ПРОВЕДЕНИЕ СЕМИНАРОВ PREMIAL®

PREMIAL
FURNITURE COMPANY

Коммерческое предложение партнерам и представителям Premial®м в регионах РФ

Пара слов о компании

Компания «Премиал-Фурнитура» - один из федеральных поставщиков систем алюминиевого профиля для шкафов-купе и мебельных фасадов, кухонных моек и смесителей под собственной торговой маркой PREMIAL®

Семинары-презентации PREMIAL® - ключевой инструмент развития и укрепления партнерских отношений. Мы делимся с вами опытом успешно реализованных проектов на рынке мебельной фурнитуры и предлагаем совместное проведение маркетинговых мероприятий в вашем регионе.

На семинарах проходит обучение ваших клиентов, производителей мебели техникам продаж, что развивает как мебельный рынок региона, так и формирует лояльность к вашей компании.

PREMIAL® растет в регионах вместе с бизнесом своих партнеров, что является отличным результатом совместной работы!

Компания основана в 2008 году.

Торговая марка зарегистрирована в 2013 году.

Фотография: Лондонский зоопарк, Edward Grossi, 1958

Хотите увеличить ПРОДАЖИ?

На семинарах нашего формата собираются:

- **150-250** человек,
- не менее **50-150** компаний,

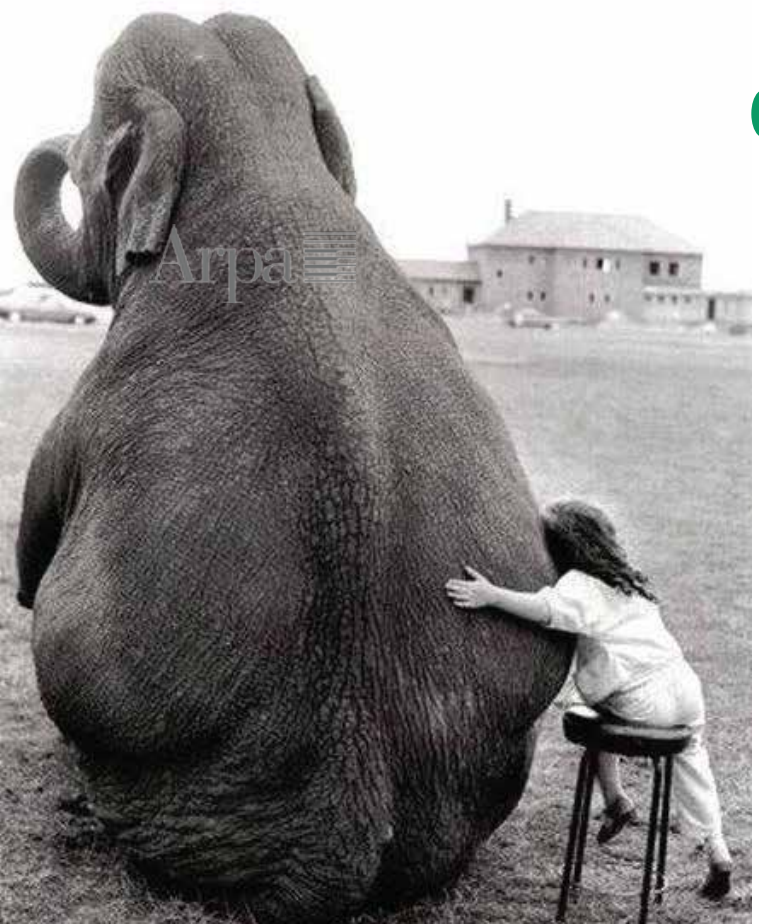
30% из них — новые контакты и потенциальные клиенты

Привлеките активную часть аудитории мебельных производителей и менеджеров салонов в вашем регионе, сэкономив на рекламе!

Предлагаем дилерам и представителям PREMIAL® в регионах РФ совместное проведение семинаров-презентаций для продвижения и развития.

Фотография: Getty image, 1938

Прислонись к великим брендам



Lamarty
EGGER
ABET LAMINATI
Unlimited selection
ViBO
AGT
HÄFELE
BOYARD
КЕДР
Группа производственных компаний
LEMAX
KERRON
KESSEBÖHMER
astil
BRASS
FGV
FORMENTI & GIOVENZANA
REHAU
Hettich
blum
KRONO
SWISS KRONO GROUP
samet
SiDAK
GTV
Lotti
G*GRASS

5 аргументов в пользу партнерских семинаров

Экономия и минимизация затрат	на продвижение и привлечение новых клиентов за счет пропорционального деления бюджета
Увеличение лояльной аудитории	за счет новых клиентов крупных брендов-партнеров
Повышение степени доверия	к вашей компании за счет участия федеральных брендов
Поддержка ваших продаж	за счет прозвона клиентов компании «Премиал» в регионе в преддверии мероприятия
Консолидация усилий	опыт и командная работа позволят сэкономить время и деньги

ПОЗВОНИТЕ НАМ, и мы совместно спланируем и проведем эффективное мероприятие с высокой отдачей в вашем регионе!

Наш формат

Время проведения: 2–6 часов
Перерывы: кофе-брейки
Розыгрыш: ценные призы

Количество человек: 100-300
Компаний: 50-100
Вместимость зала: до 300 чел.

Опыт показывает, что из 500 приглашенных потенциальных клиентов на семинар захотят прийти около 200, зарегистрируются на участие 130-150, а примут участие 50-70.

Приглашаем крупные мировые и федеральные бренды.

Оптимальное время — вторники и четверги весной и осенью.

Выбираем место проведения в центре города: в бизнес-центре, гостинице.

Программа семинара, тема и название должны быть суперактуальны.

Приглашаем эксперта или гуру мебельных продаж.

Баланс теоретической части и развлекательной программы.

Привлекаем активную часть аудитории — именно они станут реальными клиентами.

Пригласительное письмо рассылаем по электронной почте и раздаем в руки.

Делаем оригинальное приглашение на образце продукции для кинестетики.

Продумываем удобные способы регистрации на семинар.

Четкая, слаженная работа по привлечению и мотивации участников — ЗАЛОГ УСПЕХА в сборе широкой аудитории семинара.

Простая арифметика успеха

Лучшая иллюстрация преимуществ и выгод от организации семинара PREMIAL® — реальный пример одного из прошлогодних семинаров в городе-миллионнике:

3 организатора-партнера

Всего 700 приглашенных

По итогам первого телефонного звонка — 448 желающих

По итогам второго звонка на семинар зарегистрировалось 235 человек

На семинар пришли 163 человека из 79 компаний,

Из них 62 — новые клиенты,

37 из которых сделали первую покупку в течение двух месяцев после семинара

Моментальные продажи регионального партнера в течение первой недели, включая продажи по специальному предложению, составили

260 000 руб.

Общая смета расходов на проведение семинара —

180 000 руб.

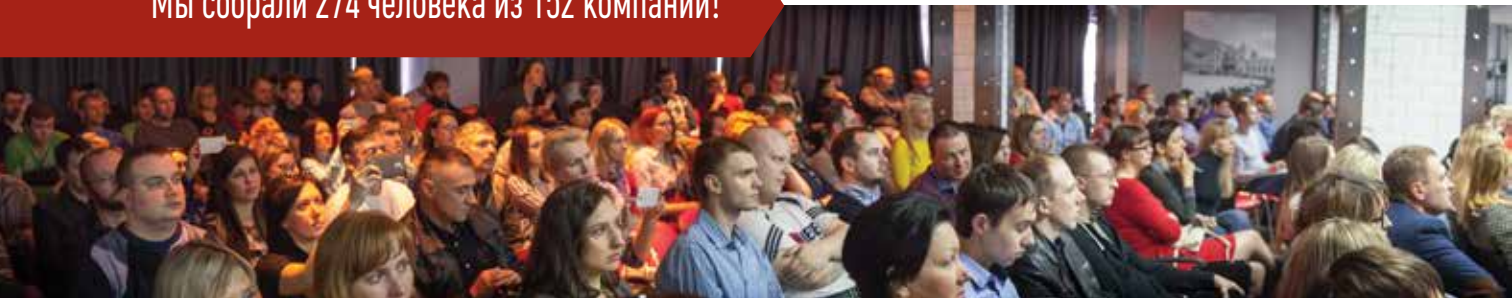
Расходы регионального партнера на семинар

не превысили 60 000 руб.

Фотография: Gregory Colbert; Ash, Nature and Snow

Нижний Новгород — Апрель 2017

Мы собрали 274 человека из 152 компаний!



Приглашенный эксперт — гуру мебельных продаж Александров С.А.

ОТЗЫВЫ ПАРТНЕРОВ

«Больше 140 компаний сегодня здесь, около 300 человек, сами видите - прошло «на ура». Только положительные эмоции!»

Александр Прошутинский,
директор Нижегородского офиса Lamarty

Организаторы: Lamarty, PREMIAL FURNITURE COMPANY, FGV FORMENTI & GIOVENZANA, ЭКСПЕРТ.COMplekt мебельные технологии

Уфа — Апрель 2017

Семинар-презентация «Технологии обработки стекла и алюминиевый профиль для шкафов-купе»

Крупнейший мировой производитель стекла

AGC GLASS UNLIMITED

ЗАЗЕРКАЛЬЕ
стекольная компания

Партнер PREMIAL® в Башкортостане

Длительность: 3 часа

В семинаре приняли участие
137 человек из 97 компаний.

10 ошибок проведения семинаров, которых можно избежать:

«Зачастую мы находимся в какой-то своей текучке, занимаемся срочными делами, забываем посмотреть со стороны на собственный бизнес. Некоторые настолько зашорены, что не могут пообщаться, понять интересы партнеров... Подобное мероприятие – площадка для идей»

Александр Коваль,
владелец компании «Премиал»

1. Пригласить только по электронной почте и не звонить приглашенным
2. Пригласить только своих активных клиентов, которые и так покупают у вас
3. Раздать обычные бумажные приглашения или не раздавать вовсе
4. Выбрать маленький зал далеко от центра и без парковки
5. Запланировать 10 скучных часовых выступлений
6. Не устраивать кофе-брейки и фуршет
7. Не проводить розыгрыш призов и не дарить подарки
8. Не заказывать фото- или видеосъемку
9. Не устраивать специальную акцию для участников семинара
10. Попытаться организовать все в одиночку...

КАК ПРОВЕСТИ ПАРТНЕРСКИЙ СЕМИНАР МАКСИМАЛЬНО ЭФФЕКТИВНО В 5 ШАГОВ?

Шаг 1. Подайте заявку на сайте seminar-furniture.ru

Шаг 2. Мы свяжемся с вами: уточним детали и «сверим часы»

Шаг 3. Составим и обсудим план организации семинара

Шаг 4. ПРОКОНСУЛЬТИРУЕМ ВАС НА КАЖДОМ ЭТАПЕ ПОДГОТОВКИ

Шаг 5. Проведем эффективное мероприятие вместе!

Программа семинара

Программа семинара определяется целью. Название и тема семинара должны быть суперактуальные, животрепещущие, мотивирующие на посещение.

Приглашенный эксперт или гуру мебельных продаж — это важный и привлекательный образ для активной категории аудитории.

Длительность семинара зависит от программы: семинар-тренинг должен быть рассчитан минимум на 6 часов. Семинар-презентация — 3 часа.

Сбалансированный план мероприятия: после информационно насыщенной теоретической и презентационной части должна быть развлекательная программа и розыгрыш призов.

Кофе-брейки и фуршет обязательны!

Открывает и завершает семинар вступительное слово организаторов с приветствиями и заключительное с подведением итогов соответственно.

Презентации - в едином стиле, важные и интересные. Образцы продукции как раздаточный материал — кинестетика, дополняющая презентацию.

Развлекательная часть: реальная ценность призов на розыгрыш, дорогие сувениры с логотипом. Фуршет: общение и обмен мнениями. Музыкальный фон.

«Это не то чтобы полезно, это нужно! Мы видим, как сейчас трудно простым компаниям, которые хотят, но не знают. Могут, но не умеют... Поэтому мы хотим помочь, рассказать... и задать тем самым новый ритм жизни»

Алексей Богатков,
директор компании «Эксперт-Комплект»

Организация семинара

«В первую очередь семинары важны для того, чтобы люди в регионах знали о новых трендах, о новинках. К сожалению, очень мало мебельщиков в регионах посещают выставки, которые проходят в Москве, а тем более — в Кельне, в Италии. Мы для этого и организуем эти мероприятия, чтобы люди могли познакомиться с новым продуктом и пообщаться с нами»

Валентина Мурина,
начальник отдела продаж компании «Lamarty»

Разделить и минимизировать затраты на мероприятие позволят консолидация усилий и организаторская поддержка крупных, хорошо узнаваемых брендов-партнеров.

Оптимальное время проведения — вторники и четверги весной и осенью. Не стоит назначать мероприятие перед праздниками и во время отпусков – это риск потерять часть аудитории.

Место проведения семинара должно быть известным, доступным, удобно расположенным, обязательно с парковкой. Хороший вариант — конференц-зал в бизнес-центре, гостинице или ресторане.

Организация: кейтеринг, фотосъемку, музыкальное сопровождение, проекционное оборудование закажите заранее.

Регистрация участников семинара — найдите компромисс между искусственным ажиотажем и хаотичной очередью.

Анкета участника должна быть краткая и полезная.

В холле и на сцене — мобильные стенды и **экспозиция** образцов продукции. В **Пакете участника** — блокнот и ручка с логотипом, каталоги, буклеты, образцы продукции.

Организуйте **сбор жетонов с призовыми номерами** для проведения розыгрыша. Отслеживать их количество необходимо для оценки посещаемости и эффективности работы команды организаторов.

Привлечение аудитории

Пригласительное письмо делаем стильное, визуально привлекательное. Письмо **рассылаем** по электронной почте и **раздаем** в конвертах с логотипом. Размещение письма на сайте поможет собрать участников семинара.

Оригинальное, но уместное приглашение (гравировка или наклейка на образце продукции) мотивирует до семинара и будет работать после него, благодаря кинестетике.

Приглашаем не только реальных, но и **потенциальных клиентов.** Именно они станут «локомотивом» продаж по итогам семинара.

После рассылки письма в течение месяца до мероприятия необходимо минимум **трижды прозвонить базу** приглашенных: подтверждение получения, регистрация на семинар и напоминание накануне.

Запускаем серию писем приглашенным после регистрации на семинар: благодарим, информируем о специальных ценах, напоминаем о семинаре, благодарим по итогам мероприятия.

Мотивацию принять участие вызывает и **простой выбор способа регистрации на семинар** — по телефону, по электронной почте, в приложении TimePad на смартфоне, или на отдельном сайте семинара.

Специальное предложение

Важное условие — проведение акций для участников семинара.

Специальным предложением до или после семинара подогреваем интерес к бренду, продукту, наращиваем продажи, а также отслеживаем эффективность и активность аудитории по итогам мероприятия.

Акция может быть ценовой - спецпредложение на некоторые позиции в прайсе, или **пакетной** - предложением на покупку группы товаров для увеличения объема продаж. Разрабатывать специальное предложение лучше совместно с брендами-партнерами, чтобы акция была **ощутимо выгодной** для участников семинара.

Сроки проведения акции — с момента регистрации или со дня семинара и в течение месяца-двух после мероприятия.

Ограничивать предложение — лучший способ активизировать действия аудитории.

Фотография: Queenie, Water skiing Elephant in California,1950

Информационная поддержка

Сайт для семинаров PREMIAL® www.seminar-furniture.ru

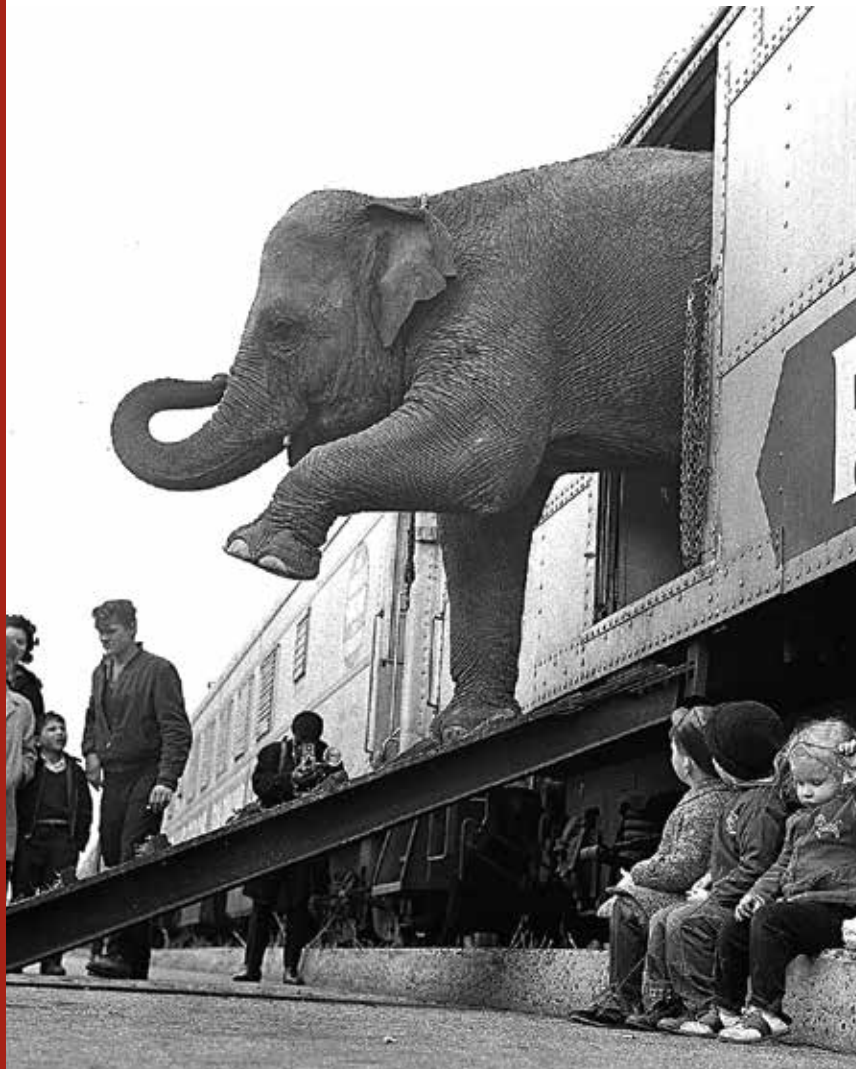
Мы размещаем информацию о совместном семинаре в разделе «Новости» на корпоративном сайте компании и сайтах брендов-партнеров. Информация с анонсом семинара и фотоотчет по итогам семинара с ссылкой на вашу интернет-страницу публикуется на специальном сайте семинаров PREMIAL®

Корпоративное издание НАШ ПРОФИЛЬ PREMIAL®

Мы обязательно опубликуем фотоотчет и большой репортаж с вашего семинара в нашей корпоративной газете, которая выходит каждые 2 месяца и распространяется по всей стране.

Публикации о семинарах в мебельных изданиях и на форумах

Сделать
первый шаг просто



8-800-222-90-37

info@seminar-furniture.ru

www.seminar-furniture.ru