

Комитет по информации и рекламе, комитет по предпринимательству в сфере строительства, жилищно-коммунального хозяйства и земельным отношениям ЮУТПП, а также агентство комплексного привлечения клиентов из интернет Cosa Nostra приглашают вас на семинар:

# КАК СОЗДАТЬ БЕСПЕРЕБОЙНУЮ СИСТЕМУ ПРИВЛЕЧЕНИЯ КЛИЕНТОВ В СВОЙ БИЗНЕС с четким пониманием эффективности затрат на рекламу

*Семинар для собственников и топ. менеджеров  
компаний*





**Дата 30 октября**

**Регистрация**

Приветственный кофе-брейк

Время 14:30-15:00

**1 блок**

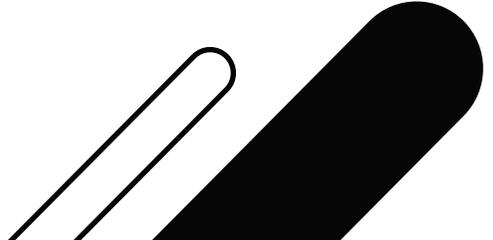
Как наладить или масштабировать поток клиентов в бизнес из интернета

Время 15:00-16:00

**2 блок**

Сквозная аналитика для бизнеса - как получать в несколько раз больше отдачи от рекламы в интернете при том же рекламном бюджете

Время 16.00-17.00



## 1 блок

# Как наладить или масштабировать поток клиентов в бизнес из интернета

Что будет:

В рамках этого блока расскажем простым языком про то, как масштабировать рекламу в интернете с помощью комплексного подхода к продвижению бизнеса.

Разберем различные каналы продвижения и их особенности для разных ниш на примерах из нашей практики. Расскажем про подход к внедрению и эксплуатации интернет-маркетинга на основе, которого можно построить бесперебойный конвейер привлечения клиентов в свой бизнес.

Результатом первого блока будет, то что Вы сможете составить пошаговый план построения системы привлечения клиентов из интернета в свой бизнес, а также узнаете какие еще бизнес-процессы можно выполнять более эффективно используя в них инструменты интернет-рекламы.

## 2 блок

# Сквозная аналитика для бизнеса - как получать в несколько раз больше отдачи от рекламы в интернете при том же рекламном бюджете

Что будет:

После того, как мы разработаем систему привлечения клиентов, будет необходимо настроить систему аналитики так, чтобы мы понимали отдачу на каждый вложенный рубль.

В этом нам поможет сквозная аналитика. Благодаря сквозной аналитике можно точно узнать реальную стоимость одного клиента, пришедшего с рекламы в интернете и управлять рекламными бюджетами не наобум, а исходя из точным данным по возврату инвестиций от той или иной рекламы.

В данном блоке рассмотрим что такое сквозная аналитика, каковы ее возможности, как лучше внедрить ее в свой бизнес, а также разберем несколько успешных кейсов использования сквозной аналитики, благодаря которой компании увеличили отдачу от рекламы в несколько раз.



## Спикер Владимир Жабинский

**Модератор:** Машенцева Евгения Валерьевна  
зам.председателя комитета по информации и рекламе ЮУТПП

### Достижения:

- Управляющий партнер компании Cosa Nostra
- 5.5** лет в интернет-маркетинге
- 367** реализованных проектов в сети