

Ежемесячный специализированный журнал.
№ 4 (173) для Казахстана,
№ 4 (114) для Украины, апрель 2019 г.
Издается с июля 2004 г.

Учредитель:
Агентство «Press.kz»
Собственник и издатель: ТОО «Эльмора»

Руководитель проекта - Янина Курилович
Главный редактор - Евгений Рутковский
Корректор - Людмила Кильдюшева
Верстка и дизайн - Виктор Курилович
Бухгалтер - Маргарита Партута
Отдел доставки - Наталья Соколик
Подписной индекс в каталоге
ОАО «Казпочта» - 75134
в каталоге «ДП Пресс» (Украина) - 37810

Журнал зарегистрирован Министерством культуры, информации и общественного согласия Республики Казахстан, свидетельство №5191 – Ж от 30.07.2004 г.
Журнал зарегистрирован Министерством юстиции Украины, серия KB №15186-3758 от 29.05.2009 г. Учредитель: ЧП "Хорс"

Подписано в печать 27.02. 2019
Зарегистрированный тираж 10000 экз.

Отпечатано в типографии
«Technology of Imaging»,
г. Алматы, ул. Нурмакова, 30, оф. 2
(уг. ул. Айтеке би)

На страницах журнала используются эксклюзивные статьи, заказанные редакцией, а также статьи наиболее интересных авторов с открытых Интернет-ресурсов с обязательным сохранением авторства.

Мнение автора не всегда отражает точку зрения редакции.
За содержание рекламных объявлений редакция ответственности не несет.
Рукописи не возвращаются.
Перепечатка запрещена обладателем исключительных прав.

Адрес редакции:
Республика Казахстан, 050004,
г. Алматы, Фурманова, 53 - 16
Тел./факс: (727) 271-41-82, 271-01-87
Украина, 73000,
г. Херсон, просп. Ушакова, 56, оф. 8,
Тел.: +38 (0552) 51 13 72, +38 050 605 76 61
Internet: www.business-portal.kz,
www.art-of-sales.com
e-mail: info@business-portal.kz.

© «ИСКУССТВО ПРОДАЖ», 2019 г. Казахстан
© «НАУКА ПРОДАЖ: ОТ ТЕХНОЛОГИИ К ИСКУССТВУ», 2019 г. СНГ



В НОМЕРЕ:

МЕНЕДЖМЕНТ

- Евгений Некоз**
8 схем «развода» клиентов на рынке интернет-маркетинга 02
- Эдуард Шмидт**
Два показателя, которые навсегда изменят ваши продажи 06
- Сергей Илюха**
Как стать суперзакупщиком..... 10
- Людмила Буреева**
Как удалить засоры в воронке продаж..... 14
- Владимир Католик**
Мне жаль, но ваших маркетологов придется уволить 16

АУДИТ ПРОДАЖ

- Александр Бочкин**
Ошибка на миллион: как системы Process mining помогают экономить бюджет компании 20

УПРАВЛЕНИЕ ПРОДАЖАМИ

- Светлана Ерофеева**
Почему к маркетингу нет доверия 22
- Илья Гасников**
Почему маркетинг в малом бизнесе должен внедряться изнутри 24
- Татьяна Ковалева**
Почему топ-менеджеры принимают неадекватные решения 26

РЕКЛАМА

- Андрей Веселюк**
10 и один совет по подбору персонала в соцсетях 30

- 1 **Бочкин, А.** Ошибка на миллион: как системы Process mining помогают экономит бюджет компании / А. Бочкин // Наука продаж: от технологии к искусству. – 2019. – № 4. – С.20-21.
Process mining основывается на полностью автоматизированной реконструкции последовательности событий на основе цифровых следов из различных информационных систем.
- 2 **Буреева, Л.** Как удалить засоры в воронке продаж / Л. Буреева // Наука продаж: от технологии к искусству. – 2019. – № 4. – С. 14-15.
Оценить и повысить эффективность воронки продаж всегда можно с помощью внутренних ресурсов компании. С чего начать и как действовать, рассматривается в статье
- 3 **Веселюк, А.** 10 и один совет по подбору персонала в соцсетях / А. Веселюк // Наука продаж: от технологии к искусству. – 2019. – № 4. – С.30-31.
Автор рассказывает как по профилю в соцсетях определить "пригодность" кандидата
- 4 **Гасников, И.** Почему маркетинг в малом бизнесе должен внедряться изнутри / И. Гасников // Наука продаж: от технологии к искусству. – 2019. – № 4. – С.24-25.
В статье рассматриваются вопросы улучшения качества маркетинга путем его внедрения изнутри
- 5 **Ерофеева, С.** Почему к маркетингу нет доверия / С. Ерофеева // Наука продаж: от технологии к искусству. – 2019. – № 4. – С.22-23.
Автор рассказывает как преодолеть проблему недоверия к маркетингу
- 6 **Илюха, С.** Как стать суперзакупщиком / С. Илюха // Наука продаж: от технологии к искусству. – 2019. – № 4. – С.10-13.
В статье рассматриваются вопросы улучшения закупок
- 7 **Католик, В.** Мне жаль, но Ваших маркетологов придется уволить / В. Католик // Наука продаж: от технологии к искусству. – 2019. – № 4. – С.16-19.
Роль маркетолога в развитии компании
- 8 **Ковалева, Т.** Почему топ-менеджеры принимают неадекватные решения / Т. Ковалева // Наука продаж: от технологии к искусству. – 2019. – № 4. – С.26-29.
Во время реорганизации и существенных изменений в крупных компаниях у людей возникает ощущение полной дикости и нелогичности управления. В статье рассматриваются пути решения этой проблемы
- 9 **Некоз, Е.** 8 схем "развода" клиентов на рынке Интернет-маркетинга / Е. Некоз // Наука продаж: от технологии к искусству. – 2019. – № 4. – С.2-4.
В статье рассказывается как "разводят" клиентов на рынке Интернет-маркетинга
- 10 **Шмидт, Э.** Два показателя, которые навсегда изменят ваши продажи / Э. Шмидт // Наука продаж: от технологии к искусству. – 2019. – № 4. – С.6-8.
В статье рассматриваются показатели улучшения продаж