

Продукцию Shiny представили на Alfa Business Week

Альфа-Банк представил бизнес-сообществу Уфы новый формат обучающих конференций для представителей малого и среднего бизнеса — деловой форум Alfa Business Week. При поддержке главного дистрибьютора в форуме принял участие региональный дилер Shiny в Республике Башкортостан.

Трехдневный марафон в Уфе посетило более пятисот предпринимателей. Основными темами обсуждения стали тенденции и перспективы российского ритейла, современные инструменты мотивации персонала и руководителей, эффективное использование возможностей интернета для привлечения клиентов, особенности финансового учета и администрирования налогообложения, определение новых инструментов для повышения эффективности бизнес-моделей, клиентоориентированность и деловой имидж.



На фото руководитель регионального представительства Shiny Дмитрий Чувилин и Российский маркетолог, автор бестселлеров о маркетинге, личном развитии и клиентоориентированности Игорь Манн

Компания Shiny представила на форуме свою продукцию. Участники мероприятия смогли по достоинству оценить высокое качество и надежность Shiny. Никто не ушел с форума без подарков и сувениров.

"Мы не случайно появились на данном форуме, ведь региональное представительство Shiny является лучшим партнером Альфа-Банка по итогам 2015 года. Кроме того никто так не нуждается в штемпельной продукции премиум класса Shiny как представители малого и среднего бизнеса. Предпринимателям нужен порядок в документах, а его не достичь без качественных печатей и штампов" - заявил руководитель регионального представительства Shiny Дмитрий Чувилин.

Директор по массовому бизнесу операционного офиса Башкортостан Альфа-Банка Кристина Гималетдинова отмечает, что одна из ценностей нового формата — возможность для клиентов банка «установить важные для себя контакты, обменяться лучшими практиками и инструментами, которые позволят им быть еще успешнее».

Отдельная сессия на форуме была посвящена системе клиентоориентированности как способа увеличения доходов. Обсуждение прошло под руководством известного российского маркетолога, автора бестселлеров о маркетинге, личном развитии и клиентоориентированности Игоря Манна. «Цена уже у всех уравнилась, ассортимент примерно у всех одинаковый, и нужно чем-то новым «биться» за клиента. Появляется система сервиса, клиентоориентированности. Маркетинг без бюджета всегда был и остается очень востребованной темой, потому что люди хотят привлечь больше клиентов, научиться правильно с ними работать, не используя какой-то дополнительный бюджет»,— говорит эксперт.

В планах регионального представительства Shiny в Республике Башкортостан выход на соседние регионы, ведь в печатях и штампах премиум качества Shiny нуждаются не только предприятия Башкирии.

По материалам Коммерсантъ

<http://kommersant.ru/doc/3048911>