и теряет деньги в виде недополученной прибыли. Исправить эту ситуацию невозможно, не разделив должность на две самостоятельные. У меня иногда получалось удваивать доходы моих клиентов, проводя исключительно такое разделение. Даже без увеличения штата, просто поделив продавцов на две команды и подчинив их разным командам.

Чем занимается служба по привлечению новых клиентов? У нее глобально две задачи: найти потенциального клиента и заключить с ним первую сделку, сделав его таким образом клиентом постоянным.

Поиск потенциальных клиентов ведется всеми возможными способами. Продукт - обратившиеся, заинтересованные люди. Этот отдел любыми путями (легальными) формирует базы данных и работает с ними до тех пор, пока клиенты не заинтересуются и не обратятся. Этот отдел делает широкую рекламу для новой публики (аудитории, которая может стать потенциальными клиентами). Здесь проводятся мероприятия для новой публики, ведется Интернет-рассылка, проходят выставки, и т.д., и т.п.

Существует также стандартный способ того, как облегчить потенциальному клиенту путь в клиенты постоянные. Он называется "вводные товары и услуги". Организация должна разработать что-то, что человек сможет легко купить или в чем он сможет с легкостью принять участие. Но это обязательно должно быть что-то платное, так как именно заплатив (даже немного) человек переходит из категории "потенциальных" в категорию "клиентов".

Вводные товары и услуги - это не "подвоха". Это не замануха. Они совершенно самостоятельны и само-

ценны. То есть, человек получает пользу от вводного товара или услуги и может не покупать ничего дальше. Никто не говорит ему: "Ну, Вы не получили пользу потому что это неполноценный товар. Пользу Вы получите только, купив вон ту штуку, которая стоит в сто раз больше".

Это может быть книга, видео, семинар, сувенир, небольшая услуга, сопутствующий товар.

Автомобильные компании продают игрушки-модели для своих потенциальных клиентов, приучая их к бренду с малолетнего возраста.

Для отдела, который занимается первичным просеиванием рынка и поиском потенциальных клиентов действия по продвижению будут следующими.

Продажа широкой публике книг, видео или другой информационной продукции об организации и ее услугах. Широкое распространение, включая почтовые отправления рекламы для новой публики, создаваемой в отделе маркетинга. Размещение рекламы в средствах массовой информации для новой публики в большом количестве. В рекламе должны продвигаться, в первую очередь, вводные товары и услуги.

Отдел формирует новые списки адресов для рассылки и рассылает информационные пакеты, содержащую все возможные виды рекламы для новой публики и интересную информацию. Если деятельность организации подразумевает возможность проведения вводных лекций или дней открытых дверей, то этот отдел раздает приглашения правильной публике (выборке), чтобы мероприятие было заполнено людьми.

Отдел разрабатывает проекты по продвижению и информированию новой публики, подходящие для типа бизнеса организации и осуществляет эти проекты с целью привлечения большого количества заинтересованных людей. Отдел ведет Интернет-рассылку и администрирует те части сайта(ов) компании, которые направлены на привлечение и информирование новой публики. Следует еще раз подчеркнуть, что активные действия этого отдела не направлены на людей, которые уже известны отделу сбыта (отделу, работающему с существующими клиентами).

Некоторые люди говорят мне: "Но клиенты будут не довольны сменой менеджера. Человек налаживал контакт, между ним и клиентами, установились взаимоотношения, и вдруг его передают кому-то другому!" На практике это никогда не было проблемой, если все обставлено так, что статус клиента при передаче повышается. Происходит это примерно



так: "Дорогой Иван Иванович, Вы теперь наш клиент, а для каждого клиента в нашей компании предусмотрен персональный менеджер. Я хочу Вас с ним познакомить, его зовут Василий, он даже более квалифицирован, чем я. Я также продолжу работать в компании, наши с Вами отношения на этом не заканчиваются, я очень рад, что мы подружился. Но все текущие вопросы по организации вам теперь поможет решать Вася. Я же всегда на связи, если будут вопросы ко мне, или просто желание поболтать - всегда к Вашим услугам... и т.д."

Обычно, такой подход нравится клиенту. Он профессионально выглядит, и видно, что человек имеет дело с организацией. Только Вася не должен подкачать, для этого в отделе сбыта действительно должны работать наиболее квалифицированные сотрудники.

Отдел поиска новых клиентов следит, чтобы в материалах и мероприятиях по продвижению не использовались термины, которые могут быть непонятны публике, что снижает внимание и снижает уровень интереса. Задача - вызвать простейшими средствами сильный интерес.

Отдел обеспечивает, чтобы материалы были высочайшего качества. Низкое качество печати и звуко-, видеозаписей может негативно повлиять на мнение новой публики. Также следует отметить, что во время кризиса проблемы будут как у ваших клиентов, так и ваших поставщиков (на то он и кризис - прим. авт.). Так что деятельность по привлечению к деятельности организации новых людей в это время жизненно необходима, и она достойна отдельно выделенного персонала.

Некоторые организации выжидали в кризис, только полностью сменив круг своего общения.

Вадим МАЛЬЧИКОВ,
руководитель Центральной
тренинговой компании.

В следующей статье мы продолжим рассматривать функции по продвижению службы по захвату рынка.

Когда и кризис не помеха...

тесь своим образованием.

Так поступил Кирилл М. во время дефолта 1998 года. Рекламная фирма, где он тогда работал, разорилась, и он на сэкономленные деньги поехал на год на стажировку в Австралию и язык подучить, и в профессии совершенствоваться. Стоит ли говорить, что иностранный диплом, украшающий его резюме, дал ему явное преимущество перед другими соискателями, когда обогащенный новыми знаниями, отдохнувший и полный новых идей, он вернулся обратно.

Еще одна моя знакомая, потеряв работу, решила активно заняться личной жизнью. До этого, проводя целые дни в офисе, у нее не было времени это сделать. Вплотную занявшись поисками жениха через Интернет, она стала регулярно ходить на свидания - наконец-то, у нее появилось на это

время! Где-то с пятой попытки ей повезло - она, наконец-то, встретила молодого человека, который подходил ей по всем критериям.

Этот кризис заставит некоторых экономить - волей-неволей придумываются контролируются свои расходы. Однако часто ли мы это делаем? Как правило, просто прикидываем в голове свой бюджет. Гораздо более серьезный подход - целенаправленно вести записи своих доходов и расходов. Уделяйте этому хотя бы 10 минут в день, и уже через полгода перед глазами появится ясная картина, на что преимущественно уходят ваши деньги. Может быть, вы до этого не отдавали себе ясного отчета в том, что, например, расходы на отдых в три раза превышают расходы на образование, а на средства, которые ушли на одежду и косметику, можно было легко купить по-

держанный автомобиль....

"В нашем офисном здании находится уютное кафе, довольно недорого, куда мы с коллегами ходим несколько раз в неделю, - рассказывает Полина К., менеджер по продажам. - Сумма, которую я каждый раз оставляю там, казалась мне не такой уж и значительной. Но когда подсчитала, сколько я оставила там в течение года, схватила за голову. На эти деньги можно было совершить экономичный вояж в Париж..."

Финансовые консультанты советуют планировать свой бюджет - на месяц, квартал и год.

Не менее 10 процентов от зарплаты необходимо откладывать.

Деньги лучше хранить в разных "корзинах", так будет надежнее. Создавая себе "финансовую подушку безопасности", вы защищаете себя в будущем.

Если хочется быть по-прежнему нарядно одетой, а денег

на хорошие вещи не хватает, можно достать уже забытую швейную машинку, обложить ее выкройками из импортных журналов и засесть за работу.

Конечно, шить самой гораздо сложнее, чем приобрести уже готовую вещь в магазине, но кому сейчас легко? Для экономных модниц существуют комиссионные магазины элитной одежды. Там можно приобрести одежду таких марок как "Дольче Габана" и "Валентино" по сходной цене.

Отправляясь в магазин, напишите заранее список.

Так вы исключите немотивированные покупки, на которые тратится значительная часть личного бюджета. И все же, несмотря на все экономические трудности, не бойтесь начать все с чистого листа. Ставьте перед собой дерзкие цели и все обязательно получится!

Анна ПАВЛОВА.