

## «Эволюция бизнеса-2011»: даже больше, чем успех!

Екатерина Антонова

Осень ознаменовалась целым рядом деловых мероприятий. Прошли конференции для представителей IT-индустрии, маркетологов, несколько конференций для руководителей предприятий. С 14 по 15 октября прошла конференция «Эволюция бизнеса – 2011» по теме «Формирование долгосрочных отношений с клиентами». Организаторы конференции – «Маркетинговый центр «Эволюция» и компания «Скай Стрим». Как это все проходило? Давайте вспоминать вместе.



### Что было?

В первый день конференции прозвучали доклады по темам: как правильно выявить целевую аудиторию, провести маркетинговое исследование своими силами, при помощи инструментов эмоционального маркетинга и современных технологий связи и интернета выиграть в конкурентной борьбе за клиента. Также коснулись темы конференции с точки зрения управления предприятием и работы с персоналом.

Активно себя проявили слушатели. По ходу докладов участники задавали немало вопросов, сразу перекладывая полученные знания на свой бизнес. Их интерес к докладам и конференции в целом был неподдельный. Подтверждением того было присутствие до конца конференции 73% участников.

### Лада Сорокина, руководитель проекта:

*– Участников оказалось около 80 человек. Что особенно хотелось бы отметить – все присутствующие – представители целевой аудитории конференции, люди не случайные. На мероприятии присутствовали руководители различных уровней: руководители отделов продаж, директора и владельцы компаний. Большой интерес проявили начинающие предприниматели. Формирование долгосрочных отношений с клиентами – это одна из основных задач, стоящих перед любой компанией. Для ее решения требуется использование все более изощренных приемов, методик, применение новых инструментов в сфере продаж и маркетинга.*

### Держим ответ

Во второй день все желающие получили консультации «тет-а-тет». Обратиться можно было к любому из докладчиков или обсудить интересующие вопросы со всеми спикерами, как многие и поступили. Вопросов у участников накопилось немало. Поэтому консультации завершились на час позже планируемого времени.

Также во второй день прошел круглый стол на тему «Административные и социальные барьеры на пути развития малого и среднего бизнеса» с участием начальника управления экономической политики администрации Иркутска Павла Шишкина. Одной из наиболее обсуждаемых тем стала проблема установления эффективных коммуникаций между бизнесом и властью.

### Павел Шишкин, начальник управления экономической политики администрации Иркутска:

*– Я разделяю понятия «собственное дело» и «бизнес». В первом случае предприниматель занимает пассивную позицию и дальше развивать свое дело не планирует. Он является непосредственным участником (он и директор, и водитель, и бухгалтер), и без него предприятие существовать не может. С*

*бизнесом же ситуация иная. Предприниматели этого уровня стремятся к развитию. Мы готовы способствовать этому».*

Как выяснилось, большинство руководителей не осведомлено о поддержке, которую оказывает администрация начинающим и действующим бизнесам. Существуют программы финансовой поддержки на приобретение основных средств. Немногие знают о том, что администрация оказывает консультационные и образовательные (семинары, тренинги) услуги бизнесу, что есть возможность бесплатно повысить квалификацию своих сотрудников. Данная информация транслируется через средства массовой информации и доступна каждому, кто заинтересуется вопросом поддержки предпринимателей и проявит активность в ее поиске.

Была поднята проблема ухудшения качества человеческого потенциала. По словам Павла Петровича, многие предприниматели после того, как выведут бизнес на желаемый уровень, сворачивают его и уезжают за пределы страны, меняя статус предпринимателя на рантье. Он связывает это с тем, что в Иркутске не сформировалась культура бизнеса, при которой человек несет ответственность за то, что он делает, и за людей, которых он привлекает в свой бизнес.

### **Есть контракт!**

На конференции было время и для неформального общения. Учитывая собравшуюся аудиторию, нетрудно предположить, что такое общение вылилось в дальнейшее сотрудничество.

#### **Максим Дигас, директор «Маркетингового центра «Эволюция»:**

*– Я был свидетелем того, как произошло личное знакомство поставщика и дилера. Раннее общение происходило только через менеджеров, а сотрудничество сводилось к разовым поставкам. Завершением встречи стало заключение долгосрочного контракта на поставку продукции в большем объеме и на более интересных для обеих сторон условиях. Также нам стало известно о достижении еще четырех устных договоров о намерениях, когда покупатель нашел своего продавца. Это лучший результат, который мы только могли предусмотреть, проводя конференцию.*

#### **Светлана Лоскутова, генеральный директор ООО «Скай Стрим», организатор конференции:**

*– На конференции я выступала с докладом на тему «Современные технологии как инструмент создания взаимовыгодных отношений с клиентом». Если честно, не ожидала такой активности зала. Все доклады очень живо обсуждались. Было много эмоций, постоянно задавали вопросы. Поступили предложения по работе нашей компании, которые станут отправной точкой для формирования новых пакетов услуг.*

*На конференции я поняла одну вещь: определенно интерес к нашей тематике есть. Но многие даже не подозревают, насколько продвинулись технологии связи в решении бизнес-задач, и поэтому не знают, какие вопросы задать, какие вопросы мы можем решить.*

*Немалую пользу я получила и как слушатель. Особенно мне как руководителю была интересна тема выявления «черных дыр» в работе предприятия.*

*Компании зачастую уделяют большое внимание вопросам развития и забывают о наличии проблемных мест в деятельности предприятия. А без латания старых дыр вы можете наблюдать совсем не ту динамику роста, какую планировали.*

#### **Олег Сычев, руководитель отдела продаж «Сумотори-Иркутск»:**

*– Все хорошо: встретили, рассказали, накормили. Были озвучены доклады на темы, которые мне действительно важны как руководителю отдела продаж. Особенно хотелось бы отметить доклад о подборе персонала. Поиск кандидатов, определение критериев вакансии, проведение собеседования и*

мотивация – эти темы актуальны, пожалуй, для любого предприятия и для нас в том числе.

**Наталья Жарова, директор «Салона французской пряжи»:**

– Я начинающий управленец – месяц назад купила магазин. Очень много получила знаний на конференции. В каждом докладе была полезная для меня информация. Интересно было узнать об эмоциональном маркетинге, о котором рассказывала Ольга Кунина. Для специфики моего бизнеса эта тема важна.

**Сергей Гыргенов, руководитель ООО «Паритет»:**

– На конференции получил советы, которые применю в своей работе. Теперь есть более ясное понимание, что нужно предлагать конечному потребителю, как сделать покупателя счастливым.

Проблема с кадрами возникает регулярно. Поэтому, конечно, интересно было послушать доклад – узнал много нового для себя.

Тема «Применение современных технологий связи» очень актуальна сейчас для моего бизнеса. Пока мы принимаем все звонки на сотовые телефоны – их еще не так много. Но бизнес постепенно растет, набирает обороты, клиентов становится все больше. Следовательно, вскоре встанет проблема: клиент звонит, а телефон занят. Теперь мы знаем, что есть технологии, которые могут решить этот вопрос без приобретения дополнительного оборудования – удаленно.

**Михаил Шишляников, владелец торговой сети New game:**

– Конференция понравилась. Прослушал доклады первого дня – и возникло много вопросов применительно к моему бизнесу: по сегментации – к Максиму Дигасу, по таргетированной рекламе – к Владимиру Киму, по созданию клиенториентированной системы продаж – к Павлу Алиеву. Ответы на них я получил во второй день в ходе индивидуальных консультаций. Очень доволен результатом общения.

**Владислав Буинов, генеральный директор ООО «Акварт»:**

– Ранее мы не рекламировали компанию – не было необходимости. Работали на узком рынке. Сейчас мы стали работать с розничным направлением. Появилась потребность в интернет-продвижении. В ближайшие месяцы мы планируем запустить в работу два сайта. Поэтому для меня были очень актуальны доклады по интернет-технологиям, продвижению, стратегическому управлению.

Задача управленца – определять дорогу, по которой нужно идти. Часто он видит только одну дорогу. Другие не доступны для его понимания. На таком мероприятии открывается взгляд на новые пути решения задач.

На конференции мы договорились о сотрудничестве с компанией, которая занимается продвижением сайтов, – прекрасный результат! Приду на мероприятие в следующем году и порекомендую своим знакомым.

**Анна Гайдамак, руководитель проекта Job.ru:**

– Мы долгое время не могли найти ответа на вопрос, как работать с определенными группами клиентов. Поэтому для меня очень актуален был доклад на тему сегментирования. Узнали, каким образом проводить сегментирование и как привлечь необходимых покупателей.

**Анастасия Боханова, коммерческий директор ООО «Массив»:**

– Половина информации мне была знакома, но все равно было много интересного. Очень полезно было бы послушать любому руководителю про выявление «черных дыр» в работе предприятия. Интересные и, на мой взгляд, эффективные методы осветила в своем докладе Эльвира Паниш о том, как проводить собеседования. На будущее хотелось бы предложить увеличить время докладов. Возможно, конференцию стоит сделать не на два дня, а на

*три-четыре, и каждый день разделить тематически: продажи, маркетинг, стратегическое управление.*

**Николай Попов, начальник отдела продаж ООО «Промзащита»:**

*– Доклады очень понравились. В следующий раз приду более подготовленным. Знания будут уже более структурированы, будет конкретный ряд вопросов. На конференции понял, от чего стоит оказаться в моей работе и чем дополнить. К сожалению, работа не позволила посетить все доклады – периодически приходилось уезжать. В следующий раз обязательно направлю своих сотрудников – думаю, им тоже будет полезно посетить конференцию.*

**Вячеслав Лашкевич, исполнительный директор «Новолит-Восток»:**

*– Все доклады были построены по принципу «не как мы это делаем, а как вы это можете сделать сами». Конференция имеет больше практическую направленность. Каждый спикер был по-своему хорош. Конференция была бы полезна тем, кто принимает решения, – собственникам, директорам, руководителям подразделений. Очень полезным считаю организацию круглого стола с администрацией. Возникает много вопросов, требующих решения. Хочется донести до администрации проблемы, волнующие большинство предпринимателей. Немаловажно и неформальное общение. Это новые контакты, которые могут оказаться полезными в дальнейшем.*

