




Успешный КОНСАЛТИНГОВЫЙ ЦЕНТР

Магас, Республика Ингушетия, 10 августа 2015

Опыт и знания есть – что дальше?



- Создание центров содействия развития малого предпринимательства
- Привлечение слушателей курса «Создай свое дело»
- Проведение тренингов, оказание консультационных услуг
- Сотрудничество с СМИ, общественными и государственными организациями



Важные шаги развития консультационного центра

- ▶ Ценить свое время и повышать свои доходы, сосредоточение на правильные виды деятельности;
- ▶ Идентифицировать возможности для своего развития;
- ▶ Ноль времени на деятельность, которая тянет вниз и снижает энергию роста;
- ▶ Провести правильные структурные изменения для прибыльного бизнеса;
- ▶ Зарабатывать больше – направление на фокус максимума ценности для клиента;
- ▶ Действовать так, чтобы работа была интереснее и приятнее конкретно для вас.


Когда стартовать?

- ▶ «Сейчас не самое подходящее время» - преодоление страха/боязни войти в некомфортную зону неизвестности, причем чем быстрее, тем лучшие результаты будут получены;
- ▶ Найдите реальное, серьезное обоснование своего развития как консалтингового центра;
- ▶ Цена вопроса. Пример: если планируете заработать 5 тыс. в месяц (10 консультаций по 500 руб), то за год это 60 тыс. рублей. А если по одной консультации в день, то есть 24 за месяц, то это равно 144 тыс. руб !

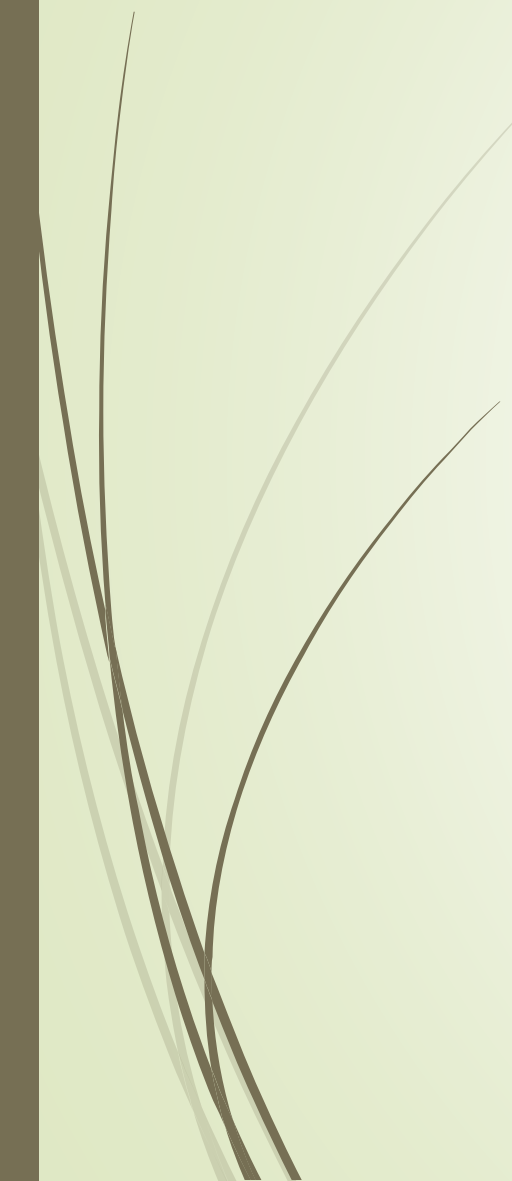


Маркетинговый план

- ▶ Анализ прошлого года (чем занимались, расходы, доходы)
- ▶ Стратегия развития (миссия, видение, ценности)
- ▶ Цели и задачи
- ▶ Маркетинговый анализ
- ▶ Маркетинговая стратегия
- ▶ Бюджет

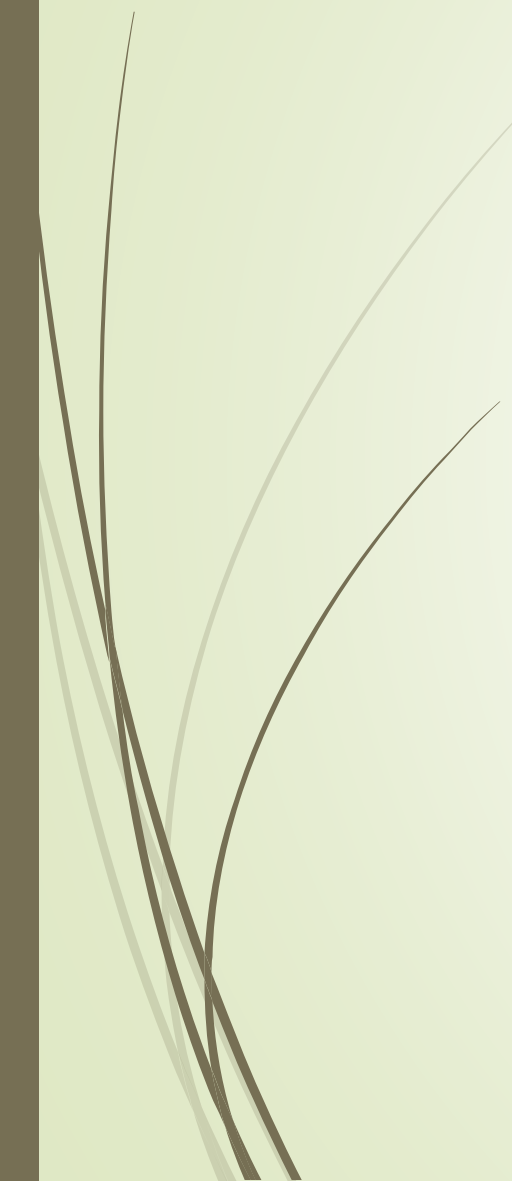


Цели и задачи

- ▶ Торговая марка, бренд консалтингового центра
 - ▶ Исследование рынка консалтинговых услуг
 - ▶ Определение ниши своего центра на рынке консалтинговых услуг
 - ▶ Определение продукта и продаж, точно сколько хотите заработать.
- 



Маркетинговый анализ

- ▶ Определение реального клиента центра
 - ▶ Демографическая справка, гендерный и возрастной состав клиентов
 - ▶ Конкуренты : сильные и слабые стороны
 - ▶ Тенденции на рынке консалтинговых услуг
 - ▶ SWOT анализ, определение сильных и слабых сторон, возможности и риски развития вашего дела
- 



Маркетинговая стратегия

- ▶ Дизайн продукта
- ▶ Ценовая политика (особое внимание постоянным клиентам, скидки, бонусы и др.)
- ▶ Каталог цен и предложений
- ▶ Реклама и продвижение через СМИ
- ▶ Участие на выставках и других региональных мероприятиях
- ▶ Активное продвижение продукта в регионе, разных целевых группах



Бюджет

- Ваши инвестиции в развитие дела – фактически подробный план деятельности и сколько каждый шаг требует средств.



Как привлечь больше клиентов?

- ▶ Определение «идеального» клиента. Миссия, ценности, маркетинговый план – все нацелено на клиента.
- ▶ Чем детальнее знаете клиента, тем лучше. Лучшие консалтинговые компании знают своих клиентов прекрасно и поэтому предлагают продукт и создают бренд и авторитет на лучшие предложения для клиентов.
- ▶ Начните с вопросов: Где наши клиенты, что мы можем им сказать и предложить, какие мероприятия и места они посещают, какие сайты Интернет интересны для них, членами каких ассоциаций или организаций являются?



Продвижение консультационных услуг

- Круглые столы, встречи
- Предложения (некоторые бесплатные видео, статьи, сайт)
- Инфобюллетени
- Социальные сети
- Реклама
- Телефон