

The background is a vibrant, abstract composition of overlapping geometric shapes and arrows. The colors include bright yellow, orange, blue, green, and red. Several large, thick black outlines of arrows are superimposed on the colorful shapes, pointing in various directions, primarily towards the upper right. The overall effect is one of dynamic movement and energy.

Seminář Aktivního marketingu

Proč Aktivní marketing

Aktivní marketing je založený na **stejných principech jako Aktivní prodej**.

Stojí tedy také na působení na smysly, emoce a instinkty. A proč ta podobnost, ba příbuznost? Protože marketing a prodej nejsou dvě oddělené entity, které nemají mnoho společného. Toto kotlerovské pojetí slouží spíš posilování ega marketérů, než prosperitě firmy.

Cílem je prodej

Tak jako tak totiž každý podnikatel a firma potřebují prodat. Pokud vkládají úsilí do činností, které nepodpoří nebo nezvýší prodej, jde o zbytečné plýtvání prostředky.

Aktivní marketing tedy neděláme pro efekt. Nejde o líbivé reklamy, které zabodují na festivalu v Cannes a odnesou si odtud náruč ocenění. Nejde o obdiv.

Aktivní marketing přináší konkrétní výsledky v podobě vyšších tržeb.

Aktivní marketing se zaměřuje na:

- působení na smysly (smyslový marketing)
- působení na instinkty (instinktivní marketing)
- působení na emoce (emoční marketing)

a to najednou, nikoliv odděleně.

Dosud se informace o jednotlivých oblastech získávaly obtížně. Jednak jsou rozptýleny, jednak se některými z nich, zejména instinktivním marketingem, nikdo do hloubky nezabývá. A chybí i komplexní pohled na jejich využití.

Dobrou zprávou je, že je to minulostí. Na základě více jak 25 let zkušeností a získávání znalostí z těchto oblastí, jsem připravil seminář Aktivního marketingu.

O čem je seminář

Účastníci se na semináři mimo jiné dozvědí:

- jak připravit aktivní marketingovou strategii
- jak získat pozornost zákazníků
- jak vytvořit působivou reklamu
- jak využít stádní a zrcadlový efekt
- jak působit na potřebu uznání...

a získají informace o využití těchto nástrojů:

Smyslový marketing

- působení na jednotlivé smysly (zrak, sluch, čich, chuť, hmat)
- vzájemné propojení a ovlivňování smyslů
- kombinace s cílem dosažení až 80 % zapamatování a ovlivnění

Instinktivní marketing

- obranné instinkty
- stádní efekt
- pravidlo reciprocity
- fungování dopaminu

Emoční marketing

- potřeba sounáležitosti
- potřeba uznání
- potřeba seberealizace

Aktivní komunikace

- kombinování komunikačních kanálů
- sociální sítě
- web a newsletter

Přínosy

Použití Aktivního marketingu přináší významné zvýšení úspěšnosti prodeje. I když to jistě u každého nebude 100 %, přesto lze očekávat zajímavé navýšení. Seminář Aktivní marketing se tedy v každém případě vyplatí.

Vzhledem ke svým zkušenostem v prodeji, kdy jsem se k nástrojům Aktivního marketingu a prodeje propracovával metodou pokusů a omylů, mohu jednoznačně říct, že s Aktivním marketingem se dosahuje lepších výsledků. Opakovaně jsem vítězil nad konkurencí s lepšími cenami a udržoval jsem se zákazníky dlouhodobé vztahy. Ostatně není třeba mluvit v minulém čase, funguje mi to dodnes.

Pro koho je seminář

Seminář Aktivního prodeje je určen všem podnikatelům a firmám. Pokud jste samostatní podnikatelé a chcete se zúčastnit jako jedna osoba, domluvte se s dalšími na společném semináři.

Jaká je cena

Máte na výběr ze dvou možností:

Professional

Dvoudenní intenzivní školení Aktivního prodeje spojené s tréninkem (cca 2 x 6 hodin).

Cena: 80.000 Kč + DPH (3.200 €)

Basic

Jednodenní školení Aktivního prodeje (cca 6 hodin)

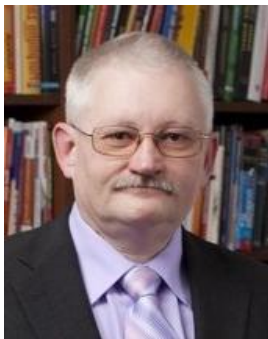
Akční cena: 32.000 Kč + DPH (1.300 €)

Máte zájem?

Kontaktujte mě na stránce [Školení Miloše Tomana](#)
nebo napište na e-mail info@intuitivnimarketing.cz.

Rád se vám budu věnovat a připravím seminář i s ohledem na vaše potřeby.

O mně – kdo pro vás připravil tento seminář



Jmenuji se Miloš Toman a už více jak 25 let se věnuji podpoře malého a středního podnikání a hledání cest ke zvýšení prosperity podnikatelů.

Tak vznikla koncepce *intuitivního marketingu*, založená především na vztazích se zákazníky, loajalitě a způsobu, jak se odlišit od konkurence, zejména té velké.

Nástroje, které jsem objevil a vyzkoušel jsem nejdříve popsal ve dvou knihách: *Intuitivní marketing* (v roce 2016 vyšlo třetí aktualizované vydání) a *Intuitivní reklama*, vydaných nakladatelstvím Management Press. Pak také [v dalších](#)

[knihách](#).

Intuitivní marketing je jedinou českou koncepcí, o níž se učí na vysokých školách a je uváděna v odborných publikacích jako jeden z marketingových směrů. Především však slouží veřejnosti, podnikání.

Přednáším jako lektor v kurzech marketingu, obchodních dovedností, reklamy a managementu, a to jak v České republice, tak ve Slovenské republice. Poskytuji poradenství a školení zejména na téma aktivního prodeje.

Moje biografie je zařazena v prestižní encyklopedii Who is...(v České republice).