ЧТО ВХОДИТ ВО ФРАНЧАЙЗИНГОВЫЙ ПАКЕТ И СТОИМОСТЬ

МАСТЕРСКАЯ ЭМОЦИЙ

I. КАК ДЕЛАТЬ БИЗНЕС

1. Бизнес план-старт
О том, как устроен бизнес в целом, как он функционирует, как его развивать, с чего начать

2. Схема работы бизнес процессов
Как выглядит процесс работы с момента обращения клиента и до конца

3. Календарный план открытия
Какие предварительные работы нужно провести до старта продаж и сколько времени они должны занимать

4. Система аналитики показателей бизнеса
Как измерить бизнес. Метрики, по которым мы определяем эффективность работы бизнеса в целом и его частей.

5. Сбор и обработка информации с мероприятий
Что остается нам после каждого мероприятия и что с этим делать

6. Рук-во по сбору ОС
Собираем мнения клиентов и не только о том, что и как мы делаем

7. Рук-во по подбору персонала
Где найти сотрудников, как выбрать

8. Система мотивации персонала
Кому, когда и сколько платить, штрафовать

II. УСЛУГИ

1. Сценарии мероприятий
Вы получите готовые сценарии, наработанные нами за почти 5 лет работы, Вам сразу будет, что предложить клиентам.

2. Список возможных услуг
Свидание на крыше, предложение руки, выписка из роддома итд

3. Разработка бизнес портфеля

На основе анализа вашей территории, ваших возможностей, конкурентов и особенностей вашей ситуации, мы вместе с вами определим набор услуг, сценариев, которые подойдут именно вам и цены, по которым их лучше всего продавать.

4. Портфолио

Отзывы и кейсы довольных клиентов. Фото и видео прошлых мероприятий.

III. ПРИВЛЕЧЕНИЕ КЛИЕНТОВ И ПАРТНЕРОВ

1. Карта ниши

Список площадок, где можно разместить информацию с целью привлечения клиентов и\или подрядчиков. Например, реклама на телевидении, в интернете, раздача листовок итд.

2. Макеты листовок

Раздаточные материалы для людей. Одни выдаем партнерам и случайным прохожим, с целью привлечь клиентов, другие выдаем своим клиентам, чтобы клиенты обращались повторно и рекомендовали на своим друзьям.

3. Макеты визиток

4. Сайт под ключ

Как наш, только с вашими услугами и ценами (make-emotions.ru)
Совместно с франчайзи разрабатывается сайт на поддомене (город.make-emotions.ru) с учетом особенностей города.
Дизайн высшего уровня, адаптивная верстка (корректное отображение не только на ПК, но и на мобильных устройствах, планшетах)
Наполнение сайта всей необходимой информацией.
Создание разделов: Главная, отзывы, блог, карточки услуг Формы регистрации с возможностью отслеживать источники привлечения клиента.
Подключение аналитики сайта: Яндекс метрика, Google analytics

5. Сео оптимизация

6. Создание профессиональной рекламной кампании в Яндекс Директе по целевым и околоцелевым запросам.

7. Создание отдельных кампаний РСЯ (Рекламная Сеть Яндекс) и ретаргетинг.

8. Создание профессиональной контекстной рекламы в GoogleAdwords по целевым и околоцелевым запросам.

9. Создание отдельных кампаний КМС (Контекстной Медийной Сети Google), ретаргетинг.

10. Аналитика и дальнейшая работа с контекстной рекламой.

IV. ПРОДАЖИ

1. Рук-во по проведению встреч

Как сделать, чтобы клиент купил и внес деньги при первой встрече с вами (по статистике, если человек с нами встретился, то с вероятностью 89% он покупает у нас что-либо)

2. Рук-во: Как подобрать клиенту подходящий сценарий

3. Чек-лист: звонок по заявке

Проверка: качественно ли продажник разговаривает с клиентом по телефону

4. Скрипты продаж

Готовые речевые заготовки, сценарии разговоров с клиентами в формате:
Менеджер говорит: « ...»
Если клиент ответил: «....», то надо произнести такую фразу: «...», а если ответил по-другому, то скажи вот это: « ...»

5. Задачи продажника и их приоритетность

6. Основные возражения и варианты их обработки

Если вы предложили клиенту услугу, а он возражает: «я подумаю» или «это слишком дорого» или «в другой раз», есть 2 варианта: 1) Сказать « хорошо, надумаете – звоните» 2) Сказать нечто такое, после чего клиент внесет деньги прямо сейчас. В этом файле 30 самых распространенных в нашей сфере возражений и конкретные фразы, которыми нужно на них ответить

7. Вопросы для выявления потребности

У вас будут десятки или сотни разных сценариев, Задав эти вопросы клиенту, вы поймете, какой именно сценарий понравится клиенту и сколько он готов за него заплатить.

8. Обучение: продажи переговоры

Учимся устанавливать контакт с любым человеком, вызывать доверие и быть приятным собеседником. Учимся задавать вопросы так, чтобы определить то, что человек хочет и сколько готов за это заплатить. Учимся так красиво рассказывать, что человек захочет. Учимся обрабатывать возражения, убеждать, уговаривать. Учимся брать с людей деньги и оставаться в хороших отношениях в случае отказа.

V. ОРГАНИЗАЦИЯ МЕРОПРИЯТИЙ

1. Рук-во по организации мероприятий: подготовка и проведение

2. Рук-во по работе с подрядчиками: от поиска до отлаженной системы

3. Обучение: организация мероприятий

4. Чек-листы по организации
Список пунктов, напротив каждого ставим галочку «сделано», во время организации, например: позвонить фотографу, зарядить телефон, купить лепестки роз итд

VI. ТЕХНИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

1. IP телефония
С возможностями записи разговоров, отслеживания пропущенных вызовов и распределения звонков между менеджерами.

2. CPM-система
Программа, в которой удобно работать с базой клиентов. Можно ставить задачи и следить за их выполнением. Анализировать продажи, отчеты по сотрудникам и сделкам.

3. Рук-во: ведение CPM

4. Как проверить пропущенные вызовы в телефонии

5. Корпоративная почта
Фамилия@город.make-emotions.ru

VII. ЮРИДИЧЕСКИЕ ВОПРОСЫ

1. Пакет документов для работы с клиентами

2. Инструкция по открытию юр. Лица

3. Как работать с договором

4. Юридическая поддержка
По необходимости наш очень сильный штатный юрист проконсультирует

VIII. ПОДДЕРЖКА

1. Поддержка 24\7

Мы с вами становимся бизнес-партнерами. На протяжении всего времени сотрудничества мы будем рядом с вами и во всем вам помогать.

2. Централизованная инфо поддержка

Полезная информация ото всех партнеров: какая реклама сработала в г. Орел, Как ребята из Саратова умудрились продать услугу за 300 000 рублей итд Помогаем друг другу, делимся опытом.

3. Централизованная рекламная поддержка

Например, Обмен клиентами между регионами, реклама общего бренда «Мастерская Эмоций», кто-то сделал новый дизайн флаеров – поделился итд

4. Творческая поддержка в разработке индивидуальных сценариев

Бывает, попадаются клиенты, которым ничего не подходит, все вместе придумываем идеи

5. Возможность работать через специалистов других регионов

Например, монтаж видео-ролика подготовку поздравлений и пр. может сделать видеооператор из другого города

6. Эксклюзив на регион

Больше никто не будет работать с названием «Мастерская Эмоций» в вашем регионе и не получит от нас никакой полезной информации

7. Товарный знак и фирменный стиль

Вы сможете работать под названием «Мастерская Эмоций», пользоваться всеми нашими наработками, как своими собственными, в том числе фотографиями, отзывами наших клиентов, сценариями мероприятий, кейсами, достижениями, репутацией, результатами рекламных кампаний и маркетинговых исследований итд