

# ГАРАНТИРОВАННЫЙ РОСТ В ЭПОХУ AI-ХАОСА: классические маркетинговые инструменты, которые работают всегда

Валерий Меркулов

Соучредитель и CEO | AIRmarketing, Беларусь



# AI-ХАОС 2026

Контента  $\times 10$

Скорость  $\times 5$

Конкуренция  $\times 3$

Внимание клиента  $\div 2$



**AI усиливает всё**



# AI усиливает всё

Вопрос — что именно?

# Что не заменит AI

- ✦ Формулу успеха
- ✦ Понимание клиента
- ✦ Ценность
- ✦ Дисциплину реализации



A raised fist is centered in the image, set against a dark background with several bright, jagged lightning bolts striking across it. The fist is rendered in a dark, semi-transparent style, blending with the background. The text is overlaid on the fist and background.

**В эпоху AI выигрывают те,  
кто силён в базе**

# МАРКЕТИНГ ГАРАНТИРОВАННЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ

ИГОРЬ  
МАНН

ЮЛИЯ  
ВЕРКОВИЧ

МАРИЯ  
МАЛЕЙКО

ПАВЕЛ  
МАТВЕЕВ

ВАЛЕРИЙ  
МЕРКУЛОВ

# 15

шагов к росту  
узнаваемости,  
продаж  
и лояльности  
клиентов

В корзину

- ✦ 90 дней
- ✦ Формула успеха (черновик)
- ✦ Понимаем клиента
- ✦ Прорабатываем конкурентов
- ✦ Брендинг на минималках
- ✦ Улучшаем точки контакта
- ✦ Повышаем узнаваемость компании
- ✦ Копаем возможности продуктового маркетинга

- ✦ Качаем каналы продаж
- ✦ Работаем с ценами
- ✦ Привлекаем новых клиентов
- ✦ Правильно работаем с клиентской базой
- ✦ Удерживаем клиентов
- ✦ Возвращаем клиентов
- ✦ Прорабатываем тренды маркетинга

+ синхронизируемся

## ★ 90 ДНЕЙ

Формула успеха (черновик)

Понимаем клиента

Прорабатываем конкурентов

Брендинг на минималках

Улучшаем точки контакта

Повышаем узнаваемость  
компании

Копаем возможности  
продуктового маркетинга

Качаем каналы продаж

Работаем с ценами

Привлекаем новых  
клиентов

Правильно работаем  
с клиентской базой

Удерживаем клиентов

Возвращаем клиентов

Прорабатываем тренды  
маркетинга

+ подводим итоги стратсессии

ИГОРЬ МАНН · РОМАН ЗЕМЦОВ



ДНЕЙ

Книга  
10

ПРОСТАЯ ТЕХНИКА, КОТОРАЯ ДЕЛАЕТ МАРКЕТИНГ  
МАКСИМАЛЬНО ЭФФЕКТИВНЫМ

pdf

epub

mobi

fb2

90 дней — 1

ГК В\*\*\*\*\*

1 сентября - 30 ноября 202\*

#### БРЕНДИНГ

1. сделать новое позиционирование для конечного пользователя
2. сделать позиционирование для партнеров  
«можно хорошо заработать + суперкачество»
3. сделать шильдик «традиции/лечим с 1\*\*\* года»
4. запустить **рестейминг** ГК
5. провести кампанию «питьевая - минеральная»
6. сделать внутреннее позиционирование «компания, с которой просто работать» (и в которой просто работать) - опросы **YellMarket** (самая bestолковая вещь, которая мы делаем

#### ПРОДУКТОВАЯ ЛИНЕЙКА

7. сделать аудит - целевые аудитории/ ситуации потребления/размер...
8. визуализировать продуктовый портфель
9. **развести воду и неводу**
10. **сделать аудит упаковки**
11. просчитать проект «вода для яппи»
12. **сделать шильдик «традиции с 1\*\*\* года»**
13. удлинить срок годности  
упор на правильность хранения

#### ИНСТРУМЕНТЫ ПРОДВИЖЕНИЯ

14. провести упражнение «КНР тест»
15. провести упражнение «можно лучше»
16. приземлить на ГК подход «Продает каждый»

#### ОНЛАЙН МАРКЕТИНГ

17. сделать аудит сайта (тексты, видео, сервисы, юзабилити) с Лидмашиной
18. сделать аудит SMM с Лидмашиной
19. попробовать для молодежи **ТикТок**

#### ИНСТРУМЕНТЫ МАРКЕТИНГА ДЛЯ ПОДДЕРЖКИ ПРОДАЖ

20. сделать план захвата региональных рынков (пилот на **малоперспективных**) - **биллборды**

21. сделать документ «У нас хороший сервис и в **тц** надежная доставка» (сайт и компред)
22. показать партнерам ценность (а не просто говорить)
23. сделать каталоги акций для покупателей, сетей и дилеров
24. освоить выгодский язык (тренинг/ закрепление)
25. провести мозговой штурм «конкурент-терминатор»
26. провести 4 мозговых штурма «Работаем ББДЧ!»
27. запустить PR кампанию «Наше минеральная вода лечит»
28. сделать чек-лист запуска (внутреннего и внешнего) товаров-новинок
29. сделать первый годовой отчет положительных эмоций
30. провести аудит CRM
31. сделать проект «больше видео»  
начать с «как мы делаем нашу воду - от и до»

#### ЛОЯЛЬНОСТЬ ПАРТНЕРОВ

32. провести опрос NPS
33. упростить договор
34. провести первый клуб партнеров  
золотые партнеры - их опыт
35. запустить внутреннюю программу «Идеальный торгпред»

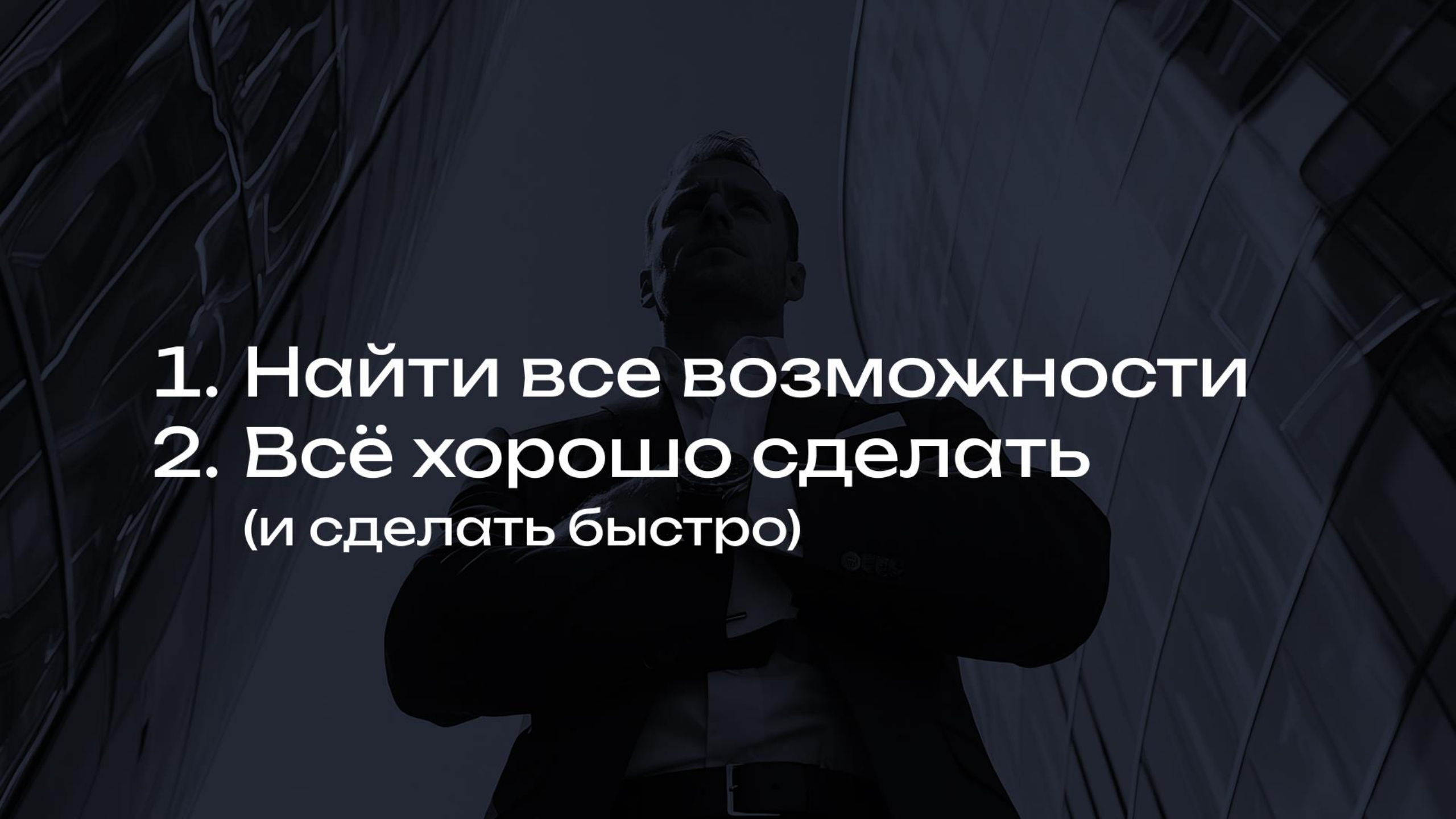
#### СЛУЖБА МАРКЕТИНГА

36. выделить бюджет на самообучение
37. провести аудит маркетинга

A man in a dark suit and white shirt is shown from the chest up, looking upwards and to the right. He has a watch on his left wrist. The background consists of draped, light-colored fabric, possibly a tent or a large piece of cloth, creating a textured, geometric pattern. The overall lighting is dim, with the man's face and shirt providing the main light source.

гарантировано

**Чтобы вырасти на нужно...**

- 
- 1. Найти все возможности**  
**2. Всё хорошо сделать**  
(и сделать быстро)

Клиенты/партнеры  
Каналы продаж  
Решения  
Цены

- 1. Найти **все** ВОЗМОЖНОСТИ**
2. *Всё хорошо сделать*  
(и сделать быстро)



## I. КЛИЕНТЫ/ПАРТНЕРЫ

### Привлечь новых

1. Кто наш клиент Маккей 66/кто не наш...
2. Брендинг на минималках «почему мы?» лого название...
3. Увеличить узнаваемость компании
4. Улучшить точки контакта
5. Усилить лидген по целевым КНР можно лучше AIDA+ риски...
6. Новые сегменты ж-версия, дети, взрослые, питомцы...
7. Взрастить дети, студенты
8. Новые территории города/страны
9. Конкуренты делают они не делаем мы перехват закрыть

### Лучше работать с базой

10. Продавать ББДЧ
11. Побороть вороВку + касаться будить недоклиенты
12. Растить клиентов наВыроСт

### Удерживать/Вернуть

13. Боремся с оттоком/антиотток
14. Считаем стоимость клиента на всю жизнь + 3 возможности
15. Стартуем клиентоориентированность без бюджета
16. Возвращаем клиентов

## II. КАНАЛЫ ПРОДАЖ

17. Аудит существующих мотивация работать лучше
18. Включить новые 16 возможных + продает каждый!

## III. РЕШЕНИЯ

19. Аудит портфеля продукты услуги сервисы впечатления — что мы продаем и что они покупают?
20. ЖЦП блокбастер бестселлер лонгселлер не «тухнет» заменители нет каннибализации

### Уже есть

21. Сокращаем ABC/VEN-анализ
22. Сезонность
23. Неликвиды
24. Подача карта УТП выгодский язык рич-контент
25. Продвижение решение месяца бесплатно маяк в работе пакеты
26. Продажи стимулирование продаж ап/кросс/даун сел коллаб


### Новинки

27. Делаем голубой океан/метод не
28. Делаем блокбастеры план запуска

## IV. ЦЕНЫ

29. Снизить/поднять ценность!
30. Улучшить восприятие прайсхаки

- + **Бонус:** тренды маркетинга
- + **По ситуации мозговые штурмы:** терминатор; почему им (не) нравится работать с нами; почему они не покупают/еще не купили

- 
1. Найти все возможности
2. **Всё хорошо сделать**  
(и сделать быстро)

+ синхронизируемся

90 дней

## ✦ **ФОРМУЛА УСПЕХА (черновик)**

Понимаем клиента

Прорабатываем конкурентов

Брендинг на минималках

Улучшаем точки контакта

Повышаем узнаваемость  
компании

Копаем возможности  
продуктового маркетинга

Качаем каналы продаж

Работаем с ценами

Привлекаем новых  
клиентов

Правильно работаем  
с клиентской базой

Удерживаем клиентов

Возвращаем клиентов

Прорабатываем тренды  
маркетинга

+ подводим итоги стратсессии

A black book cover with gold text. The text is arranged in three lines: 'ФОРМУЛА', 'УСПЕХА', and 'БИЗНЕСА'.

ФОРМУЛА  
УСПЕХА  
БИЗНЕСА

**Что для нас успех?  
В чем секрет успеха?**

Сфокусироваться.  
Делать нужное.  
И не делать ненужное.

## Что это?

- ✦ **Формула успеха** — это набор верхнеуровневых факторов, помогающих компании достичь нужных показателей (в 90% случаев это рост оборота).



## Что это?

- ✦ **Формула успеха** — это набор верхнеуровневых факторов, помогающих компании достичь нужных показателей (в 90% случаев это рост оборота).

## Зачем нужна?

- ✦ **Фокусирует на важном, нужном и полезном** — и позволяет не делать фигню.
- ✦ **Вы набираете компетенции в каждой ветке** и растете быстрее конкурентов.

## Что это?

- ✦ **Формула успеха** — это набор верхнеуровневых факторов, помогающих компании достичь нужных показателей (в 90% случаев это рост оборота).

## Зачем нужна?

- ✦ Фокусирует на важном, нужном и полезном — и позволяет не делать фигню.
- ✦ Вы набираете компетенции в каждой ветке и растете быстрее конкурентов.

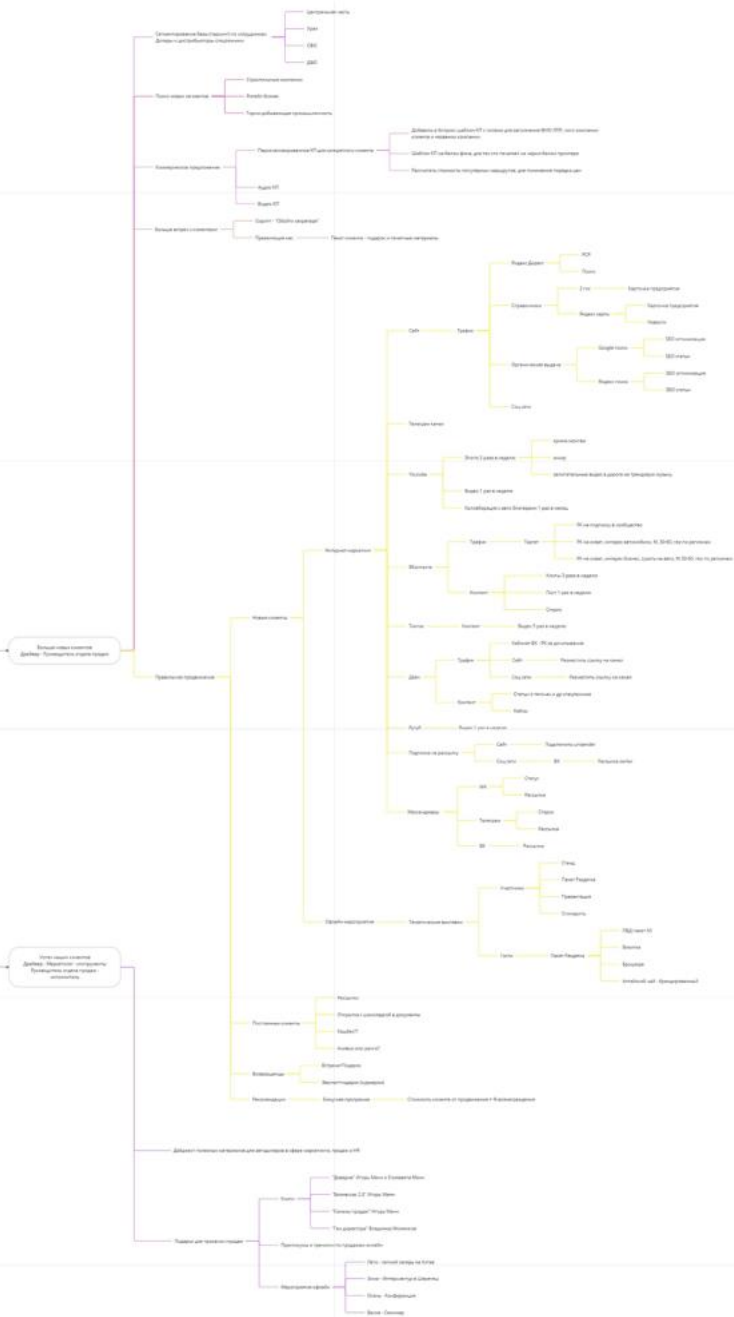
## Как ее сделать?

- ✦ **Инсайт:** хоп! — и придумали.
- ✦ **Мозговой штурм:** поработали командой — и придумали.

# КАК-ТО ТАКИ



## Формула успеха



Шаг 1

Сделать формулу

# Ритейл рост оборота

- ✦ Входной поток больше
- ✦ Выше конверсия «зашел — купил»
- ✦ Выше средний чек



## КОНСАЛТИНГОВАЯ КОМПАНИЯ

Высокая узнаваемость +  
Большой портфель услуг/продуктов +  
Высокие цены

## ИЗДАТЕЛЬСТВО

Большой портфель блокбастеров/бестселеров +  
Клиенты-фанаты +  
Больше каналов продаж

## ДЕВЕЛОПЕР (многоэтажки)

Большой земельный банк качественных площадок +  
Интересные проекты +  
Нужный темп реализации построенного жилья +  
Счастливые жители

## ДЕВЕЛОПЕР (загородка)

Хорошее место +  
Хороший дом +  
Счастливая семья покупателя

## ТРЦ

100% заполняемость +  
Счастливые арендаторы

## КОУЧ

Высокая узнаваемость +  
Фантастические результаты клиентов

## ТОЧКА В ТЦ

Большой входной поток +  
Высокая конверсия «зашел-купил» +  
Высокий средний чек +  
Повторные визиты/покупки

## АГЕНТСТВО НЕДВИЖИМОСТИ (первичка)

Большое количество первичных обращений +  
Приемлемая стоимость лида +  
Продажи по рекомендациям +  
Отличные отношения с девелоперами

## АГЕНТСТВО НЕДВИЖИМОСТИ (первичка и вторичка)

Классная команда +  
Удвоение клиентской базы +  
Счастливые клиенты

## СТОМАТОЛОГИЯ

100% запись + 100% удовлетворенность

## КОМПАНИЯ РИТЕЙЛЕР

Больше входной поток целевых клиентов +  
Выше конверсия «зашел — купил» +  
Выше средний чек +  
Быстрое оформление сделки +  
Больше повторных визитов/покупок  
клиенты становятся фанатами и рекомендуют

## Шаг 2 Проверить формулу

- ✦ Есть четкая цель бизнеса
- ✦ В формуле нет лишнего
- ✦ Важное не забыли
- ✦ За каждым элементом закреплен драйвер
- ✦ Есть дата создания



## Шаг 3

# Декомпозировать каждую составляющую формулу

### **Большой входной поток новых клиентов:**

правильное продвижение +

правильная локация +

максимальный стоп-поток +

максимальное количество повторных визитов



## Шаг 4

## Декомпозировать декомпозицию :)

### Правильное продвижение:

правильные каналы коммуникаций +

правильные сообщения +

правильный бюджет +

правильный тайминг +

правильная работа с лидами



## Шаг 5

# Назначить драйвера за каждым верхнеуровневым фактором



Больше абонентов



Выше ARPU



Ниже отток



## Шаг 6

## Помнить о формуле!

- ✦ плакат в кабинетах/на рабочих местах
- ✦ настольная табличка на рабочих столах
- ✦ заставка на компьютерах/смартфонах
- ✦ текст на обороте визиток
- ✦ часть резюме стратегии
- ✦ книга «Формула ценности» на столе



+ синхронизируемся

90 дней

Формула успеха (черновик)

## ✦ **ПОНИМАЕМ КЛИЕНТА**

Прорабатываем конкурентов

Брендинг на минималках

Улучшаем точки контакта

Повышаем узнаваемость  
компании

Копаем возможности  
продуктового маркетинга

Качаем каналы продаж

Работаем с ценами

Привлекаем новых  
клиентов

Правильно работаем  
с клиентской базой

Удерживаем клиентов

Возвращаем клиентов

Прорабатываем тренды  
маркетинга

+ подводим итоги стратсессии

# КАК МИНИМУМ:

- ★ Знаем, кто клиент (его аватар)
- ★ Знаем все виды НАШИХ клиентов
- ★ Выжимаем из клиентов всё
- ★ Знаем о них максимум
- ★ не работаем с неправильными/не нашими клиентами

сотрудники

**ВНУТРЕННИЕ**

## ВИДЫ КЛИЕНТОВ

**ВНЕШНИЕ**

- ✦ **агентства** маркетинговые, рекламные, кадровые...
- ✦ **акционеры**
- ✦ **аутсорсинговые компании** транспорт, ЦОВ, клининг, безопасность...
- ✦ **бизнес партнеры** сети, реселеры, дилеры, агенты...
- ✦ **благотворительные организации**
- ✦ **бывшие сотрудники**
- ✦ **волонтеры**
- ✦ **вузы**
- ✦ **государство**
- ✦ **инвесторы**
- ✦ **кандидаты**
- ✦ **коллеги из других отраслей**
- ✦ **конкуренты**
- ✦ **консультанты**
- ✦ **лидеры мнений**
- ✦ **местная администрация**
- ✦ **министерства и ведомства профильные**
- ✦ **НИИ**
- ✦ **общественность**
- ✦ **общественные организации**
- ✦ **отраслевые эксперты**
- ✦ **подрядчики**
- ✦ **покупатели**
- ✦ **поставщики**
- ✦ **профессиональные сообщества/ассоциации**
- ✦ **регулирующие органы**
- ✦ **СМИ** пресса и новая пресса — блогеры, влогеры...
- ✦ **совет директоров**
- ✦ **стратегические альянсы**
- ✦ **финансовые аналитики**
- ✦ **финансовые партнеры** банки, страховые/лизинговые компании...
- ✦ **фонды** культурные и благотворительные
- ✦ **F&F** друзья и члены семьи

**КЛИЕНТЫ.  
ВЫЖМИ  
ИЗ НИХ  
ВСЁ!**

- ★ **ПОКУПАЕТ**
- ★ **Продает** — см. «Продает каждый!» 14 способов
- ★ **Дает обратную связь** — см. «Фидбэк»
- ★ **Опционер** — распределение доходов
- ★ **Оценивает** — покупателей  
— сотрудников  
— решения
- ★ **Создает** — продукт/ведущий пользователь  
— контент/
- ★ **Поддерживает новых клиентов** — техподдержка
- ★ **Придумывает** — что надо — проводим конкурсы
- ★ **Рекламирует** — рекламный контракт с клиентом
- ★ **Рекомендует** — бренд-амбассадор  
— это бесплатно! от сердца!
- ★ **Тайный покупатель** — и не тайный
- ★ **Развивает отрасль** — группа развития отрасли
- ★ **Развивает компанию** — член совета директоров  
— участник мозгоштурмов и стратсессий

**РОЛИ КЛИЕНТА.  
ВПЕЧАТЛЯЕТ!**

# НЕ НАШ КЛИЕНТ

## Поведение

- ✦ **хам** матерится, скандалит, накаляет атмосферу, намеренно портит отношения
- ✦ **выносит мозг вам и вашей команде**
- ✦ **портит настроение**
- ✦ **всегда и всем недоволен**
- ✦ **неадекват** мат, скандалист, харассмент, сексист, агрессор, пранкер, накаляет атмосферу

## Отношение

- ✦ **дискредитирует в глазах других покупателей**
- ✦ **крадет время**
- ✦ **вор/мошенник**
- ✦ **обманывает, вводит в заблуждение**
- ✦ **«умник»** пытается вас научить «жить»

## Бизнес подходы

- ✦ **платит плохо** задерживает платежи, дебиторит
- ✦ **требует много и сразу** «дайте всё быстро, качественно, недорого»
- ✦ **покупает редко и мало**
- ✦ **«конские» условия договора**
- ✦ **уводит в минус при сделке**
- ✦ **перебежчик за низкими ценами**

**ЗАБИРАЮТ**

**МАРЖУ**

**ЭНЕРГИЮ**

**РЕСУРСЫ**

**ВНИМАНИЕ**

**ВРЕМЯ**

**как?**  
**УВОЛЬТЕ ИХ —  
И ВЫ ПОЛУЧИТЕ**

**ВРЕМЯ**

**РАДОСТЬ**

**СПОКОЙСТВИЕ**

**И...**

**Ex-вампиры  
уходят к вашим  
конкурентам  
и теперь всё это  
теряют они**

**МАРЖУ**

**ЭНЕРГИЮ**

**РЕСУРСЫ**

**ВНИМАНИЕ**

**ВРЕМЯ**

+ синхронизируемся

90 дней

Формула успеха (черновик)

Понимаем клиента

## ✦ **ПРОРАБАТЫВАЕМ КОНКУРЕНТОВ**

Брендинг на минималках

Улучшаем точки контакта

Повышаем узнаваемость  
компании

Копаем возможности  
продуктового маркетинга

Качаем каналы продаж

Работаем с ценами

Привлекаем новых  
клиентов

Правильно работаем  
с клиентской базой

Удерживаем клиентов

Возвращаем клиентов

Прорабатываем тренды  
маркетинга

+ подводим итоги стратсессии

A man in a dark suit and tie is shown from the chest up, looking intently at the camera. He is sitting at a table with a chessboard and several chess pieces in front of him. The lighting is dramatic, with strong highlights on his face and suit, and deep shadows elsewhere. The overall tone is serious and strategic.

**Кто конкуренты?**  
**Кто конкурент №1?**

# КОНКУРЕНТЫ

- ★ **ЗНАТЬ ВСЕХ: ПРЯМЫХ И КОСВЕННЫХ**
- ★ Мониторить регулярно
- ★ Коллег знать лично
- ★ Отличаться
- ★ Вызывать зависть
- ★ «Заимствовать с гордостью!»
- ★ Уважать добросовестная конкуренция
- ★ Не подставляться
- ★ Лидировать
- ★ Не расслабляться
- ★ Перехватить клиентов

те, с кем сравнивают

**ПРЯМЫЕ**

**ПОТЕНЦИАЛЬНЫЕ**

диверсификация

**КОНКУРЕНТЫ**

**КОСВЕННЫЕ**

те, кто претендует  
на деньги вашего клиента

# КОНКУРЕНТЫ

- Знать всех: прямых и косвенных
- МОНИТОРИТЬ РЕГУЛЯРНО**
- Коллег знать лично
- Отличаться
- Вызывать зависть
- «Заимствовать с гордостью!»
- Уважать добросовестная конкуренция
- Не подставляться
- Лидировать
- Не расслабляться
- Перехватить клиентов

# БЕНЧМАРКИНГ ИНСТРУМЕНТЫ

## Нетворкинг/Связи

- ✦ ассоциации
- ✦ журналисты
- ✦ клиенты-болтушки
- ✦ компания-поставщик
- ✦ отраслевые консультанты
- ✦ сотрудники конкурентов

## Мониторинг

- ✦ базы данных
- ✦ бизнес книги
- ✦ блоги
- ✦ ивенты
- ✦ исследования отраслевые
- ✦ платформы опросов
- ✦ промышленный шпионаж
- ✦ публикации
- ✦ отраслевые издания
- ✦ отчеты корпоративные
- ✦ отчеты отраслевые
- ✦ сайты
- ✦ соцсети (вкл. личные)
- ✦ тайный покупатель
- ✦ AI

# НЕДОБРОСОВЕСТНАЯ КОНКУРЕНЦИЯ

- + нарушение принятых законов, правил, этики, норм добропорядочности
- + распространение ложных сведений, дискредитация
- + реклама, вводящая в заблуждение
- + некорректное сравнение
- + незаконное использование элементов фирменного стиля, исключительных прав
- + махинации с отчетностью
- + махинации с качеством продукта
- + подделки
- + переманивание ключевых специалистов
- + сокрытие информации
- + шпионаж
- + подкуп, коррупция
- + административный ресурс, лобби на некоторых рынках
- + шантаж
- + тайный сговор/союз
- + плохой демпинг *есть и хороший*
- + контроль деятельности конкурента
- + физическое устранение конкурента

# КОНКУРЕНТЫ

- ✦ Знать всех: прямых и косвенных
- ✦ Мониторить регулярно
- ✦ Коллег знать лично
- ✦ **ОТЛИЧАТЬСЯ**
  - визуально
  - на словах
  - делами
- ✦ Вызывать зависть
- ✦ «Заимствовать с гордостью!»
- ✦ Уважать добросовестная конкуренция
- ✦ Не подставляться
- ✦ Лидировать
- ✦ Не расслабляться
- ✦ Перехватить клиентов

Во-первых, бесплатно поставим...  
Во-вторых, оплата почасовая...  
В-третьих, если что, решим  
все проблемы оперативно...



# kinko's

On Demand Solutions

Во-первых, красивые парни курьеры...  
Во-вторых, обращаются по имени...  
В-третьих, делают комплименты  
И, наконец...



# КОНКУРЕНТЫ

- ✦ Знать всех: прямых и косвенных
- ✦ Мониторить регулярно
- ✦ Коллег знать лично
- ✦ Отличаться
- ✦ Вызывать зависть
- ✦ «ЗАИМСТВОВАТЬ С ГОРДОСТЬЮ!»**
- ✦ Уважать добросовестная конкуренция
- ✦ Не подставляться
- ✦ Лидировать
- ✦ Не расслабляться
- ✦ Перехватить клиентов



# **БЕНЧМАРКИНГ =** **ЗЫРИНГ и ТЫРИНГ**

смотрим,  
что делают другие

забираем  
лучшее себе

**ВНУТРЕННИЙ**

Какие подразделения нашей компании источник классных идей?

**КОНКУРЕНТНЫЙ**

У каких прямых конкурентов можно что-то позаимствовать творчески?

**ВНУТРИОТРАСЛЕВОЙ**  
международный

В каких странах можно найти идеи для нашего бизнеса?

**МЕЖОТРАСЛЕВОЙ**


В каких других отраслях мы можем что-то подсмотреть?

# КОНКУРЕНТЫ

- ✦ Знать всех: прямых и косвенных
- ✦ Мониторить регулярно
- ✦ Коллег знать лично
- ✦ Отличаться
- ✦ Вызывать зависть
- ✦ «Заимствовать с гордостью!»
- ✦ Уважать добросовестная конкуренция
- ✦ Не подставляться
- ✦ **ЛИДИРОВАТЬ**
- ✦ Не расслабляться
- ✦ Перехватить клиентов

**5000\$ получают сотрудники commerce bank,**  
если конкурирующий банк закрывает  
отделение вблизи его филиала





**Avis is only No.2 in rent a cars  
So we try harder.**

Мы номер 2.  
Поэтому мы стараемся больше.



## Avis can't afford not to be nice.

Or not give you a new car like a lively, super-torque Ford, or not know a pastrami-on-eye place in Duluth.  
Why?  
When you're not the biggest in rent a cars, you have to try harder.  
We do. We're only No. 2.

## Avis can't afford to make you wait.



Or to tangle you up in forms, or not to have a new car like a lively, super-torque Ford, clean and ready.  
Why?  
When you're not the biggest in rent a cars, you have to try harder.  
We do.  
We're only No. 2.



## Avis can't afford smudged mirrors.

Or dusty sun visors, or dirty floor mats, or anything less than new cars like lively, super-torque Fords.  
Why?  
When you're not the biggest in rent a cars, you have to try harder.  
We do.  
We're only No. 2.

## Avis can't afford unwashed cars.

Or smudged mirrors, dirty ashtrays, or anything less than new cars like lively, super-torque Fords.  
Why?  
When you're not the biggest in rent a cars, you have to try harder.  
We do.  
We're only No. 2.



# КОНКУРЕНТЫ

- ✦ Знать всех: прямых и косвенных
- ✦ Мониторить регулярно
- ✦ Коллег знать лично
- ✦ Отличаться
- ✦ Вызывать зависть
- ✦ «Заимствовать с гордостью!»
- ✦ Уважать добросовестная конкуренция
- ✦ Не подставляться
- ✦ Лидировать
- ✦ Не расслабляться
- ✦ **ПЕРЕХВАТИТЬ КЛИЕНТОВ**



ПОЧУВСТВУЙ  
ВКУС,  
А НЕ ПРИВКУС



20 ШАГОВ

WWW.BURGERKING.RU



Макдоналдс





- ✦ **Виш-лист клиентов** Ранжируем. Идем по списку снизу вверх — набиваем руки.
- ✦ **Встреча. Подарок.**
- ✦ **Вопрос** «На каких условиях вы готовы перейти от них к нам?»
- ✦ **Просто слушайте и фиксируйте.**
- ✦ **Подумайте**
- ✦ **Вернитесь** с предложением, от которого трудно отказаться

**B2B**

A young boy with blue eyes and a surprised expression is looking upwards. He is shirtless and positioned on the right side of the frame. The background is a dark dining room with a table set with plates, glasses, and a pitcher. The lighting is dramatic, highlighting the boy's face against the dark surroundings.

# «У скромных продавцов дети тощие»

Зиг Зиглар

+ синхронизируемся

90 дней

Формула успеха (черновик)

Понимаем клиента

Прорабатываем конкурентов

## ✦ **БРЕНДИНГ НА МИНИМАЛКАХ**

Улучшаем точки контакта

Повышаем узнаваемость  
компании

Копаем возможности  
продуктового маркетинга

Качаем каналы продаж

Работаем с ценами

Привлекаем новых  
клиентов

Правильно работаем  
с клиентской базой

Удерживаем клиентов

Возвращаем клиентов

Прорабатываем тренды  
маркетинга

+ подводим итоги стратсессии



## БРЕНДИНГ НА МИНИМАЛКАХ

- ✦ название компании
- ✦ подстрочник что мы делаем
- ✦ слоган почему нужно работать с нами/у нас
- ✦ год создания больше 5 лет это надежность
- ✦ фирменный шрифт
- ✦ фирменный цвет
- ✦ сквозной элемент визуальной идентификации
- ✦ форма регистрации что мы делаем
- ✦ логотип
- ✦ сайт/соцсети
- ✦ регион работы опция

- ✦ черное на жёлтом
- ✦ зеленое на белом
- ✦ красное на белом
- ✦ синее на белом
- ✦ белое на синем

**ЧЕРНОЕ**

**ЗЕЛЕНОЕ**

**КРАСНОЕ**

**СИНЕЕ**

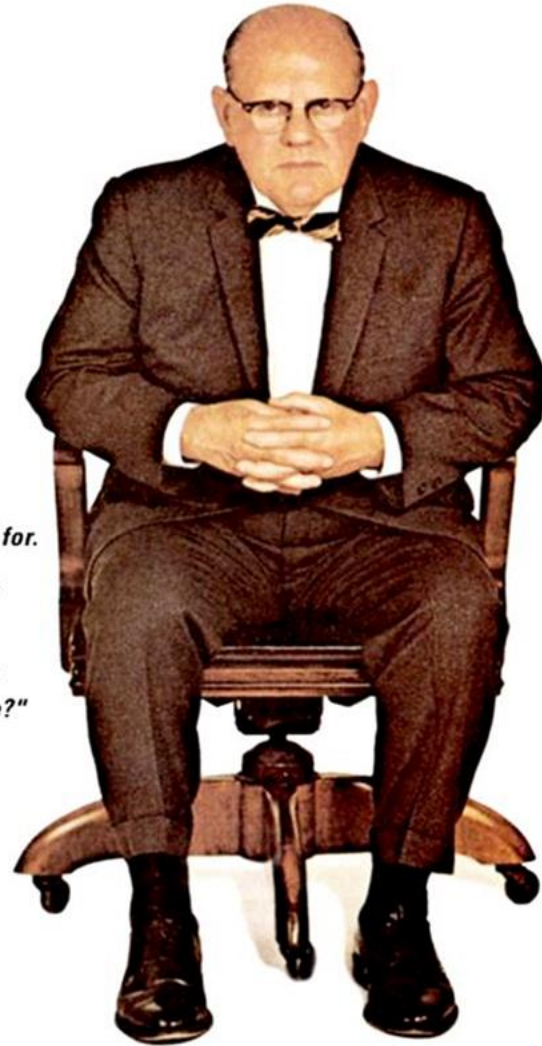
**БЕЛОЕ**

A dark, blue-tinted photograph of a business meeting. Three people are seated around a table, looking at a laptop. In the foreground, a young man with a wide smile is looking towards the camera. The scene is dimly lit, with light coming from a window in the background.

**«А ты кто?»**

?

?



*"I don't know who you are.  
I don't know your company.  
I don't know your company's product.  
I don't know what your company stands for.  
I don't know your company's customers.  
I don't know your company's record.  
I don't know your company's reputation.  
Now—what was it you wanted to sell me?"*

**MORAL:** Sales start **before** your salesman calls—with business publication advertising.

**McGRAW-HILL MAGAZINES**  
BUSINESS • PROFESSIONAL • TECHNICAL

«Я не знаю вас.

Я не знаю вашу компанию.

Я не знаю вашу продукцию.

Я не знаю ваших ценностей.

Я не знаю клиентов вашей компании.

Я не знаю историю вашей компании.

Я не знаю о репутации вашей компании.

Итак, что вы хотите мне продать?»









«ЧЁ ПРИШЛИ?»

Я — ....

Наша компания ...

Наша продукция ...

Мои ценности и ценности компании...

Среди клиентов нашей компании...

История нашей компании началась...

Что касается репутации нашей компании...

**МОЖНО НАЧИНАТЬ ПРОДАВАТЬ? :)**



A group of four business professionals (three men and one woman) are seated around a table in a modern office setting, engaged in a meeting. They are looking at a laptop screen. In the foreground, a young man with a bright smile is looking towards the camera. The scene is dimly lit, with a blue tint. The text «Почему вы?» is overlaid in the center, and three question marks are on the right.

**«Почему вы?»**

???



В ДАЛЕКОМ 1972 ГОДУ...



Эл Райс

Джек Траут

# Позиционирование —

формирование как?

желаемого образа бренда что это?

в сознании серьезно?

целевой аудитории, какие они?

который выгодно отличает как?

его от конкурентов с кем сравнивать?



# Очень-очень упрощенно

- ✦ проще войти в сознание
- ✦ лучше запомниться
- ✦ ~~быть в топе вспоминаемых~~  
первым, а еще лучше  
единственным, кого вспомнят

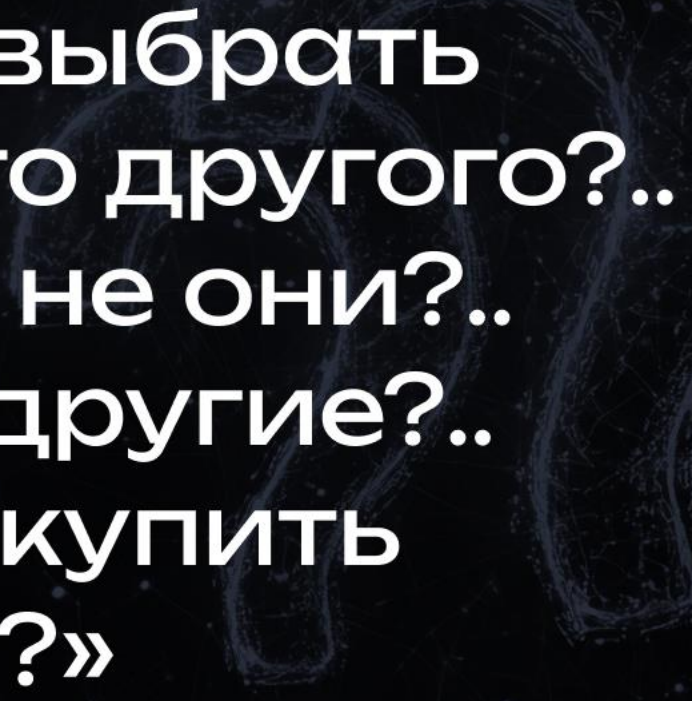
3-5  
БРЕНДОВ



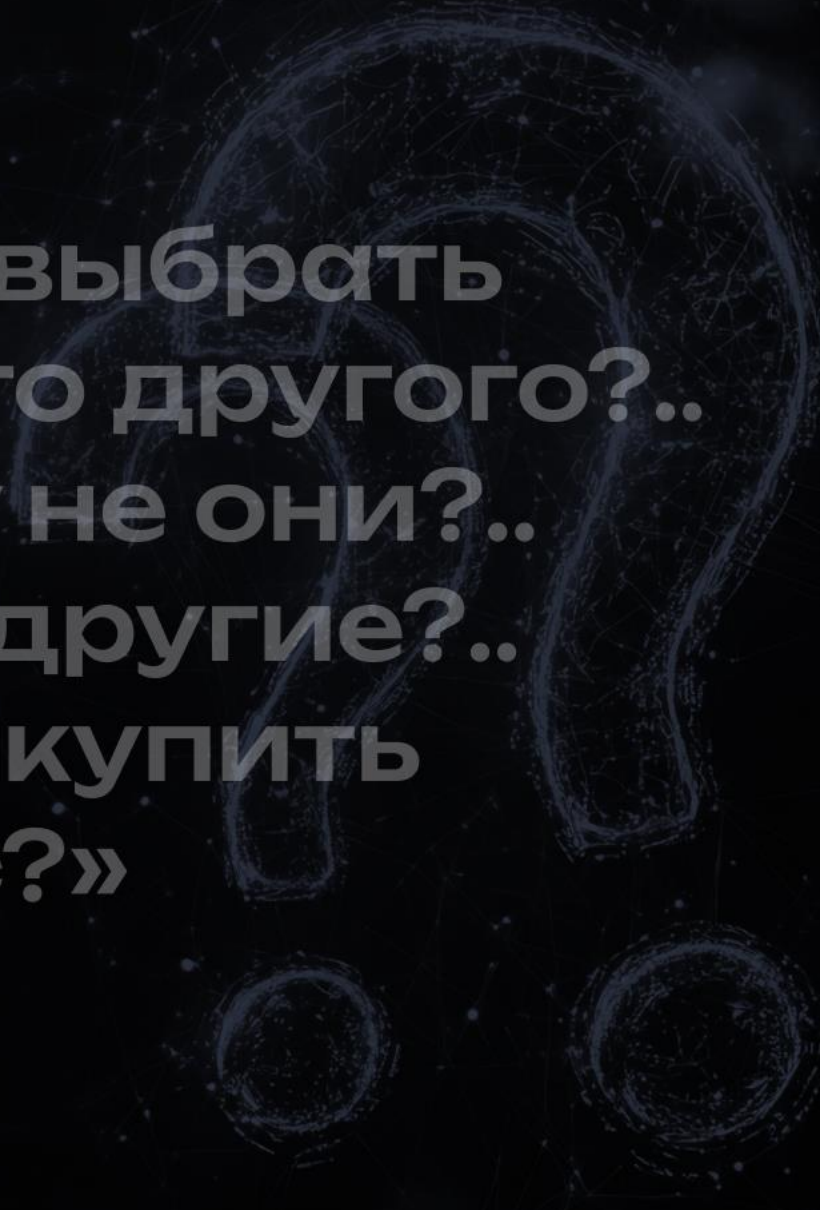
Если очень - очень просто,

**ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ — ЭТО**  
**ОТВЕТ НА ОЧЕНЬ ВАЖНЫЙ**  
**ВОПРОС...**

вопрос на миллион!



«Почему я должен избрать  
именно вас, а не кого-то другого?..  
Почему вы? Почему не они?..  
Чем вы лучше, чем другие?..  
Почему я должен купить  
именно у вас?»



«Почему я должен выбрать  
именно вас, а не кого-то другого?..

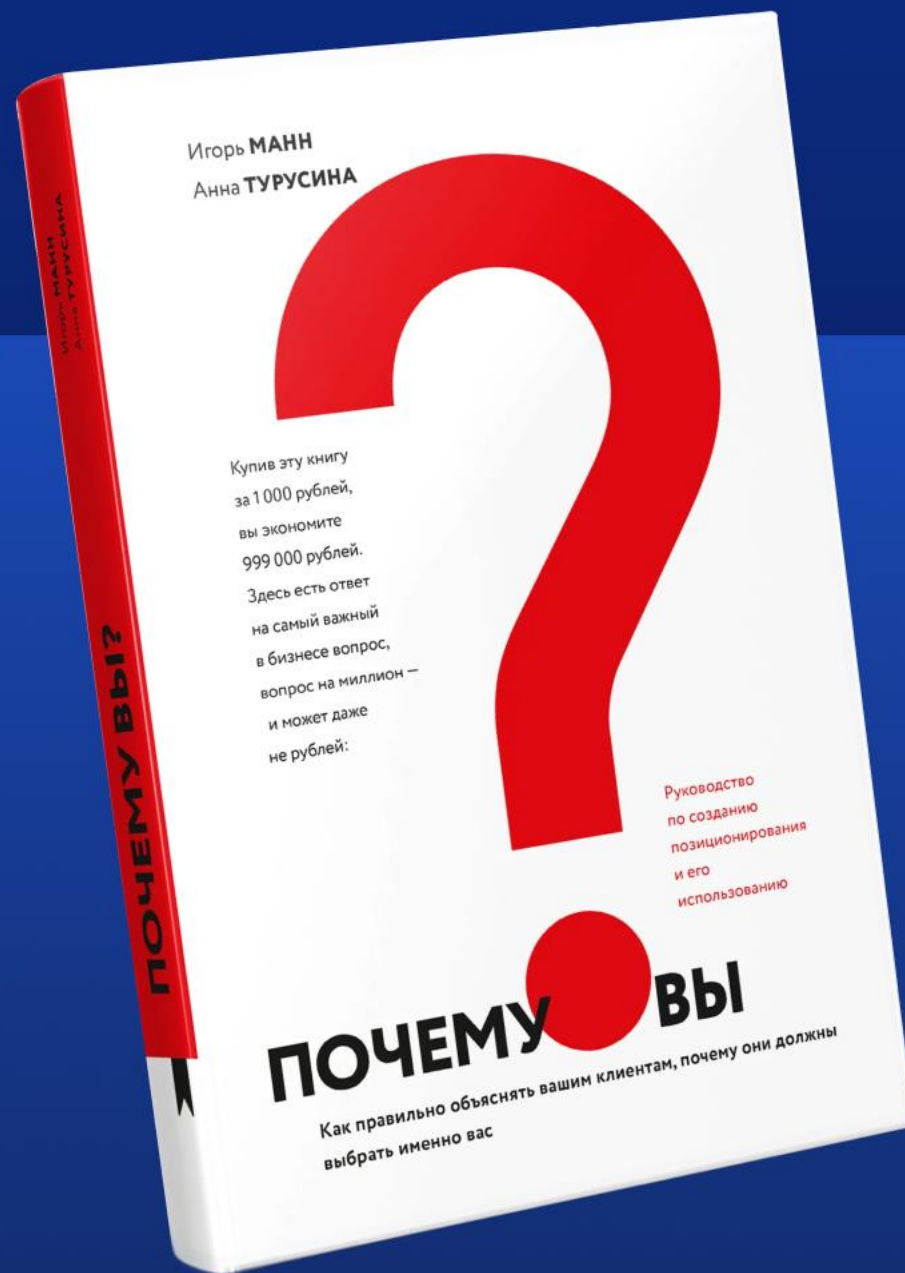
**Почему вы?** Почему не они?..

Чем вы лучше, чем другие?..

Почему я должен купить  
именно у вас?»

# 5 способов

- ✦ инсайт!
- ✦ что говорят конкуренты
- ✦ одно слово
- ✦ 7 дней 7 вопросов
- ✦ картирование



**«ПОЧЕМУ ВЫ?»**  
ваш ответ **X/8**

- ✦ **ОРИГИНАЛЬНЫЙ** конкуренты так не говорят/не могут
- ✦ **ВАЖНЫЙ** клиенту это нужно/важно
- ✦ **ПОНЯТНЫЙ** клиент понимает, что вы говорите
- ✦ **ПРАВДА** не врете, не преувеличиваете
- ✦ **ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ** «зажигает»!
- ✦ **УБЕДИТЕЛЬНЫЙ** клиент поверит!
- ✦ **КОРОТКИЙ** не более 3х аргументов: длинннннннннне тексты не слушают/не читают/не запоминают
- ✦ **ЗАПОМИНАЮЩИЙСЯ** можно вспомнить/повторить

A dark, monochromatic photograph of a man with curly hair, his eyes closed, and his hands pressed against his temples. He is wearing a dark shirt. The background is a plain, dark color. The overall mood is one of stress or intense concentration.

**Придумать мало.**

**57%** сотрудников,  
работающих с клиентами,  
**не знают, что «представляет  
собой наша компания и что  
отличает нас от конкурентов»**

Исследование Gallup Institute



+ синхронизируемся

90 дней

Формула успеха (черновик)

Понимаем клиента

Прорабатываем конкурентов

Брендинг на минималках

## ★ УЛУЧШАЕМ ТОЧКИ КОНТАКТА

Повышаем узнаваемость  
компании

Копаем возможности  
продуктового маркетинга

Качаем каналы продаж

Работаем с ценами

Привлекаем новых  
клиентов

Правильно работаем  
с клиентской базой

Удерживаем клиентов

Возвращаем клиентов

Прорабатываем тренды  
маркетинга

+ подводим итоги стратсессии

**Точки контакта**

от 20 до 200+

— ЭТО МНОГОЧИСЛЕННЫЕ

и разнообразные онлайн и офлайн

- ситуации,
- моменты,
- места,
- интерфейсы

соприкосновения **клиента и компании.**

**КОМПАНИЯ**

**КЛИЕНТ**

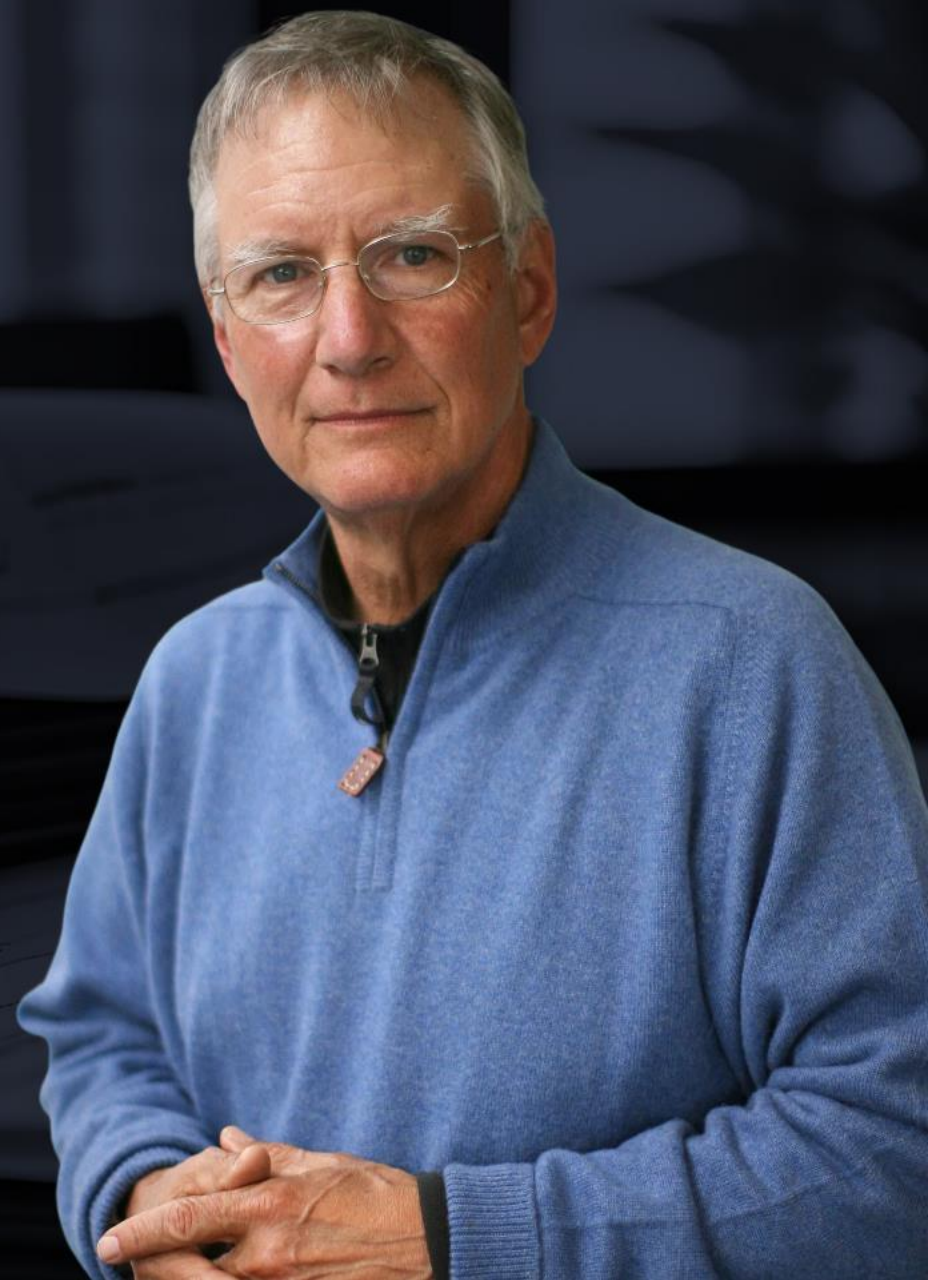


# 15 ГЛАВНЫЕ ТОЧКИ КОНТАКТА

- ✦ Буклет
- ✦ Визитная карточка
- ✦ Договор
- ✦ Коммерческое предложение
- ✦ Прайс-лист
- ✦ Продукт
- ✦ Отзывы клиентов
- ✦ Офис
- ✦ Презентация
- ✦ Реклама (какая)
- ✦ Сайт добросовестная конкуренция
- ✦ Сотрудник
- ✦ Соцсеть (какая)
- ✦ Ценник
- ✦ Э-Почта

**«Почему бы счет-фактуре  
не стать произведением  
искусства?»**

**Том Питерс**



# Договор «до»: 4 страницы

## Договор № ОК- - о предоставлении услуг связи

г. Москва

« » июля 2005г.

Открытое акционерное общество "АРКТЕЛ", именуемое в дальнейшем «Оператор», в лице И.о. начальника отдела продаж услуг интеллектуальной сети связи Дмитриева А.С., действующего на основании доверенности №1466 от 26 апреля 2005г., с одной стороны, и \_\_\_\_\_, именуемый в дальнейшем "Пользователь", в лице \_\_\_\_\_, действующего на основании \_\_\_\_\_, с другой стороны (в дальнейшем именуемые «Стороны»), заключили настоящий договор (в дальнейшем «Договор») о нижеследующем:

### 1. ПРЕДМЕТ ДОГОВОРА

1.1. Оператор обязуется оказывать Пользователю услуги местной телефонной связи, включая доступ к услугам междугородной и международной связи (далее — «Услуги связи» или «Услуги») на основании Лицензии № 31276, выданной 27.03.2005 г. Федеральной службой РФ по надзору в сфере связи, а Пользователь обязуется оплачивать эти Услуги в порядке и сроки, предусмотренные настоящим Договором.

1.2. Пользователь производит расчеты с Оператором за оказанные услуги связи в соответствии с тарифами, указанными в Приложении № 2 к настоящему Договору. Иные цены и платежи (смена кода доступа, подключение к системе «АРКТЕЛ» и пр.) указываются в Приложении № 1 к настоящему Договору. Приложения № 1 и № 2 к настоящему Договору являются его неотъемлемой частью.

### 2. Права и обязанности сторон.

2.1. Оператор обязуется:

2.1.1. Предоставлять услуги связи круглосуточно, ежедневно, включая праздничные и выходные дни: 24 часа в сутки 7 дней в неделю.

2.1.2. Для оказания услуг связи зарегистрировать Пользователя в автоматической системе не позднее 3 (трех) рабочих дней с даты вступления в силу настоящего Договора.

Регистрация Пользователя в автоматической системе "АРКТЕЛ" производится путем присвоения Пользователю уникального (персонального) кода (он), который может быть сообщен непосредственно Пользователю либо установлен на средства телефонной связи Пользователя, сообщения пароля доступа к Операторскому центру и номера телефонов Оператора. Коды и пароли составляют Учетную информацию Оператора.

Учетная информация передается в запечатанном конверте надлежаще уполномоченному представителю Пользователя по Акту сдачи-приемки Учетной информации, который является Приложением к настоящему Договору.

Установка кодов на средства телефонной связи Пользователя осуществляется представителями Оператора. После установки учетной информации сторонами подписывается Акт сдачи-приемки выполненных работ по установке учетной информации, подписываемый уполномоченными представителями сторон. Указанный Акт сдачи-приемки является Приложением к настоящему Договору.

2.1.3. При обнаружении сбоев и/или неполадок, делающих невозможным использование услуг или влекущих ухудшение качества предоставляемых услуг принимать меры к их устранению.

В случае если для устранения сбоев и/или неполадок необходимо более 1 (одного) рабочего дня, Оператор уведомляет Пользователя о сроках проведения работ по устранению сбоев и/или неполадок.

2.1.4. Выставлять счета Пользователю в порядке и сроки, предусмотренные настоящим Договором.

2.1.5. Обеспечить соблюдение тайны связи в соответствии с действующим законодательством Российской Федерации.

2.1.6. В случаях, согласованных сторонами, а также при наличии технической возможности Оператор, на основании письменного требования Пользователя производит переустановку уникальных кодов, не позднее двух рабочих дней с даты получения соответствующего письменного требования.

1

возражений со стороны Пользователя, стороны вправе прекратить Договор по соглашению сторон и провести взаиморасчеты друг с другом с учетом фактически оказанных услуг связи по день прекращения Договора.

7.5. Оператор вправе вносить изменения в Договор путем направления Пользователю письменного уведомления с предложениями. Если в течение указанного в письме срока от даты вручения письменного предложения Оператор не получит полный либо частичный отказ Пользователя от принятия таких изменений, и Пользователь продолжит пользоваться услугами связи по истечении указанного срока, изменения к Договору будут считаться принятыми Пользователем.

### 8. Прочие условия

8.1. Ни одна из сторон не имеет права передавать третьему лицу права и обязательства по настоящему договору без письменного согласия другой стороны.

8.2. В случае изменения реквизитов стороны, у которой произошли изменения реквизитов, обязуется уведомлять другую сторону не позднее 3 (трех) рабочих дней с даты изменения реквизитов.

8.3. Все изменения и дополнения к настоящему договору действительны лишь в том случае, если они совершены в письменной форме и подписаны обеими сторонами.

8.4. Все Приложения к настоящему Договору являются его неотъемлемой частью.

8.5. После подписания настоящего Договора все предыдущие переговоры и переписка по нему теряют силу.

8.6. Настоящий Договор составлен в 2 (Двух) экземплярах, имеющих равную юридическую силу по одному для каждой из сторон.

### 9. Адреса и реквизиты сторон:

Оператор: ОАО "АРКТЕЛ"

Юридический адрес: 141400, Россия, Московская обл., г. Химки, ул. Маяковского, д. 23.

Адрес офиса: 119021, Россия, Москва, Зубовский б-р, д. 27/26, стр. 3

Реквизиты для оплаты в рублях: ИНН 5047056745/504701001 р/с 4070281070000003384 в ОАО

"Национальный Космический Банк", г. Москва, к/с 30101810900000000278 БИК 044579278, ОКПО 51926928, ОКВЭД 64.20.11, 64.20.12, 72.10, 72.60, 74.13.1, ОГРН 1035009575204.

Телефоны/факс: (095) 974-18-85, 363-34-34

Пользователь:

ИНН КПП

Юридический адрес:

Имярек: \_\_\_\_\_ Имярек: \_\_\_\_\_

Адрес для доставки счетов:

Платежные реквизиты: р/с

В

к/с БИК

Телефон:

ПОЛЬЗОВАТЕЛЬ

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ /

М.П.

ОПЕРАТОР

Начальник отдела продаж  
ОАО "АРКТЕЛ"

\_\_\_\_\_ /Дмитриев А.С./

М.П.

ПРИЛОЖЕНИЕ № 1

К договору № ОК- -

4

# Договор «после»: всего 2 страницы

Лицевая сторона



КОГДА СРАВНИВАЮТ – ВЫБИРАЮТ НАС!

## ДОГОВОР ОБ ОКАЗАНИИ УСЛУГ СВЯЗИ № ЮЛ \_\_\_\_\_ г. Хабаровск « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 200\_\_ г.

«Открытое акционерное общество «АРКТЕЛ», именуемое в дальнейшем «Оператор», в лице директора филиала ОАО «АРКТЕЛ» в г. Хабаровске Грабова А.А., действующего на основании Положения о Функции и Долженности б/н от 30 июня 2006 года с одной стороны и \_\_\_\_\_, именуемое в дальнейшем «Клиент», в лице \_\_\_\_\_, действующего на основании \_\_\_\_\_ с другой стороны, вместе именуемые «Стороны», заключили настоящий Договор о нижеследующем:

### 1. ПРЕДМЕТ ДОГОВОРА

- 1.1 Оператор обязуется оказывать Абоненту услуги местной телефонной связи, а также доступ к услугам внутризоновой, международной и международной телефонной связи (далее – услуги) в соответствии с Бланком заказа услуги на основании Личного № \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_ выданной Федеральной службой по надзору в сфере связи РФ.
- 1.2 Абонент вправе по своему усмотрению заказывать услуги. Заказ услуги осуществляется посредством Оператора заполненного Бланка заказа, содержащего перечень услуг. Оформление бланка заказа и внесение в него изменений вносится на подлиннике или в виде копии.
- 1.3 Оператор вправе полностью или частично отказать Абоненту в удовлетворении заказа при отсутствии технической возможности оказания заказанных услуг.
- 1.4 Абонент обязуется принимать и оплачивать оказанные на основании Бланка заказа Оператором услуги, а также исполнять иные обязанности, следующие из Договора.

### 2. ПРАВА И ОБЯЗАННОСТИ СТОРОН

- 2.1 Оператор обязуется:
  - 2.1.1 В срок не позднее \_\_\_\_\_ рабочих дней с момента оплаты работ по подписанию услуги. Выполнить комплекс работ по подписанию услуги, о чем Стороны подписывают Акт. В Акте указывается дата, с которой Абоненту предоставляется возможность пользования услугами связи. С даты указанной в Акте считается абоненту услуги в соответствии с законодательством и иными нормативными правовыми актами РФ, Правилами, лицензией и договором.
  - 2.1.2 Принимать меры по устранению выявленныхбоев и/или несправностей в сети связи Оператора, препятствующих пользованию услугами или ухудшающих качество услуг.
  - 2.1.3 Выставить Абоненту документы на оплату услуг в порядке и сроки, предусмотренные настоящим Договором.
  - 2.1.4 В случае изменения тарифов известить абонента через средства массовой информации об изменении тарифов на услуги не менее чем за (десять) дней до введения новых тарифов.
  - 2.1.5 По согласованию с абонентом назначить новый срок исполнения услуг телефонной связи, если несоблюдение сроков было обусловлено обстоятельствами непреодолимой силы.
  - 2.1.6 По письменному заявлению Абонента приостановить оказание услуг по настоящему Договору полностью или частично до истечения срока, указанного в соответствующем заявлении.

- 2.2 Оператор вправе:
  - 2.2.1 Приостановить оказание услуг Абоненту:
    - а) В случае, если действия (бездействие) Абонента создают угрозу бесперебойному функционированию сети связи Оператора или иных сетей связи, взаимодействующих с сетью связи Оператора при оказании услуг.
    - б) В случае, если Абонент использует или допускает использование оказанных Оператором услуг для совершения противоправных действий, за совершение которых действующим законодательством РФ предусмотрена административная или уголовная ответственность, и этот факт подтвержден документально.
    - в) В случае нарушения Абонентом срока оплаты, оказанных Оператором услуг, установленных настоящим Договором.
  - 2.2.2 Приостановление оказания услуг дается вплоть до полного устранения Абонентом причин, повлекших приостановление оказания услуг.
  - 2.2.3 В порядке, установленном настоящим договором, изменять тарифы (цены) на услуги, оказываемые Абоненту по Договору.
- 2.3 Абонент обязуется:
  - 2.3.1 Совершенно и в полном объеме принимать и оплачивать услуги,

- оказываемые Оператором в соответствии с настоящим Договором и прилагаемыми к нему.
- 2.3.2 Незамедлительно уведомить Оператора об обнаружениибоев и/или неполадок, делаящих невозможным использование или ухудшающих качество услуг, оказываемых Оператором по настоящему Договору.
- 2.3.3 Самостоятельно и за свой счет приобретать и эксплуатировать аксионичное (абонентское) оборудование, подключаемое к сети связи Оператора, если иное специально не указано в Бланке заказа.
- 2.3.4 Сохранять в исправном состоянии абонентскую линию и оборудование, находящиеся в телефонизированном помещении. Использовать в качестве абонентского оборудования только сертифицированные в порядке, установленном законодательством РФ в области связи, технические средства связи.
- 2.3.5 Соблюдать правила эксплуатации оборудования.
- 2.3.6 Не передавать третьим лицам права и обязанности по настоящему Договору без письменного согласия Оператора.
- 2.3.7 Не использовать услуги, оказываемые в соответствии с Договором, для оказания услуг третьим лицам.
- 2.3.8 Сообщать оператору связи в срок, не превышающий 60 (шестидесяти) дней, о прекращении своего права владения и/или пользования телефонизированным помещением, а также об изменении наименования и местонахождения.
- 2.3.9 Предоставить не реже одного раза в квартал список лиц, использующих его аксионичное оборудование.
- 2.3.10 Использовать услуги, оказываемые Оператором по настоящему Договору, только в соответствии с действующим законодательством РФ.

### 2.4 Абонент вправе:

- 2.4.1 Отказаться от оплаты фактически понесенных оператором связи расходов по оказанию иному Абоненту услуг связи.
- 2.4.2 Отказаться от оплаты услуг телефонной связи, предоставленных ему без его письменного согласия.
- 2.4.3 Назначать по согласованию с оператором связи новый срок оказания услуг связи, если несоблюдение сроков было обусловлено обстоятельствами непреодолимой силы.

### 3. УСЛОВИЯ ОКАЗАНИЯ УСЛУГ

- 3.1 Отношения Сторон при оказании услуг связи регулируются действующим Правилками оказания услуг телефонной связи, утвержденными Правительством РФ, а также настоящим Договором и прилагаемыми к нему.
- 3.2 При оказании услуг местной связи Оператор, в соответствии с Бланком заказа и Правилами оказания услуг связи, оказывает Абоненту следующие основные услуги:
  - а) Доступ к сети связи Оператора.
  - б) Выделение Абоненту абонентского номера из плана нумерации сети телефонной связи Оператора. Выделение Абоненту абонентского номера указывается в Бланке заказа.
  - в) Предоставление абонентской линии в постоянное пользование на период оказания услуг местной телефонной связи.
  - г) Исходящие и/или входящие телефонные соединения по сети телефонной связи общего пользования для передачи голосовой информации, факсимильных сообщений, а также для доступа к услугам передачи данных и телематическим услугам связи.
  - д) Доступ к системе бесплатной информационно-справочной информации в соответствии с Правилами оказания услуг связи.
  - е) Возможность круглосуточного бесплатного вызова экстренных оперативных служб.
- 3.3 Оператор обеспечивает Абоненту возможность пользования услугами внутризоновой, международной и международной телефонной связи, если иное не установлено Бланком заказа. Доступ к услугам внутризоновой, международной и международной телефонной связи осуществляется Абонентом путем набора префикса "8" перед полным международным номером вызываемого абонента и/или годом выбора оператора сети международной и международной телефонной связи.
- 3.4 Если иное не предусмотрено Бланком заказа, Абонент осуществляет выбор оператора, оказывающего услуги международной и международной телефонной связи при каждом международном или международном вызове.
- 3.5 Если иное не установлено Бланком заказа, Оператор вправе

включать сведения об Абоненте в телефонный справочник Оператора для использования при информационно-справочном обслуживании.

### 4. ЦЕНЫ И РАСЧЕТЫ

- 4.1 Цена единицы обмена услуг, оказываемых Оператором по настоящему Договору, определяется Тарифами Оператора, действующими на дату оказания услуг.
- 4.2 Единый тарификация местного (при одновременном учете продолжительности местных телефонных соединений), внутризонового, международного или международного телефонного соединения устанавливается равной 1 (одной) минуте.
- 4.3 Продолжительность телефонного соединения, используемая для определения размера платы за местное (при одновременном учете), а также за внутризоновое, международное или международное (при автоматическом способе установления соединений) телефонное соединение, отсчитывается с 1-ой секунды после отбоя вызываемого оборудования до момента отбоя вызывающего или вызываемого оборудования или оборудования, значащего пользователя в его отсутствие. Телефонное соединение продолжительностью менее 6 (шести) секунд не учитывается в объеме оказания услуг телефонной связи. Неполная последняя минута соединения округляется до 1 (одной) минуты.
- 4.4 Оплата Услуг, оказанных Абоненту, осуществляется на основании выставленного Оператором Счета - расчетного документа, в котором отражены данные о денежных обязательствах абонента.
- 4.5 Если иная периодичность выставления счета не указана в Бланке заказа, счет на оплату Услуг связи, оказанных в месяц, предшествующий расчетному периоду, выставляется Абоненту до 10 (десятого) числа расчетного периода (с указанием общей суммы платежа, а также с указанием квартала ввода Услуг связи, их объема и стоимости).
- 4.6 Расчетный период по предоставлению услуг связи по настоящему Договору устанавливается с первого по последнее число каждого календарного месяца, если в приложении к Договору не указано иное.
- 4.7 Основанием для выставления счета Абоненту является данные, полученные с помощью оборудования Оператора, использующего для учета обмена оказанных Услуг связи.
- 4.8 Оплата Услуг связи производится, в течение 15 (пятнадцати) календарных дней с момента выставления счета. При этом Оператор обязуется обеспечить доступку Абоненту счета на оплату услуг в течение 5 (пяти) рабочих дней с даты выставления счета.
- 4.9 Оплата услуг местной телефонной связи может осуществляться по абонентской или повременной системе оплаты. Если Абонент выбрал абонентскую систему оплаты, что отражается в Бланке заказа, единый объем оказанных услуг признается один календарный месяц (расчетный период). Вышение абонентской платы производится Абонентом не позднее 10 (десяти) календарных дней с даты окончания расчетного периода.
- 4.10 Оплата Услуг связи по счету производится Клиентом наличными денежными средствами либо перечислением денежных средств на расчетный счет, указанный в счете на оплату Услуг связи.
- 4.11 Обязательства Абонента по оплате услуг, оказанных Оператором по настоящему Договору, считаются исполненными датой зачисления соответствующих денежных средств на расчетный счет Оператора или датой внесения соответствующих наличных денежных средств в кассу Оператора или в кассу Агента, специально уполномоченного Оператором.

### 5. ОТВЕТСТВЕННОСТЬ СТОРОН

- 5.1 Стороны несут ответственность за неисполнение или ненадлежащее исполнение своих обязательств по настоящему Договору в объеме и в порядке, установленном настоящим Договором и в соответствии с законодательством РФ.
- 5.2 Оператор не отвечает за качество и доступность услуг, которые оказываются другими операторами связи сети связи общего пользования.

### 6. ОБСТОЯТЕЛЬСТВА НЕПРЕОДОЛИМОЙ СИЛЫ

- 6.1 Не одна из сторон не будет нести ответственность за полное или частичное неисполнение любой из своих обязанностей, если неисполнение будет являться следствием таких обстоятельств, как наводнение, пожар, землетрясение и другие стихийные бедствия, замена текущего законодательства, военные действия и др. события, при которых исполнение настоящего Договора становится невозможным.
- 6.2 Стороны согласуют новый срок исполнения услуг телефонной связи, если несоблюдение сроков было обусловлено обстоятельствами непреодолимой силы.

### 7. РАЗРЕШЕНИЕ СПОРОВ

- 7.1 В случае неисполнения или ненадлежащего исполнения Оператором своих обязательств по Договору Стороны разрешают споры в порядке, установленном законодательством РФ в области связи.
- 7.2 Не урегулированные споры и разногласия между Сторонами передаются на рассмотрение в Арбитражный суд по месту нахождения ответчика.

### 8. СРОК ДЕЙСТВИЯ ДОГОВОРА

- 8.1 Договор вступает в силу с момента его подписания обеими Сторонами и действует в течение одного календарного года. Если ни одна из сторон не заявит о прекращении договора за один месяц до окончания срока, на который заключен договор, его действие автоматически продлевается на тот же срок на тех же условиях.
- 8.2 Договор может быть расторгнут Оператором в случае неустранения Абонентом причин, повлекших приостановление оказания услуг в соответствии с п. 2.2.1 Договора, а так же в иных случаях, предусмотренных Правилами оказания услуг связи.

### 9. ПРОЧИЕ УСЛОВИЯ

- 9.1 Любые изменения или дополнение настоящего Договора совершаются исключительно в письменной форме и приобретают юридическую силу с даты их подписания уполномоченными представителями обеих Сторон, за исключением изменения Тарифов в порядке, установленном настоящим Договором. После подписания настоящего Договора все предложения переоплаты и переписка по нему теряют силу.
- 9.2 Настоящий Договор составлен в двух экземплярах равную юридическую силу экземпляров, по одному экземпляру для каждой Стороны. Все правоотношения Сторон, возникающие в связи с оказанием Абоненту Услуг связи, прямо не урегулированные настоящим Договором, регулируются Актом Правил, а также иными нормативными правовыми актами РФ.

### АДРЕС, РЕКВИЗИТЫ И ПОДПИСИ СТОРОН

Оператор: \_\_\_\_\_

Открытое акционерное общество «АРКТЕЛ»  
ОГРН 1035009575204  
ИНН 5047056745  
Местонахождение: 141400, Московская область, г. Химки, ул. Молодежная, д. 1, помещение 31.  
Почтовый адрес: 117393, г. Москва, ул. Профсоюзная, д. 56, 2 этаж

Филиал ОАО «АРКТЕЛ» в г. Хабаровске  
КПП 272102001  
Местонахождение: 680000, Россия, Хабаровск, ул. Московская, 7.  
К/С 4212141-30-81  
Почтовый адрес: 680000, Россия, Хабаровск, ул. Фрунзе 22  
Тел./факс 407020810570000105452  
К/С 30101810609000000608  
БИК 040813608  
В Дальневосточном Банке Сбербанка России  
ОКПО 95255889  
ОКВЭД 44.20.11

МП.

Абонент: \_\_\_\_\_

ОГРН \_\_\_\_\_  
ИНН \_\_\_\_\_  
Местонахождение: \_\_\_\_\_  
Почтовый адрес: \_\_\_\_\_

КПП \_\_\_\_\_  
Тел./факс \_\_\_\_\_  
К/С \_\_\_\_\_  
БИК \_\_\_\_\_  
в названии банка/ ОКПО \_\_\_\_\_  
ОКВЭД \_\_\_\_\_

МП.

Оборотная сторона

# Не просто **БЫЛО** и **СТАЛО**...

## Договор № ОК- - о предоставлении услуг связи

г. Москва

« » июля 2005г.

Открытое акционерное общество «АРКТЕЛ», именуемое в дальнейшем «Оператор», в лице И.о. начальника отдела продаж услуг интеллектуальной сети связи Дмитриева А.С., действующего на основании доверенности №1466 от 26 апреля 2005г., с одной стороны, и \_\_\_\_\_, именуемый в дальнейшем «Пользователь», в лице \_\_\_\_\_, действующего на основании \_\_\_\_\_, с другой стороны (в дальнейшем именуемые «Стороны»), заключили настоящий договор (в дальнейшем «Договор») о нижеследующем:

### 1. ПРЕДМЕТ ДОГОВОРА

1.1. Оператор обязуется оказывать Пользователю услуги местной телефонной связи, включая доступ к услугам междугородной и международной связи (далее — «Услуги связи» или «Услуги») на основании Лицензии № 31276, выданной 27.03.2005 г. Федеральной службой РФ по надзору в сфере связи, а Пользователь обязуется оплачивать эти Услуги в порядке и сроки, предусмотренные настоящим Договором.

1.2. Пользователь производит расчеты с Оператором за оказанные услуги связи в соответствии с тарифами, указанными в Приложении № 2 к настоящему Договору. Иные цены и платежи (смена кода доступа, подключение к системе «АРКТЕЛ» и пр.) указываются в Приложении № 1 к настоящему Договору. Приложения № 1 и № 2 к настоящему Договору являются его неотъемлемой частью.

### 2. Права и обязанности сторон.

2.1. Оператор обязуется:

2.1.1. Предоставлять услуги связи круглосуточно, ежедневно, включая праздничные и выходные дни; 24 часа в сутки 7 дней в неделю.

2.1.2. Для оказания услуг связи зарегистрировать Пользователя в автоматической системе не позднее 3 (трех) рабочих дней с даты вступления в силу настоящего Договора.

Регистрация Пользователя в автоматической системе «АРКТЕЛ» производится путем присвоения Пользователю уникального (персонального) кода (ов), который может быть сообщен непосредственно Пользователю либо установлен на средства телефонной связи Пользователя, сообщения пароля доступна к Операторскому центру и номера телефонов Оператора. Коды и пароли составляют Учетную информацию Оператора.

Учетная информация передается в запечатанном конверте надлежаще уполномоченному представителю Пользователя по Акту сдачи-приемки Учетной информации, который является Приложением к настоящему Договору.

Установка кодов на средства телефонной связи Пользователя осуществляется представителями Оператора. После установки учетной информации сторонами подписывается Акт сдачи-приемки выполненных работ по установке учетной информации, подписываемый уполномоченными представителями сторон. Указанный Акт сдачи-приемки является Приложением к настоящему Договору.

2.1.3. При обнаружении сбоя и/или неполадок, делающих невозможным использование услуг или влекущих ухудшение качества предоставляемых услуг принимать меры к их устранению.

В случае если для устранения сбоя и/или неполадок необходимо более 1 (одного) рабочего дня, Оператор уведомляет Пользователя о сроках проведения работ по устранению сбоя и/или неполадок.

2.1.4. Выставлять счета Пользователю в порядке и сроки, предусмотренные настоящим Договором.

2.1.5. Обеспечить соблюдение тайны связи в соответствии с действующим законодательством Российской Федерации.

2.1.6. В случаях, согласованных сторонами, а также при наличии технической возможности Оператор, на основании письменного требования Пользователя производит переустановку уникальных кодов, не позднее двух рабочих дней с даты получения соответствующего письменного требования.



КОГДА СРАВНИВАЮТ — ВЫБИРАЮТ НАС!

## ДОГОВОР ОБ ОКАЗАНИИ УСЛУГ СВЯЗИ № ЮЛ \_\_\_\_\_

г. Хабаровск « \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 200\_\_ г.

«Открытое акционерное общество «АРКТЕЛ», именуемое в дальнейшем «Оператор», в лице директора филиала ОАО «АРКТЕЛ» в г. Хабаровске Грабкова А.А., действующего на основании Положения о Полномочии и Доверенности бл/н от 30 июня 2006 года с одной стороны и \_\_\_\_\_, именуемое в дальнейшем «Клиент», в лице \_\_\_\_\_, действующего на основании \_\_\_\_\_, с другой стороны, вместе именуемые «Стороны», заключили настоящий Договор о нижеследующем:

### 1. ПРЕДМЕТ ДОГОВОРА

1.1. Оператор обязуется оказывать Абоненту услуги местной телефонной связи, а также доступ к услугам внутригородской, междугородной и международной телефонной связи (далее — «услуги») в соответствии с Банком заказа услуги на основании Лицензии № \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_ выданной Федеральной службой по надзору в сфере связи РФ.

1.2. Абонент вправе по своему усмотрению заказывать услуги. Заказ услуги осуществляется передачей Оператору заполненного бланка заказа, содержащего перечень услуг. Оформление бланка заказа и внесение в него изменений в порядке и сроки не подлежат.

1.3. Оператор вправе полностью или частично отказать Абоненту в удовлетворении заказа при отсутствии технической возможности оказания заказанных услуг.

1.4. Абонент обязуется принимать и оплачивать оказанные на основании бланка заказа Оператором услуги, а также исполнять иные обязательства, следующие из Договора.

### 2. ПРАВА И ОБЯЗАННОСТИ СТОРОН

2.1. Оператор обязуется:

2.1.1. В срок не позднее \_\_\_\_\_ рабочих дней с момента оплаты работ по подключению услуги. Выполнить комплекс работ по подключению услуги, а Стороны подписывают Акт. В Акте указывается дата, с которой Абоненту предоставляется возможность пользования услугами связи. С даты указанной в Акте оказывать абоненту услуги в соответствии с законодательством и иными нормативными правовыми актами РФ, Правилами, лицензией и договором.

2.1.2. Принимать меры по устранению выявленных сбоя и/или неисправности в сети связи Оператора, препятствующих пользованию услугой или ухудшающих качество услуги.

2.1.3. Выставлять Абоненту документы на оплату услуг в порядке и сроки, предусмотренные настоящим Договором.

2.1.4. В случае изменения тарифов известить абонента через средства массовой информации об изменении тарифов на услуги не менее чем за 10 (десять) дней до введения новых тарифов.

2.1.5. По согласованию с абонентом назначить новый срок исполнения услуги телефонной связи, если несоблюдение сроков было обусловлено обстоятельствами непреодолимой силы.

2.1.6. По письменному заявлению Абонента приостановить оказание услуги по настоящему Договору полностью или частично до истечения срока, указанного в соответствующем заявлении.

2.2. Оператор вправе:

2.2.1. Приостановить оказание услуги Абоненту:  
а) В случае, если действия (бездействие) Абонента создают угрозу безопасности функционирования сети связи Оператора или иным сетям связи, взаимодействующим с сетью связи Оператора при оказании услуги.

б) В случае, если Абонент использует или допускает использование оказываемых Оператором услуг для совершения противоправных действий, за совершение которых действующим законодательством РФ предусмотрена административная или уголовная ответственность, и этот факт подтвержден документально.

в) В случае нарушения Абонентом срока оплаты, оказанных Оператором услуг, установленных настоящим Договором.

2.2.2. Приостановление оказания услуг длится вплоть до полного устранения Абонентом причин, повлекших приостановление оказания услуг.

2.2.3. В порядке, установленном настоящим договором, изменять тарифы (цены) на услуги, оказываемые Абоненту по Договору.

2.3. Абонент обязуется:

2.3.1. Своевременно и в полном объеме принимать и оплачивать услуги,

оказываемые Оператором в соответствии с настоящим Договором и прилагаемыми к нему.

2.3.2. Немедленно уведомить Оператора об обнаружении сбоя и/или неполадок, делающих невозможным использование или ухудшающих качество услуг, оказываемых Оператором по настоящему Договору.

2.3.3. Самостоятельно и за свой счет приобретать и эксплуатировать оконечное (абонентской) оборудование, подключаемое к сети связи Оператора, если иное специально не указано в Банке заказа.

2.3.4. Содержать в исправном состоянии абонентскую линию и оборудование, находящееся в телефонизированном помещении. Использовать в качестве абонентского оборудования только сертифицированное в порядке, установленном законодательством РФ в области связи, техническое средство связи.

2.3.5. Соблюдать правила эксплуатации оборудования.

2.3.6. Не передавать третьим лицам права и обязанности по настоящему Договору без письменного согласия Оператора.

2.3.7. Не использовать услуги, оказываемые в соответствии с Договором, для оказания услуг третьим лицам.

2.3.8. Сообщать оператору связи в срок, не превышающий 60 (шестидесять) дней, о прекращении своего права владения и/или пользования телефонизированным помещением, а также об изменении наименования и местонахождения.

2.3.9. Предоставить не реже одного раза в квартал список лиц, использующих оконечное оборудование.

2.3.10. Использовать услуги, оказываемые Оператором по настоящему Договору, только в соответствии с действующим законодательством РФ.

2.4. Абонент вправе:

2.4.1. Отказаться в любое время в одностороннем порядке от исполнения договора при условии оплаты фактически понесенных оператором связи расходов по оказанию этому Абоненту услуг связи.

2.4.2. Отказаться от оплаты услуг телефонной связи, предоставленных ему без его письменного согласия.

2.4.3. Назначать по согласованию с оператором связи новый срок оказания услуг связи, если несоблюдение сроков было обусловлено обстоятельствами непреодолимой силы.

### 3. УСЛОВИЯ ОКАЗАНИЯ УСЛУГ

3.1. Отношения Сторон при оказании услуг связи регулируются действующим Законом и Правилами оказания услуг телефонной связи, утвержденными Правительством РФ, а также настоящим Договором и прилагаемыми к нему.

3.2. При оказании услуг местной связи Оператор, в соответствии с Банком заказа и Правилами оказания услуг связи, оказывает Абоненту следующие основные услуги:

а) Доступ к сети связи Оператора.

б) Выделение Абоненту абонентского номера из плана нумерации сети телефонной связи Оператора. Выделение Абоненту абонентского номера указывается в Банке заказа.

в) Предоставление абонентской линии в постоянное пользование на период оказания услуг местной телефонной связи.

г) Исходящие и/или входящие телефонные соединения по сети телефонной связи общего пользования для передачи голосовой информации, факсимильных сообщений, а также для доступа к услугам передачи данных и автоматическим услугам связи.

д) Доступ к системе бесплатного информационно-справочного обслуживания в соответствии с Правилами оказания услуг связи.

е) Возможность круглосуточного бесплатного вызова экстренных оперативных служб.

3.3. Оператор обеспечивает Абоненту возможность пользования услугами внутригородской, междугородной и международной телефонной связи, если иное не установлено Банком заказа. Доступ к услугам внутригородской, междугородной и международной телефонной связи осуществляется Абонентом путем набора префикса "8" перед полным междугородным номером или выделенного корпоративного/личного кода выбора оператора сети междугородной и международной телефонной связи.

3.4. Если иное не предусмотрено Банком заказа, Абонент осуществляет выбор оператора, оказывающего услуги междугородной и международной телефонной связи при каждом междугородном или международном вызове.

3.5. Если иное не установлено Банком заказа, Оператор вправе

# 17 ДНЕЙ

Договор № ОК- -  
о предоставлении услуг связи

г. Москва

« » июля 2005г.

Открытое акционерное общество "АРКТЕЛ", именуемое в дальнейшем «Оператор», в лице И.о. начальника отдела продаж услуг интеллектуальной сети связи Дмитриева А.С., действующего на основании доверенности №1466 от 26 апреля 2005г., с одной стороны, и \_\_\_\_\_, именуемый в дальнейшем "Пользователь", в лице \_\_\_\_\_, действующего на основании \_\_\_\_\_, с другой стороны (в дальнейшем именуемые «Стороны»), заключили настоящий договор (в дальнейшем «Договор») о нижеследующем:

## 1. ПРЕДМЕТ ДОГОВОРА

1.1. Оператор обязуется оказывать Пользователю услуги местной телефонной связи, включая доступ к услугам междугородной и международной связи (далее — «Услуги связи» или «Услуги») на основании Лицензии № 31276, выданной 27.03.2005 г. Федеральной службой РФ по надзору в сфере связи, а Пользователь обязуется оплачивать эти Услуги в порядке и сроки, предусмотренные настоящим Договором.

1.2. Пользователь производит расчеты с Оператором за оказанные услуги связи в соответствии с тарифами, указанными в Приложении № 2 к настоящему Договору. Иные цены и платежи (смена кода доступа, подключение к системе «АРКТЕЛ» и пр.) указываются в Приложении № 1 к настоящему Договору. Приложения № 1 и № 2 к настоящему Договору являются его неотъемлемой частью.

## 2. Права и обязанности сторон.

2.1. Оператор обязуется:

2.1.1. Предоставлять услуги связи круглосуточно, ежедневно, включая праздничные и выходные дни; 24 часа в сутки 7 дней в неделю.

2.1.2. Для оказания услуг связи зарегистрировать Пользователя в автоматической системе не позднее 3 (трех) рабочих дней с даты вступления в силу настоящего Договора.

Регистрация Пользователя в автоматической системе "АРКТЕЛ" производится путем присвоения Пользователю уникального (персонального) кода (ов), который может быть сообщен непосредственно Пользователю либо установлен на средства телефонной связи Пользователя, сообщения пароля доступна к Операторскому центру и номера телефонов Оператора. Коды и пароли составляют Учетную информацию Оператора.

Учетная информация передается в запечатанном конверте надлежаще уполномоченному представителю Пользователя по Акту сдачи-приемки Учетной информации, который является Приложением к настоящему Договору.

Установка кодов на средства телефонной связи Пользователя осуществляется представителями Оператора. После установки учетной информации сторонами подписывается Акт сдачи-приемки выполненных работ по установке учетной информации, подписываемый уполномоченными представителями сторон. Указанный Акт сдачи-приемки является Приложением к настоящему Договору.

2.1.3. При обнаружении сбоя и/или неполадок, делающих невозможным использование услуг или влекущих ухудшение качества предоставляемых услуг принимать меры к их устранению.

В случае если для устранения сбоя и/или неполадок необходимо более 1 (одного) рабочего дня, Оператор уведомляет Пользователя о сроках проведения работ по устранению сбоя и/или неполадок.

2.1.4. Выставлять счета Пользователю в порядке и сроки, предусмотренные настоящим Договором.

2.1.5. Обеспечить соблюдение тайны связи в соответствии с действующим законодательством Российской Федерации.

2.1.6. В случаях, согласованных сторонами, а также при наличии технической возможности Оператор, на основании письменного требования Пользователя производит переустановку уникальных кодов, не позднее двух рабочих дней с даты получения соответствующего письменного требования.

# 2 (!) ДНЯ



КОГДА СРАВНИВАЮТ — ВЫБИРАЮТ НАС!

ДОГОВОР ОБ ОКАЗАНИИ УСЛУГ СВЯЗИ № ЮЛ \_\_\_\_\_

г. Хабаровск « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 200\_\_ г.

«Открытое акционерное общество «АРКТЕЛ», именуемое в дальнейшем «Оператор», в лице директора филиала ОАО «АРКТЕЛ» в г. Хабаровске Грабкова А.А., действующего на основании Положения о Должности и Доверенности бл/н от 30 июня 2006 года с одной стороны и \_\_\_\_\_, именуемое в дальнейшем «Клиент», в лице \_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_, действующего на основании \_\_\_\_\_, с другой стороны, вместе именуемые «Стороны», заключили настоящий Договор о нижеследующем:

## 1. ПРЕДМЕТ ДОГОВОРА

1.1. Оператор обязуется оказывать Абоненту услуги местной телефонной связи, а также доступ к услугам внутригородской, междугородной и международной телефонной связи (далее — «услуги») в соответствии с Банком заказа услуги на основании Лицензии № \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_ выданной Федеральной службой по надзору в сфере связи РФ.

1.2. Абонент вправе по своему усмотрению заказывать услуги. Заказ услуги осуществляется передачей Оператору заполненного бланка заказа, содержащего перечень услуг. Оформление бланка заказа и внесение в него изменений в порядке и сроки не подлежат.

1.3. Оператор вправе полностью или частично отказать Абоненту в удовлетворении заказа при отсутствии технической возможности оказания заказанных услуг.

1.4. Абонент обязуется принимать и оплачивать оказанные на основании Банком заказа Оператором услуги, а также исполнять иные обязательства, следующие из Договора.

## 2. ПРАВА И ОБЯЗАННОСТИ СТОРОН

2.1. Оператор обязуется:

2.1.1. В срок не позднее \_\_\_\_ рабочих дней с момента оплаты работ по подключению услуг. Выполнить комплекс работ по подключению услуг, а чем Стороны подписывают Акт. В Акте указывается дата, с которой Абоненту предоставляется возможность пользования услугами связи. С даты указанной в Акте оказывать абоненту услуги в соответствии с законодательством и иными нормативными правовыми актами РФ, Правилами, лицензией и договором.

2.1.2. Принимать меры по устранению выявленных сбоя и/или неисправности в сети связи Оператора, препятствующих пользованию услугами или ухудшающих качество услуг.

2.1.3. Выставлять Абоненту документы на оплату услуг в порядке и сроки, предусмотренные настоящим Договором.

2.1.4. В случае изменения тарифов известить абонента через средства массовой информации об изменении тарифов на услуги не менее чем за 10 (десять) дней до введения новых тарифов.

2.1.5. По согласованию с абонентом назначить новый срок исполнения услуг телефонной связи, если несоблюдение сроков было обусловлено обстоятельствами непреодолимой силы.

2.1.6. По письменному заявлению Абонента приостановить оказание услуг по настоящему Договору полностью или частично до истечения срока, указанного в соответствующем заявлении.

2.2. Оператор вправе:

2.2.1. Приостановить оказание услуг Абоненту:

а) В случае, если действия (бездействие) Абонента создают угрозу бесперебойному функционированию сети связи Оператора или иным сетям связи, взаимодействующим с сетью связи Оператора при оказании услуг;

б) В случае, если Абонент использует или допускает использование оказываемых Оператором услуг для совершения противоправных действий, за совершение которых действующим законодательством РФ предусмотрена административная или уголовная ответственность, и этот факт подтвержден документально;

в) В случае нарушения Абонентом срока оплаты, оказанных Оператором услуг, установленного настоящим Договором;

2.2.2. Приостановление оказания услуг длится вплоть до полного устранения Абонентом причин, повлекших приостановление оказания услуг;

2.2.3. В порядке, установленном настоящим договором, изменять тарифы (цену) на услуги, оказываемые Абоненту по Договору;

2.3. Абонент обязуется:

2.3.1. Своевременно и в полном объеме принимать и оплачивать услуги,

оказываемые Оператором в соответствии с настоящим Договором и прилагаемыми к нему.

2.3.2. Немедленно уведомить Оператора об обнаружении сбоя и/или неполадок, делающих невозможным использование или ухудшающих качество услуг, оказываемых Оператором по настоящему Договору.

2.3.3. Самостоятельно и за свой счет приобретать и эксплуатировать оконечное абонентское оборудование, подключаемое к сети связи Оператора, если иное специально не указано в Банке заказа.

2.3.4. Содержать в исправном состоянии абонентскую линию и оборудование, находящиеся в телефонизированном помещении. Использовать в качестве абонентского оборудования только сертифицированное в порядке, установленном законодательством РФ в области связи, техническое средство связи.

2.3.5. Соблюдать правила эксплуатации оборудования.

2.3.6. Не передавать третьим лицам права и обязанности по настоящему Договору без письменного согласия Оператора.

2.3.7. Не использовать услуги, оказываемые в соответствии с Договором, для оказания услуг третьим лицам.

2.3.8. Сообщать оператору связи в срок, не превышающий 60 (шестидесять) дней, о прекращении своего права владения и/или пользования телефонизированным помещением, а также об изменении наименования и местонахождения.

2.3.9. Предоставить не реже одного раза в квартал список лиц, использующих оконечное оборудование.

2.3.10. Использовать услуги, оказываемые Оператором по настоящему Договору, только в соответствии с действующим законодательством РФ.

2.4. Абонент вправе:

2.4.1. Отказаться в любое время в одностороннем порядке от исполнения договора при условии оплаты фактически понесенных оператором связи расходов по оказанию этому Абоненту услуг связи.

2.4.2. Отказаться от оплаты услуг телефонной связи, предоставленных ему без его письменного согласия.

2.4.3. Назначать по согласованию с оператором связи новый срок оказания услуг связи, если несоблюдение сроков было обусловлено обстоятельствами непреодолимой силы.

## 3. УСЛОВИЯ ОКАЗАНИЯ УСЛУГ

3.1. Отношения Сторон при оказании услуг связи регулируются действующим Правилami оказания услуг телефонной связи, утвержденными Правительством РФ, а также настоящим Договором и прилагаемыми к нему.

3.2. При оказании услуг местной связи Оператор, в соответствии с Банком заказа и Правилami оказания услуг связи, оказывает Абоненту следующие основные услуги:

а) Доступ к сети связи Оператора;

б) Выделение Абоненту абонентского номера из плана нумерации сети телефонной связи Оператора. Выделение Абоненту абонентского номера указывается в Банке заказа;

в) Предоставление абонентской линии в постоянное пользование на период оказания услуг местной телефонной связи;

г) Исходящие и/или входящие телефонные соединения по сети телефонной связи общего пользования для передачи голосовой информации, факсимильных сообщений, а также для доступа к услугам передачи данных и автоматическим услугам связи;

д) Доступ к системе бесплатного информационно-справочного обслуживания в соответствии с Правилami оказания услуг связи;

е) Возможность круглосуточного бесплатного вызова экстренных оперативных служб;

3.3. Оператор обеспечивает Абоненту возможность пользования услугами внутригородской, междугородной и международной телефонной связи, если иное не установлено Банком заказа. Доступ к услугам внутригородской, междугородной и международной телефонной связи осуществляется Абонентом путем набора префикса "8" перед полным междугородным номером или выделенного корпоративного/личного кода выбора оператора сети междугородной и международной телефонной связи.

3.4. Если иное не предусмотрено Банком заказа, Абонент осуществляет выбор оператора, оказывающего услуги междугородной и международной телефонной связи при каждом междугородном или международном вызове.

3.5. Если иное не установлено Банком заказа, Оператор вправе

+ синхронизируемся

90 дней

Формула успеха (черновик)

Понимаем клиента

Прорабатываем конкурентов

Брендинг на минималках

Улучшаем точки контакта

✦ **ПОВЫШАЕМ УЗНАВАЕМОСТЬ  
КОМПАНИИ**

Копаем возможности  
продуктового маркетинга

Качаем каналы продаж

Работаем с ценами

Привлекаем новых  
клиентов

Правильно работаем  
с клиентской базой

Удерживаем клиентов

Возвращаем клиентов

Прорабатываем тренды  
маркетинга

+ подводим итоги стратсессии

A dark, empty supermarket aisle with a shopping cart in the foreground. The shelves are mostly empty, and the lighting is dim, creating a somber atmosphere. The text is centered in the middle of the aisle.

**Если вас не знают,  
у вас не покупают.**

A man with a mustache, wearing a dark jacket and a gold watch, is shown in the foreground on the left, looking thoughtfully to the right with his hand on his chin. The background is a dark, empty store aisle with shelves and a shopping cart.

**Если вас не знают,  
у вас не покупают.**



Или мы запускаем разговоры (бесплатно).

**Или мы за деньги покупаем  
повышение узнаваемости.**

Вопрос на миллионы:

**Что нам сделать/делать,  
чтобы о нас говорили?**

## Офлайн инструменты

- ✦ бренд-амбассадоры\*
- ✦ брендинг название упаковка
- ✦ благотворительность\*/меценатство/спонсорство
- ✦ вирусный маркетинг
- ✦ годовой отчет положительных эмоций \*
- ✦ годовой отчет финансовый
- ✦ ивенты спикер\*/спонсор/стенд
- ✦ имиджевая реклама
- ✦ кейсы\* истории успеха\*
- ✦ книга собственника компании
- ✦ ко-маркетинг\* коллаб партнерка
- ✦ корпоративный буклет
- ✦ корпоративный журнал
- ✦ корпоративные мерч/подарки
- ✦ личный маркетинг\* первого лица/сотрудников
- ✦ маркетинг чувств аромат вкус звук цвет
- ✦ маскот корпоративный талисман
- ✦ отношения\* аналитики эксперты инфлюенсеры
  
- ✦ первые рейтинг конкурс
- ✦ праздник свой/корпоративный/отрасли
- ✦ рекомендации\*
- ✦ реферальная программа приведи друга

- ✦ смыслы\* ВiНАG икигай миссия
- ✦ ценности клиентоориентированность инновации экология социальная ответственность
- ✦ фан
- ✦ фирменный жест\*
- ✦ GR
- ✦ PR ивенты и тексты

## Онлайн инструменты

- ✦ блог\*
- ✦ вебинар\*
- ✦ видео площадки
- ✦ имиджевые баннеры
- ✦ контекстная реклама
- ✦ мобильное приложение
- ✦ отзовики
- ✦ подкаст\*
- ✦ рассылка e-mail\*
- ✦ сайт
- ✦ соцсети
- ✦ inbound
- ✦ PR online
- ✦ SEO
- ✦ SERM отзывы/рекомендации

\* маркетинг без бюджета

**ЛИЧНЫЙ  
МАРКЕТИНГ  
ТОПА**  
на минималках

- ✦ **МИССИЯ** подписаться
- ✦ **ЦЕННОСТИ** подписаться
- ✦ **САЙТ** фото и обращение
- ✦ **БУКЛЕТ** фото и обращение
- ✦ **СЕО** FAQ
- ✦ **СОЦСЕТИ** посты/фото
- ✦ **БЛОГ** посты/фото
- ✦ **РАССЫЛКА** внутренние и внешние/ видеозаряд
- ✦ **ИНТЕРВЬЮ** согласованные (!)
- ✦ **КНИГА**
- ✦ **ВЫСТУПЛЕНИЯ** внутренние и внешние

+ синхронизируемся

90 дней

Формула успеха (черновик)

Понимаем клиента

Прорабатываем конкурентов

Брендинг на минималках

Улучшаем точки контакта

Повышаем узнаваемость  
компании

Копаем возможности  
продуктового маркетинга

## ✦ **КАЧАЕМ КАНАЛЫ ПРОДАЖ**

Работаем с ценами

Привлекаем новых  
клиентов

Правильно работаем  
с клиентской базой

Удерживаем клиентов

Возвращаем клиентов

Прорабатываем тренды  
маркетинга

+ подводим итоги стратсессии

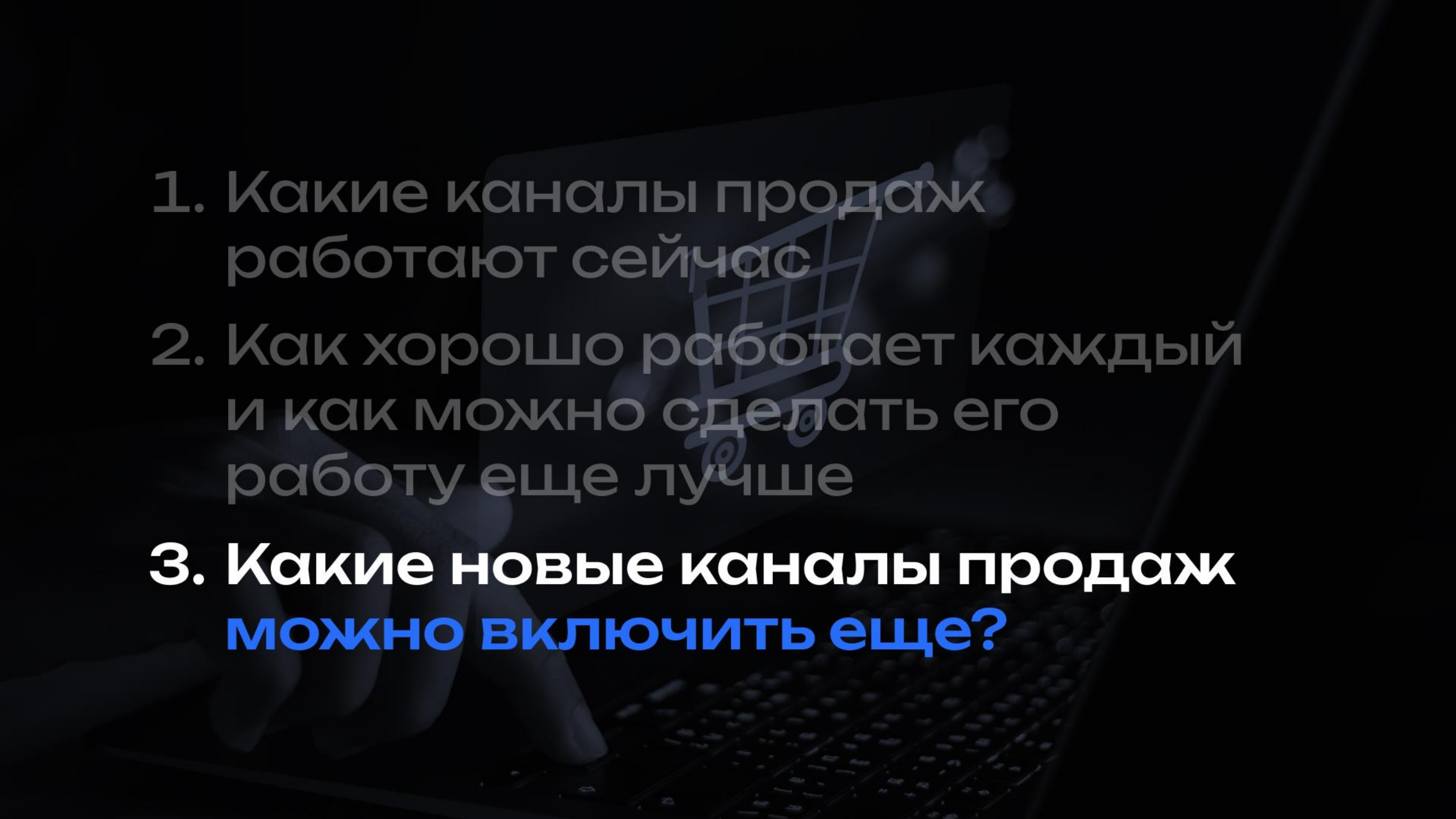
# Три вопроса:

- ✦ какие каналы продаж работают сейчас
- ✦ как хорошо работает каждый и как можно сделать его работу еще лучше
- ✦ какие новые каналы продаж можно включить еще



- ✦ **бизнес-партнеры**
- ✦ **вендинг** агент/аукционист/брокер/дель-кредере/дэбббер/дилер/дистрибьютор/интегратор/комиссионер/консигнатор/трейдер/фактор/экспедитор... в том числе на экспорт,
- ✦ **дистанционные** автоматы/терминалы
- ✦ **продажи** телемаркетинг/каталоги/телевизионные продажи
- ✦ **ивенты** клубы/ярмарки/форумы/выставки-продажи/аукционы/гаражная распродажа...
- ✦ **конкуренты** co-opetition
- ✦ **корпоративные**
- ✦ **мобильные каналы** выезд к клиенту/выездная торговля/офис на колесах/продажа с колес — van trading (фургоны)/мобильные точки продаж
- ✦ **онлайн** сайт/мобильное приложение/соцсети/торговые площадки
- ✦ **престижные** флагманский магазин/фирменные магазины/музеи
- ✦ **продает каждый** сотрудник/ex сотрудник/кандидат/F&F/клиент
- ✦ **региональные** менеджеры/офисы/филиалы
- ✦ **продажи**
- ✦ **свой отдел продаж**
- ✦ **сетевой (MLM)** от точки до гипермаркета
- ✦ **сети/ритейл** госзакупки/корпоративные закупки
- ✦ **тендеры**
- ✦ **франчайзинг**

# КАНАЛЫ ПРОДАЖ16

- 
1. Какие каналы продаж работают сейчас
  2. Как хорошо работает каждый и как можно сделать его работу еще лучше
  - 3. Какие новые каналы продаж можно включить еще?**



## Как купить квартиру\* по СПЕЦЦЕНЕ

- 1 Бронируете квартиру на сайте
  - Услуга платная
  - Получаете кэшбек 25% от стоимости брони
- 2 Связываетесь с застройщиком
- 3 Оформляете сделку напрямую с застройщиком
  - Получаете скидку на сумму бронирования

\*Количество ограничено

Продавец  
**ГК «КОРТРОС»**  
Квартиры от КОРТРОС

**КОРТРОС®**

Доставка и сервис Ozon

Главная Все товары Профиль

**HEADLINER**

ТОЛЬКО НА OZON

Специальные цены на квартиры

ЦАО Москва | 450 м от Москва-Сити | 2 мин пешком до метро и набережной Москва-реки

Выбрать и забронировать!

Смотреть видео про жилой

Реальные авто и честные цены!

OZON

Web-версия письма



Электроника



Продукты



Одежда



Все разделы

ЕЩЕ УСПЕВАЕТЕ  
ПОЛУЧИТЬ  
**1500₽** [Получить!](#)

Впервые  
на Ozon

**Реальные  
автомобили**

Честные цены



Книги



Бытовая  
техника



Детские  
товары



Дом и сад



Красота  
и здоровье



Спорт  
и отдых



Зоотовары



Автотовары



Электроника



Одежда



Продукты



Аптека

Instagram



andrey.birzhin



Нравится lion.anastasiya

andrey.birzhin Друзья, мы давно анонсировали проект мобильных офисов, проделали огромную работу и наконец готовы поделиться результатом. На днях первый мобильный офис продаж GloraX припарковался в Москве у нашего флагманского проекта GloraX Aura Белорусская.



Думаете о  
позиционировании?  
Учитесь у Rolls-Royce.

Rolls-Royce прекратил  
участие в автомобильных  
выставках.

Вместо этого они начали  
выставляться на  
выставках частных  
самолетов.

«Если вы весь день  
смотрели на самолеты,  
машина за 300 тысяч  
долларов — это  
импульсивная покупка.  
Это все равно, что  
положить сладости на  
кассу».

@wtfwithservice

Вкл. звук

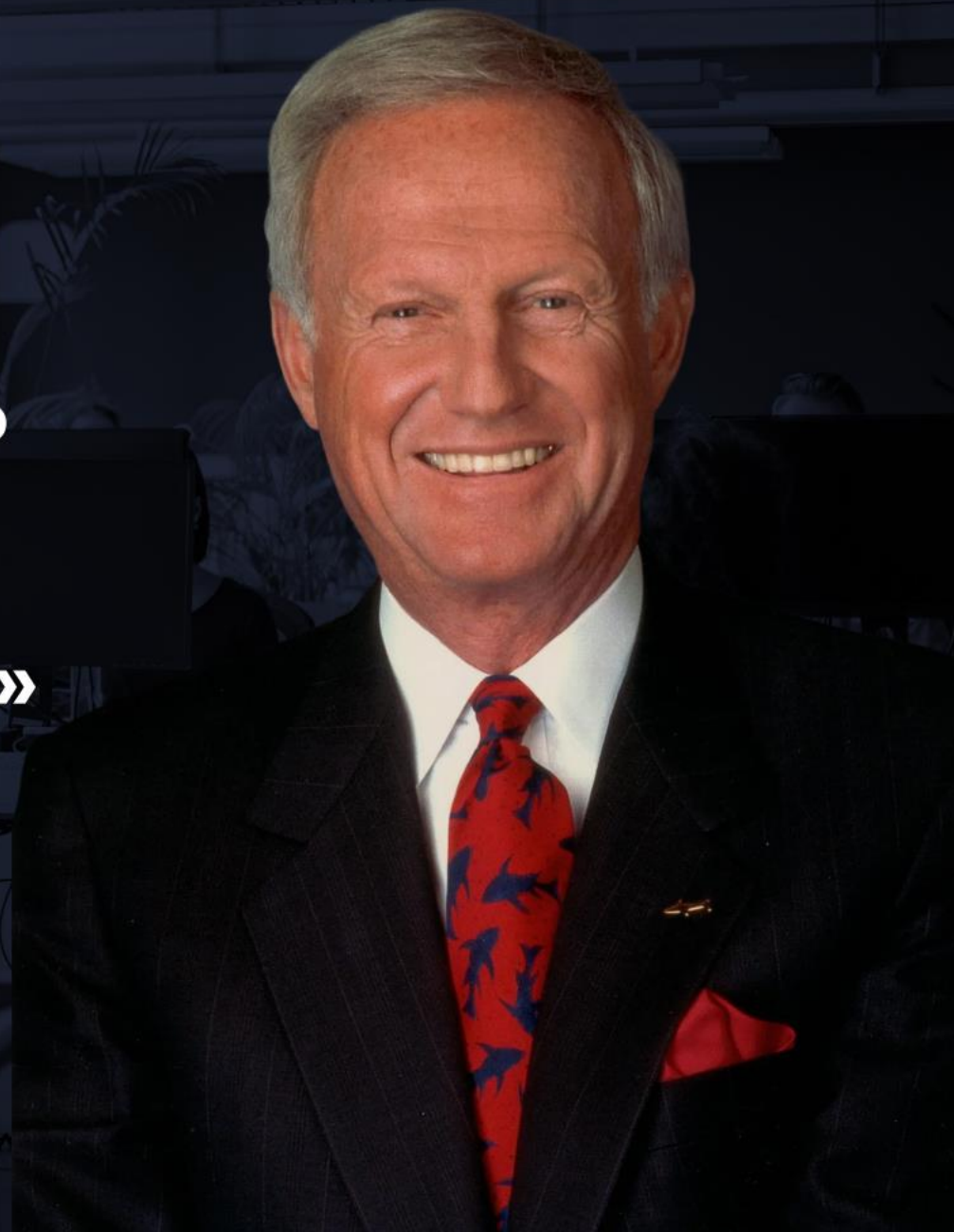
15

## Блиц тест

- ✦ Сколько человек у вас работает всего?
  - ✦ А сколько в продажах?

«Я думаю, должности ничего не значат. **Каждый продает.** Это единственный способ, чтобы мы остались в бизнесе»

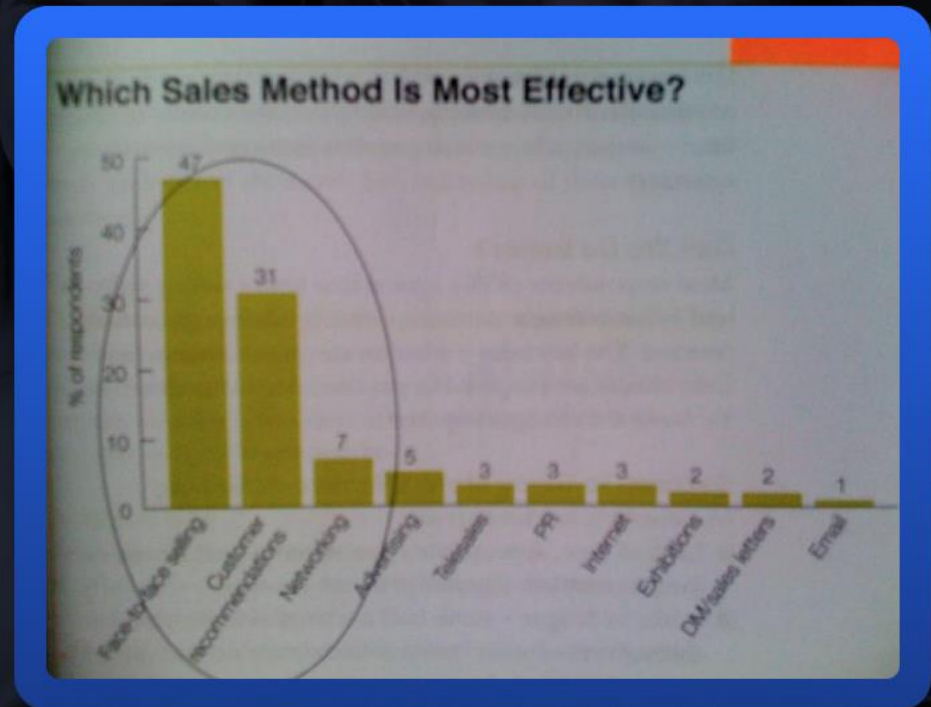
Харви Маккей



# Три самых эффективных метода продажи

- ✦ продажа лицом к лицу
- ✦ рекомендации клиентов
- ✦ нетворкинг

И это всё селфи-продажи!



# Рейтинг решающих факторов при выборе услуг:

а мы и есть услуги!

**30%** — знаю человека, который там работает

**12%** — пользовался их услугами

**7%** — видел вывеску и фирменные автомобили

**5%** — читал о них в прессе

**2%** — видел их рекламу

селфи-продажи!

реклама

15 : 1

A man in a dark suit and light shirt is walking through a modern office space. He is holding a laptop under his left arm. The background is slightly blurred, showing office furniture and other people in the distance. The overall lighting is dim, with a blue tint.

Выводы:

# 1. Продавай лично

Выводы:

**1. Продавай лично**

**2. Развивай нетворкинг**

**Выводы:**

- 1. Продавай лично**
- 2. Развивай нетворкинг**
- 3. Проси рекомендовать**

+ синхронизируемся

90 дней

Формула успеха (черновик)

Понимаем клиента

Прорабатываем конкурентов

Брендинг на минималках

Улучшаем точки контакта

Повышаем узнаваемость  
компании

Копаем возможности  
продуктового маркетинга

Качаем каналы продаж

✦ **РАБОТАЕМ С ЦЕНАМИ**

Привлекаем новых  
клиентов

Правильно работаем  
с клиентской базой

Удерживаем клиентов

Возвращаем клиентов

Прорабатываем тренды  
маркетинга

+ подводим итоги стратсессии

прописать/«говорить»

**ЦЕННОСТЬ =**

корпоративные/  
личные

**Выгоды/Преимущества/Удовольствия\*** -

\* говори на выгодском языке

прямые/косвенные

**Расходы -**

деньги  
время  
энергия/усилия  
эмоции

очевидные/неочевидные

**Неудобства/Страдания/Риски**

убрать/скрыть

знать/отбить

функциональный  
финансовый  
временной  
физический  
социальный  
психологический

<b>Функциональный</b>	Товар/услуга не действуют так, как ожидалось/ требовалось/рекламировалось
<b>Финансовый</b>	Риск, что товар окажется по качеству ниже своей стоимости или не столь экономичным, как ожидалось. Риск, что товар окажется неисправным, потребует замены или ремонта за счет покупателя
<b>Временной</b>	Риск потратить время на выбор альтернативного товара. Потеря времени: необходимость жаловаться, разбираться, обращаться в сервис-центр
<b>Физический (безопасность)</b>	Риск, что товар или услуга смогут причинить физический ущерб (представлять потенциальную опасность для здоровья или окружающей среды)
<b>Социальный</b>	Риск вызывать неодобрение друзей или коллег за сделанный выбор
<b>Психологический</b>	Риск того, что выбор вызовет неудовлетворение, неуверенность в себе, ощущение неудачи, приведет к потере самоуважения

# ЕЩЕ НИКОГО НЕ УВОЛИЛИ...



**...ЗА РАБОТУ С НАМИ!**

Все для производства сжатого воздуха

С 2007



1. Ценность прописана
- 2. Можно ли поднять цены?**
3. Прайсхаки используете?
4. ... А дискриминационные цены?
5. ... Динамическое ценообразование?
6. ... Калькуляторы?
7. ... Подписную модель?
8. Применяете обезболивание покупки?
9. Можно ли применить другую модель ценообразования

The image features a dark, monochromatic background. In the foreground, several stacks of coins are arranged in a row, increasing in height from left to right. A hand in a dark suit sleeve is visible in the upper right, holding a pen that points towards a line graph. The graph shows a line that starts flat, then rises sharply, and then continues to rise with a slight upward-pointing arrow. The text is overlaid on this scene.

**Самый простой способ  
увеличить прибыль**

## Повышение цены на 1%

- ✦ увеличивает текущую прибыль на 11,1%
- ✦ что значительно превосходит результат от повышения на 1% объема продаж: +3,3%.

# КАЛЬКУЛЯТОР РОСТА ПРИБЫЛИ (%)

рост цены (%)

наценка (%)

№	1	3	5	10	15	20
5	20	60	100	200	300	400
10	10	30	50	100	150	200
15	6,6	20	33,3	66,6	100	133
20	5	15	25	50	75	100
30	3,3	10	16,6	33	50	66
40	2,5	7,5	12,5	25	37,5	50
50	2	6	10	20	30	40
60	1,6	5	8,3	16,5	25	30

КОМУ

✦ всем **или** определенным клиентам?

+ синхронизируемся

НА ЧТО

✦ весь ассортимент

✦ несколько позиций

✦ одна позиция

СКОЛЬКО

✦ начните с одного процента

страшно? тогда 0,5%

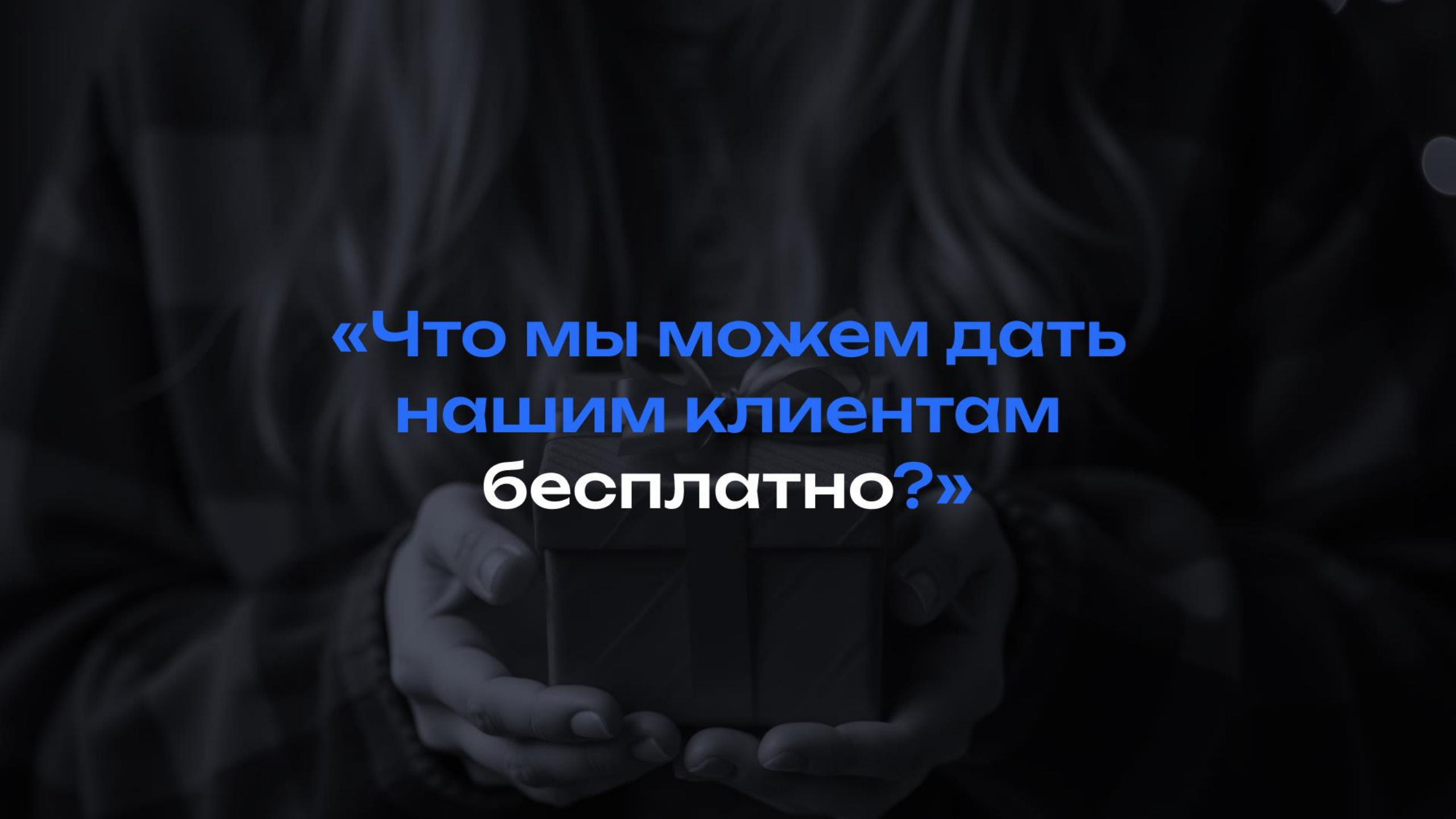
КАК

✦ не боясь и сразу!

✦ втихую

✦ извиняясь (предупреждение/объяснение)

✦ регулярно (в одно и тоже время желательно)

A person is shown from the chest down, holding a small, wrapped gift box with both hands. The person is wearing a dark, textured sweater. The gift box is wrapped in dark paper with a light-colored ribbon. The background is dark and out of focus.

**«Что мы можем дать  
нашим клиентам  
бесплатно?»»**

## ЧЕК-ЛИСТ «ЧТО ДАЕМ БЕСПЛАТНО?»

- ✦ амбассадорство
- ✦ аудит
- ✦ гарантия
- ✦ дегустация
- ✦ диагностика
- ✦ дисконтная карта
- ✦ доставка
- ✦ замер
- ✦ запчасти
- ✦ игра
- ✦ информация
- ✦ книга
- ✦ комплимент
- ✦ консультация
- ✦ ко-продакшн
- ✦ купон
- ✦ лотерея/розыгрыш
- ✦ надзор
- ✦ ноу-хау
- ✦ образцы бесплатные
- ✦ обучение
- ✦ партнерское предложение
- ✦ период пользования
- ✦ парковка
- ✦ персонализация
- ✦ подарок
- ✦ подарочная карта
- ✦ подгон
- ✦ подмена
- ✦ приложение
- ✦ примерка
- ✦ пробный период
- ✦ программа лояльности
- ✦ продвижение
- ✦ проект
- ✦ рекомендация
- ✦ сувенир
- ✦ такси/дорога
- ✦ тест-драйв
- ✦ трансфер
- ✦ угощение
- ✦ улыбка
- ✦ упаковка
- ✦ усеченная версия
- ✦ установка
- ✦ утилизация
- ✦ хорошее настроение
- ✦ хранение
- ✦ шаг/этап работы
- ✦ экскурсия

A dark, atmospheric photograph of a city street at dusk or dawn. A man in a suit is walking across the frame from left to right, his figure rendered as a silhouette against the slightly lighter sky. The street is lined with buildings and parked cars, all in shadow. The overall mood is quiet and contemplative.

**Самый простой способ  
уйти от конкуренции**



ПРОДАЮ  
ІДЕЇ

МАСТЕРСТВО  
ПРЕЗЕНТАЦІЇ

Тільки сьогодні!

Тільки сьогодні!

100 грами

МАРКЕТИНГ  
ЗА ІКАДОМ

Клієнти  
на ІКАДОМ

Менеджмент

Тільки сьогодні!

+ синхронизируемся

90 дней

Формула успеха (черновик)

Понимаем клиента

Прорабатываем конкурентов

Брендинг на минималках

Улучшаем точки контакта

Повышаем узнаваемость  
компании

Копаем возможности  
продуктового маркетинга

Качаем каналы продаж

Работаем с ценами

Привлекаем новых  
клиентов

Правильно работаем  
с клиентской базой

Удерживаем клиентов


Возвращаем клиентов

✦ **ПРОРАБАТЫВАЕМ  
ТРЕНДЫ МАРКЕТИНГА**

+ подводим итоги стратсессии

1. аутсорсинг
2. без бюджета
3. бенчмаркинг
4. блокбастеры
5. брендинг
6. видео
7. внутренний маркетинг
8. возвращенцы
9. впечатления
10. геймификация
11. голубые океаны
12. гроуинг
13. дефицит внимания
14. диджитализация
15. дизайн
16. добрые дела
17. доверие P2P
18. живое общение
19. инновации
20. инструменты для продаж
21. инфлюенс маркетинг
22. ИИ
23. каналы продаж
24. клиентоориентированность
25. ко-маркетинг
26. комьюнити
27. личный маркетинг
28. лонгселлеры
29. маркетинг для женщин
30. маркетинг маркетинга
31. маркетинг поколений
32. маркетинг чувств
33. нативность
34. нейромаркетинг
35. нет плохим клиентам
36. новые инструменты
37. ньюсджекинг
38. перехват
39. персонификация
40. позиционирование
41. прайсхаки
42. продаем ББДЧ
43. продает каждый
44. рекомендации
45. сейлзхаки
46. симплификация
47. скорость
48. смыслы
49. сторителлинг
50. точки контакта
51. удержание клиентов
52. успех клиентов
53. фан
54. формула успеха
55. ценность
56. эффективность

**ТРЕНДЫ  
МАРКЕТИНГА**



**«В реальной жизни в стратегии  
нет ничего сложного.  
Выбираешь направление  
и пашешь как проклятый»**

Джек Уэлч

A man in a pinstriped suit and tie stands in a dark office, looking shocked with wide eyes and an open mouth. The background shows office desks and chairs in a dimly lit room.

**Удивите нас.**

# Контакты



+375 (29) 216-16-11

info@airmarketing.by

Валерий  
Меркулов

