

THE INTERNATIONAL LEADERSHIP SERIES

JACK TROUT

10th October 2006, Marriott Grand Hotel, Moscow



LEADERS IN MOSCOW

ЛИДЕРЫ В МОСКВЕ

СЕРИЯ МЕЖДУНАРОДНЫХ СЕМИНАРОВ

ДЖЕК ТРАУТ

10 октября 2006, Марриотт Гранд Отель, Москва



По Вашим многочисленным просьбам однодневный мастер-класс:

Стратегия Специализации в России

Данная стратегия может потенциально стать очень важной для Российских компаний. Джек Траут будет детально обсуждать эту тему с использованием целого ряда как удачных, так и не очень удачных примеров, заимствованных им непосредственно из Российской практики.

Спонсор:



NESPRESSO®

www.leadersinmoscow.com

Зарегистрируйтесь
до 14 июля и
сэкономьте
£200

Воспользуйтесь скидками при
корпоративном бронировании –
сэкономьте до 20 %!



LEADERS IN MOSCOW
ЛИДЕРЫ В МОСКВЕ

In 2006 the Leaders in Moscow team brought a group of the finest, most diverse and accomplished speakers to Russia. More than 1000 delegates have attended The Leadership Series. Our meetings offer a rare opportunity to listen, to learn from and be inspired by some of the world's highest achievers.

В 2006 году команда «Лидеры в Москве» представила в серии международных семинаров целую плеяду выдающихся лидеров мирового бизнеса. Участниками цикла мероприятий по управлению и лидерству стали более 1000 человек, получивших редкую возможность вдохновляющего общения с лучшими из лучших.

«Очень ценное общение и информация для тех, кто действительно заинтересован в успешном управлении компанией.» Ирина Зорина, IBS



*“Extremely valuable. Gives a lot of thoughts and energy! Helps to drive business further.”
Sergey Popov, OOO Wrigley*

The Leadership Series events are an ideal meeting place for the domestic and international business communities from across all industry sectors. Make sure you take advantage of the outstanding networking opportunities.

For special discounts and benefits for group booking discounts contact Ekaterina Panasevich on +44 20 7017 7437, email: kathia.panasevich@leadersinmoscow.com

Серия семинаров это место встречи участников международного сообщества, представителей всех секторов экономики. На этих мероприятиях у Вас есть великолепная возможность завязать деловые контакты. **Чтобы получить информацию о корпоративных скидках, пожалуйста, обращайтесь к Екатерине Панасевич по тел: +44 20 7017 7437 или электронной почте: kathia.panasevich@leadersinmoscow.com**

The International Leadership Series sponsored by:

The world-known Nespresso company, one of the fastest growing business units of Nestle Group, has developed a unique integrated system combining an elegant and compact coffee machine, superior quality ground coffee in a unique capsule design, created to prepare ideal coffee, and personalized service in the Nespresso Club.

With Nespresso machines, making of espresso is a pure pleasure: just select one capsule of the vast range of 12 Grand Crus and get precisely the coffee you prefer, with sour or bitter notes, strong or decaffeinated. In the middle of 2004 Nespresso Professional entered Russian market, providing offices of the major world companies, prestigious hotels and restaurants with stylish and reliable coffee-machines and high-quality Grand Cru coffee varieties. In addition, Nespresso offers coffee connoisseurs an opportunity to plunge into the espresso world. Nespresso Boutiques operate in all major cities across the world. The exclusive Nespresso Boutique at Novinsky Passazh shopping center (31 Novinsky Blvd., Moscow) features all key components of the Nespresso system: high style and advanced technologies, personalized customer service and perfection in every last detail. For more detailed information about Nestle Nespresso S.A. please refer to our web-site: <http://www.nespresso.com/ru>; Nespresso Professional – www.nespresso.ru



NESPRESSO

Всемирно известная компания Nespresso, входящая в Группу Nestle, разработала уникальную комплексную систему, в которую входят элегантная и компактная кофе-машина, предназначенная для приготовления идеального кофе – отличного от любого другого, существующего в настоящее время, молотый кофе наивысшего качества в уникальных капсулах и персонализированный сервис в Клубе Nespresso. К 2004 году компания Nespresso вышла на основные рынки и на данный момент представлена более чем в тридцати странах. Нет ничего приятнее и проще, чем приготовить эспрессо на кофе-машине Nespresso: выбрав нужную капсулу из богатого ассортимента, включающего 12 Grand Cru, можно приготовить именно тот кофе, который Вы предпочитаете - с кислинкой или горчинкой, более крепкий или без кофеина. В середине 2004 года на российском рынке появилась профессиональная линия Nespresso, Nespresso Professional, которая поставляет стильные и надежные кофе-машины и высококачественный кофе в капсулах в офисы крупнейших компаний, престижные отели и рестораны. Бутики Nespresso представлены во многих странах мира, что предоставляет дополнительную возможность приобрести к миру Nespresso. В эксклюзивном бутикe Nespresso, расположенном в ТДЦ «Новинский Пассаж» (Москва, Новинский бульвар, 31) объединяющем все элементы системы, Вас приятно удивит стильный дизайн, современные технологии, индивидуальный подход к каждому клиенту и совершенство в мельчайших деталях. Более подробную информацию о компании Nestle Nespresso S.A. можно найти на сайтах: <http://www.nespresso.com/ru>; Nespresso Professional – www.nespresso.ru

Official Supporting
Organisation:



Official
Partner:



Media
Partners:





Стратегия Специализации в России

В основу семинара положена новая книга Траут о стратегии. Цель семинара: показать директорам, что такое по настоящему хорошая стратегия. В ходе своего длительного странствия по миру бизнеса Джек Траут неоднократно убеждался в том, что успех не основан на правильных людях, отношении, инструментах, ролевой модели или организации. Успех основан на правильной стратегии. Данный семинар включает в себя следующие части:

- **Стратегия – в восприятии.** Эта часть посвящена информации о позиционировании и принципах работы сознания. Существует пять свойств сознания, которые необходимо понимать и учитывать: сознание ограничено, сознание не терпит путаницы, сознание уязвимо, сознание инертно и сознание склонно к потере концентрации.
- **Стратегия – в дифференциации.** Существует много способов дифференцировать себя. Суть в том, чтобы выбрать один из них и неукоснительно его придерживаться. Для начала нужно понять разницу между слоганом и дифференциацией. Наиболее популярные дифференцирующие стратегии основаны на: свойствах, процессе создания, лидерстве, первенстве, инновациях и наследии.
- **Стратегия – в конкуренции.** Эта часть посвящена конкуренции и созданию правильной конкурентной стратегии. Согласно подходу на «поле битвы» ведутся четыре типа боевых действий: Оборонительные, Наступательные, Позиционные и Партизанские. Каждый из этих типов действий основан на принципах, которые и подскажут вам, как победить своих конкурентов.
- **Стратегия – в специализации.** Лучше быть лучшим в чем-то одном, чем середняком во всем. Специализация - мощнейший инструмент. Специализация требует значительной концентрации и готовности «думать по мелкому» чтобы стать «крупным». Стремление к росту может быть здесь проблемой.
- **Стратегия – в простоте.** Великие стратегические идеи укладываются в несколько слов. Сложность – враг. Простота – Святой Грааль. Чтобы быть простым нужно избегать сложности. Противоядие от сложности – благоразумие. К сожалению, многие директора частенько забывают захватить его с собой на работу.
- **Стратегия – в лидерстве.** За вами не пойдут, пока не будут знать, куда вы их ведете. Сильные лидеры стоят во главе. Хорошего лидера отличают: гибкость, смелость, знания и удача.

- **Стратегия – в реальности.** Мы живем в эру больших проблем больших брендов, а все потому, что у них нет правильной стратегии. Они игнорируют рыночную реальность и горько за это расплачиваются. Одним из наиболее драматичных и болезненных провалов стал распад AT&T. И самое интересное в том, что этого, на самом деле, не должно было произойти.
- **Стратегия специализации в России** - данная часть может потенциально стать очень важной для Российских компаний. Джек Траут будет детально обсуждать эту тему с использованием целого ряда как удачных, так и не очень удачных примеров, заимствованных им непосредственно из Российской практики.

Данный семинар подобрал в себя все самое лучшее из 10 книг Джека Траута и его многолетнего опыта в области бизнес-консалтинга, который он черпал, общаясь с элитой делового мира во всех уголках планеты. Это история долгого странствия по миру бизнеса, изложенная в концентрированной форме однодневного мастер-класса.

10 октября 2006

08.30	Регистрация и кофе
09.30	СЕССИЯ ПЕРВАЯ
	<i>Вопросы и ответы</i>
11.00	Перерыв на кофе
11.30	СЕССИЯ ВТОРАЯ
	<i>Вопросы и ответы</i>
12.45	Обед
14.00	СЕССИЯ ТРЕТЬЯ
	<i>Вопросы и ответы</i>
15.20	Кофе-брейк
15.40	СЕССИЯ ЧЕТВЕРТАЯ
	<i>Вопросы и ответы</i>
17.00	Заккрытие мастер-класса

Синхронный перевод будет предоставлен на английском и русском языках в течение мастер-класса



LEADERS IN MOSCOW
ЛИДЕРЫ В МОСКВЕ

О ДЖЕКЕ ТРАУТЕ

Джек Траут – знаменитый автор ряда классических трудов в области маркетинга, изданных на многих языках мира: *Позиционирование: Битва за Сознание, Маркетинговые Войны, Большие Проблемы*

Больших Брендов: Болезненные Уроки, Выделись или Умри!, Волшебная Лампа Бизнесмена, 22 Непреложных Закона Маркетинга, и его последнее творение, *Траут о Стратегии*.

Траут является президентом консалтингового агентства Траут и Партнеры, со штаб-квартирой в Коннектикуте. Среди его клиентов AT&T, IBM, Southwest Airlines, Merck, Procter & Gamble и многие другие. Один из его последних клиентов – Госдепартамент США – его он

проконсультировал на предмет того, как бы получше «продать» Америку.

Будучи одним из наиболее влиятельных стратегов в области маркетинга, Траут является автором концепции «Позиционирования» и ряда других важных концепций рыночной стратегии. Обладая более чем 40 летним опытом в рекламе и маркетинге, Траут – главный консультант крупнейших мировых компаний и глобальная консалтинговая деятельность стала для него источником подлинного знания в области самых разнообразных маркетинговых сценариев. Международное признание Траут снискал в качестве консультанта, писателя, спикера и главного адепта передовых маркетинговых стратегий.



Позиционирование и Новое Позиционирование

Своей опубликованной в 1981 году книгой «Позиционирование», теперь считающейся классикой, Джек Траут (вместе с соавтором Алом Райзом) навсегда изменил взгляды на составление маркетинговой стратегии. Книга устанавливает правила маркетинга в отношении влияния на умы реальных и потенциальных клиентов. Все маркетинговые войны в конечном итоге ведутся за умы и сердца покупателей. Позиционирование включает в себя необходимость быть первым, изобретать новые категории, изменять направление конкурентной борьбы, подчеркивает важность имени, марки, оправданность жертв и необходимость в фокусировании усилий. «Новое Позиционирование» - это продолжение первой книги, которое еще глубже раскрывает, поднятые в ней темы.

Маркетинговые войны

Эта книга на практике подтверждает теорию о том, что успешная тактика должна определять стратегию.

Большие бренды - большие проблемы. Учитесь на чужих ошибках

Исследование ошибок, сделанных американскими гигантами, идолами бизнеса: Херох, AT&T, Levi's и другими. В книге анализируются трудности, испытанные этими корпорациями, а также пути их решения.

Дифференцируйся или умирай! Выживание в эпоху убийственной конкуренции

В жестоких условиях конкурентной борьбы действует правило – если у товара нет ни одного элемента отличия, то его цена должна быть очень низкой. Джек Траут описывает способы выделения вашей продукции из ряда конкурирующих товаров. В книге приведены конкретные примеры успешного выделения в конкурентной борьбе собранные по всему миру.

Сила простоты. Руководство по успешным бизнес-стратегиям

Все гениальное просто! То, что это утверждение касается не только великих научных открытий, но и сферы бизнеса, убедительно доказывают Джек Траут и Стив Ривкин в своей новой работе «Сила простоты». Авторы смогли разобраться и «упростить» такие аспекты, как лидерство и управление персоналом, ценообразование и маркетинг. В каждом случае они стремятся дойти до сути, до понимания истинного положения вещей.

Траут о стратегии

В своей последней книге Джек Траут рассматривает семь основных принципов, которые формируют успешную стратегию, и учит уникальным методам дифференциации вашего продукта в умах покупателей. Он также показывает наиболее успешные примеры формирования стратегии в современных компаниях. Особое внимание он уделяет анализу мышления покупателя, репозиционированию, полезным приемам, которым он научился за свою сорокалетнюю работу в маркетинге

Узнать о том, как Ваша компания может стать обладателем спонсорского пакета «Гостеприимство» - который дает уникальную возможность пригласить Ваших самых важных клиентов бесплатно принять участие в мастер-классе, пожалуйста, обращайтесь к Франку Дэвиту по тел: +44 20 7017 7433 7433 или эл. почте: Frank.Dewitz@leadersinmoscow.com



LEADERS IN MOSCOW
ЛИДЕРЫ В МОСКВЕ

Specialization Strategy in Russia

This seminar will be based on Jack Trout's new book **Trout on Strategy**. The objective of this seminar is to give business executives a better sense of what good strategy is all about. What Jack has learned over and over again in his long journey through the business world is that success isn't about having the right people, the right attitude, the right tools, the right role models or the right organization. It's all about having the right strategy. The seminar will be broken into the following sections and tailored for the event.

- **Strategy is all about perceptions.** This section covers information on "Positioning" and how the mind works. There are five psychological considerations to be understood: Minds are limited, Minds hate confusion, Minds are insecure, Minds don't change and Minds can lose focus.
- **Strategy is all about being different.** There are many ways to differentiate yourself. The trick is to select one and make that your focus. First you must learn the difference between slogans and differences. The most popular differentiating strategies are: attribute, how it's made, leadership, being first, being the latest and heritage.
- **Strategy is all about competition.** This part of the presentation deals with competition and how to develop the right competitive strategy. This approach divides the battlefield into four basic types of war: Defensive, Offensive, Flanking and Guerilla. Each type of warfare has its set of guiding principles that tell you how to deal with your competitors.
- **Strategy is all about specialization.** Being outstanding at one thing is far better than being just good at many things. The specialist has powerful tools. Specialization requires focus and a willingness to think small as a way of getting bigger. The desire for "growth" can be a problem.
- **Strategy is all about simplicity.** Big strategic ideas come in small words. Complexity is the enemy. Simplicity is the holy grail. To be simple, you must avoid complexity. The antidote for complex ideas is common sense. Unfortunately, many executives don't bring their common sense to work.
- **Strategy is all about leadership.** No one will follow you if they do not know where they are going. Strong leaders lead the charge. The characteristics of a good leader are: mental courage, flexibility, boldness, knowledge and luck.
- **Strategy is all about reality.** We have seen an era where many big

brands are in big trouble because they did not have the right strategy. They ignore the reality of the marketplace and learn some painful lessons the hard way. Nothing was as big and painful as the demise of AT&T. What's especially interesting is that things did not have to turn out the way they did.

- **Specialisation Strategy in Russia.** This session will be both interesting and important for many Russian companies. Jack Trout will discuss his strategy ideas for Russia in detail using many Russian examples both good and bad.

This book and seminar comprise the best advice from Jack Trout's ten books and consulting with business people in every corner of the world. It's a short course on what he's learned about strategy in his long journey through the business world.

10th October 2006

8.30	Registration and refreshments
9.30	SESSION ONE
	Questions and Answers
11.00	Coffee break
11.30	SESSION TWO
	Questions and Answers
12.45	Lunch
14.00	SESSION THREE
	Questions and Answers
15.20	Afternoon Break
15.40	SESSION FOUR
	Questions and Answers
17.00	End of Master Class

Visit www.leadersinmoscow.com
for master-class updates and to book online



LEADERS IN MOSCOW
ЛИДЕРЫ В МОСКВЕ

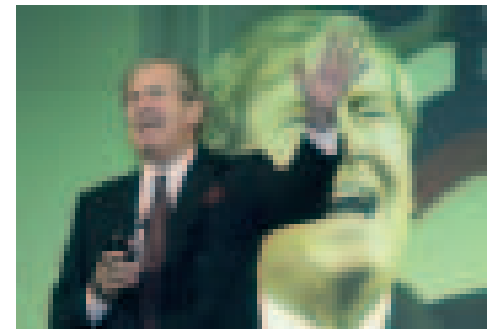
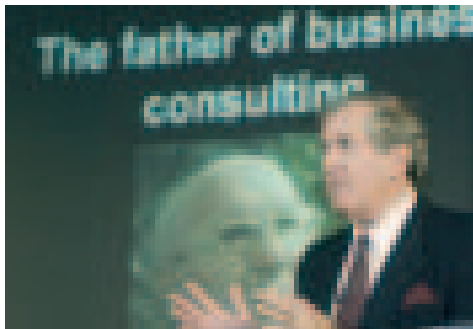
ABOUT JACK TROUT

Jack Trout is the acclaimed author of many marketing classics published in many languages: *Positioning: The Battle for Your Mind*, *Marketing Warfare*, *The 22 Immutable Laws of Marketing*, *Differentiate or Die*, *Big Brands. Big Trouble*, *A Genie's Wisdom*, and his latest, *Trout on Strategy*.

He is president of Trout & Partners Ltd. an international marketing consultancy based in Connecticut. He has consulted for such companies as AT&T, IBM, Southwest Airlines, Merck, Procter & Gamble and many others. Recently, he consulted with the State

Department on how to better sell America.

Recognized as one of the world's foremost marketing strategists, Trout is the originator of Positioning and other important concepts in marketing strategy. He has over 40 years of experience in advertising and marketing, and became a boardroom advisor to some of the world's largest corporations and his worldwide consulting work gives him first-hand experience in a wide range of marketing scenarios. Jack Trout has gained an international reputation as a consultant, writer, speaker, and proponent of leading-edge marketing strategies.



Positioning and The New Positioning

With his 1981 classic, *Positioning*, Jack Trout (along with co-author Al Ries) forever changed the way marketing strategy is done. The book lays out the rules of marketing in terms of dealing with the minds of your customers and prospects. The mind is the ultimate battleground in all marketing wars. Positioning deals with the importance of being first, starting new categories, repositioning the competition, the importance of the name and the need to sacrifice and focus your efforts. "The New Positioning" is based on the sequel Trout's first positioning book and takes this body of work to a higher level.

Marketing Warfare

This is the "process" presentation that develops the thesis that successful tactics should drive strategy.

Differentiate or Die

In our killer competitive economy, if you don't have a point of

difference, you better have a very low price. Jack Trout details ways you can separate yourself from competition. To illustrate how it's done, the book draws on case studies from successful businesses all over the world.

Big Brands. Big Trouble.

A look at the lessons learned from the mistakes of many of America's former icons: Xerox, AT&T, Levi's and others. It reviews both mistakes and what should have been done to avoid trouble.

Trout on Strategy

In his latest book, Jack Trout looks at the seven basic principles behind what good strategy is all about and teaches unique ways to differentiate your product or service in the mind of the customer and shows the best examples of strategy in today's marketplace. His focus is on how the mind works, repositioning as an antidote for change, and tricks of the trade learned during a career that has spanned over 35 years.

If you are interested in taking advantage of a corporate hospitality package at this prestigious event - where you can not only entertain your clients in style but also offer them something of value for themselves and their organisation, then please contact Frank Dewitz for more details on +44 20 7017 7433 or email: Frank.Dewitz@leadersinmoscow.com