



Андрей Парабеллум

142 совета по маркетингу

**Аудиокурсы стоимостью \$500 в подарок
каждому читателю**

Андрей Парабеллум

**142 совета по маркетингу.
Аудиокурсы стоимостью \$500
в подарок каждому читателю**

«Издательские решения»

Парабеллум А.

142 совета по маркетингу. Аудиокурсы стоимостью \$500
в подарок каждому читателю / А. Парабеллум —
«Издательские решения»,

ISBN 978-5-44-859645-2

Эта книга — результат десятилетней работы автора и его учеников в теме маркетинга. В ней Вы не найдете никаких теорий, только голая практика и четкие рекомендации, которые можно незамедлительно внедрить для получения ощутимых результатов. Каждый совет в этой книге неоднократно проверен на практике и доказал свою результативность.

ISBN 978-5-44-859645-2

© Парабеллум А.
© Издательские решения

Содержание

Введение	6
Подарок	7
Список книг в этой серии	8
Рецензии	9
АРТЕМ ЛЮБИМОВ	9
ЮЛИЯ ВАНИНА	10
ГЕОРГИЙ ГЕНС	11
АНЖЕЛИКА РОЖДЕСТВЕНСКАЯ	13
ЕЛЕНА ЯЦКЕВИЧ	14
ОЛЬГА КУЛЕШОВА	15
АЛЕКСАНДР КЛЮШИН	16
МАРИНА БАХТАМАЕВА	17
1. Недостатки малобюджетного маркетинга	18
2. Преимущества малобюджетного маркетинга	19
3. А ваша реклама окупает себя?	20
4. Как измерить результаты рекламной кампании?	21
5. Минимальный перечень инструментов, необходимых для успешного продвижения	22
6. Семь шагов к вашему маркетинговому успеху	23
7. Маркетинговый план	24
8. Маркетинговый календарь	25
9. Нейминг	26
10. Ниша и целевая аудитория	27
11. Слоган	28
12. Список выгод и преимуществ	29
13. Уникальное торговое предложение	30
14. Бесплатные исследование	31
15. Личность (идентификация) вашей компании	32
16. Бартер в обмен на рекламу	33
17. Техника щенка	34
18. Реклама за счет ваших поставщиков	35
19. Реклама по откликам	36
20. Простои, остаточные площади	37
21. Бесплатная реклама в соц. учреждениях	38
22. Телемаркетинг	39
23. Директ-мейл	40
24. Рефералы	41
25. Сарафанное радио	42
26. Участие в общественной жизни	43
27. Публичные выступления	44
28. Связи и знакомства	45
Конец ознакомительного фрагмента.	46

142 совета по маркетингу Аудиокурсы стоимостью \$500 в подарок каждому читателю

Андрей Парабеллум

© Андрей Парабеллум, 2017

ISBN 978-5-4485-9645-2

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

Введение

Добрый день!

Если Вы открыли эту книгу, то это, скорее всего, произошло неслучайно...

Вероятно, Вас что-то не устраивает в Вашей жизни, бизнесе или ситуации вокруг Вас.

И Вы готовы это менять.

Книга, которую Вы держите в руках, является результатом десятилетнего практического опыта на сотнях тысячах моих студентов.

За это время мы перепробовали огромное количество теорий, стратегий и практик. И результатами наиболее успешных из них я решил поделиться с Вами в этой серии книг.

Эту книгу можно использовать разными способами.

Можно сначала прочитать от корки до корки, а потом внедрить только то, что понравилось.

Можно начинать внедрять сразу с первой страницы.

Можно читать с любого места и в любом направлении.

Можно даже использовать ее как личного коуча, задавая ей вопрос и открывая на нужной странице с ответом.

Главное, внедрите хотя бы что-то из прочитанного.

И Вы увидите, как начнет меняться Ваша жизнь.

А когда получите Ваши результаты, поделитесь ими со мной ВКонтакте (vk.com/parabellum07). Кстати, я там же, ВКонтакте, периодически выкладываю мои новые книги на рецензию, и был бы очень рад, если бы Вы выразили свое мнение по поводу моих книг.

Хорошего Вам внедрения!

С уважением,

Андрей Парабеллум

Подарок

Для читателей этой книги я подготовил специальный подарок: набор моих аудио-тренингов на общую сумму в 500+ долларов:

Ваша личная ссылка: www.andreyparabellum.ru/free

Тренинги, которые Вы можете пройти по этой ссылке:

Прокачка Личной Эффективности и Финансов:

тренинг «**Как научиться учиться**», который объяснит Вам самые быстрые и результативные методики обучения;

тренинг «**Самодисциплина 1**», который заставит Вас прокачать свою личность множеством способов и внедрит нужные Вам привычки за 3 непростых недели;

тренинг «**Взрывное скорочтение**», который научит Вас читать деловую литературу в 2—4 раза быстрее;

тренинг «**Умнобедный 1**», который покажет Вам, как выбраться из ловушки умного безденежья.

Прокачка Вашего Инфобизнеса:

тренинг «**Инфобизнес Live**», который покажет Вам все самые прибыльные модели заработка денег в Инфобизнесе;

тренинг «**Инфобизнес с нуля**», который поможет Вам запустить Ваш новый проект, систематизировать его и вывести его на первую прибыль;

конференция «**Контент маркетинг**», которая научит Вас генерировать потрясающе интересный контент, делиться им со своими читателями, слушателями и зрителями в интернете и быстрыми темпами наращивать свою клиентскую базу.

Прокачка Вашего Бизнеса:

тренинг «**Трансформация бизнеса**» (12 модулей), который поможет Вам оптимизировать и систематизировать Ваш бизнес.

Зачем я это делаю?

Я искренне верю, что когда Вы начнете внедрять хотя бы малую часть той информации, которую Вы услышите, Ваша жизнь начнет меняться к лучшему.

И Вы в свою очередь поможете кому-то еще.

И так эта эстафета добра будет идти по планете, делая нашу жизнь все лучше и лучше...

Список книг в этой серии

- 66 советов по тренингам и онлайн курсам;
- 70 советов по менеджменту;
- 78 советов по продажам;
- 93 совета по личным продажам;
- 97 советов по финансам;
- 102 совета по коучингу и консалтингу;
- 107 советов по копирайтингу;
- 126 советов по бизнесу;
- 131 совет по инфобизнесу;
- 142 совета по маркетингу;
- 147 советов по личной эффективности.

Рецензии

АРТЕМ ЛЮБИМОВ

Рецензия на книгу «131 совет по инфобизнесу»

«ШОК И ЗЛОСТЬ»

Честно говоря, я в шоке от этой книги. Меня распирает злость...

От прочтения книги сложилось ощущение, что Андрей Парабеллум сел рядом с тобой и очень быстро рассказал тебе все про заработок через интернет. Без отвлечений и лирики... Очень сжато и понятно: все самые главные принципы, схемы и действия.

Разве можно так взять и выложить все махом? В свободный доступ... Прочитав это, теперь любой сможет запросто, как минимум, зарабатывать свою сотку тысяч рублей. Слишком щедрый жест. Слишком...

Но что сделано. А если так, то положи руку на сердце, уж если стартовать в инфобизнесе, то по крайней мере с прочтения этой книги в первую очередь. Обязательный must have для всех кто в теме – настоящий настольный альманах.

Учитывая мой опыт и результат (благодаря Андрею я развил свою международную Академию парикмахеров и стилистов) могу сказать, что полезно возвращаться и перечитывать эту книгу – вот как ни верти, а читаешь и снова понимаешь – что-то докрутить надо, вдохновляет что-то придумать, пересмотреть и самое главное – действовать.

И совсем уже личное – хорошо бы чтоб Андрей продолжал писать – нельзя лишать людей этого. Да, может быть, не всем надо... Но для тех, кому надо – это воздух!

ЮЛИЯ ВАНИНА

Рецензия на книгу «131 совет по инфобизнесу»

«Это даже не советы, а конкретная инструкция по внедрению с нуля.»

Это необыкновенная книга – «131 совет по инфобизнесу»!!!! Андреем Парабеллумом проведена гигантская работа: собрать все советы по инфобизнесу в одну книгу и тонко, логично и системно вести за собой – так могут только Избранные!

Это даже не советы, а конкретная инструкция по внедрению с нуля. Это отточенная практика АСом; инфобизнес – это действительно полет души и тела. Это могут начать десятки, работать – единицы, а обучать этому – только ОН!

Пока читала книгу – провела параллельно серьезную работу над собой – начала свой инфобизнес! Каждый совет помогает начать, продолжить и раскрутить свое любимое дело – помогать людям, давая им жизненно-важное, реализуя себя. Я все проверяю на себе и в практике, без внедрения – смысла моей деятельности нет, так вот – я читала и внедряла, и с каждым советом видела осязаемый результат!

Как же приятно и полезно учиться у гуру и основателя инфобизнеса! Спасибо вам и успехов каждый день!

ГЕОРГИЙ ГЕНС

Рецензия на книгу «102 совета по коучингу и консалтингу»

«Эта книга будет настольной, а лучше „настенной“, надо распечатать и повесить на стену!»

Первое, что захотелось сделать, – это после очередного совета громко сказать: «Гениально!» Второе: «Эта книга будет настольной, а лучше „настенной“, надо распечатать и повесить на стену!»

У меня были коучи в разных странах. Всем им я благодарен без исключения. Знаете, кто такой настоящий коуч? Это тот, кто не отпустит вас без результата!

Кто поймет, как до вас донести, чтобы вы, наконец, все поняли! Кто за пару недель круглосуточной работы все же даст вам немного времени, чтобы вы смогли отдохнуть, так как сам понимает, что такое количество информации человеческий мозг быстро переварить просто не в состоянии! И кто выведет вас, как ракету, на новый уровень, а потом вы в шоке будете уезжать от него и писать ему в смс одно слово: «Обалдеть!!!».

Но как? Как это делается? Как они это делают?..

Потом я и сам начал коучить. И довольно успешно и с отличными результатами.

Но вчера, читая эту книгу, я понял самое главное: «Вот что я делаю!», «Вот что они делают!», «Вот как мы работаем!» и «Вот что мне нужно довернуть!»

Это карта. Можно применить и как советы, и как пошаговое руководство. Всегда, когда я хочу узнать что-то еще о бизнесе, я иду к Андрею Парабеллуму за новыми знаниями. И здесь я получил еще одну карту мира, карту работы и т. д.

Огромное ему спасибо за такие книги и за эти знания!

Это путеводитель того, как можно еще улучшить свои показатели в обучении других людей.

Очень понравилась структура. Понравился порядок, по которому все разложено.

Действительно становится понятно, как и, главное, почему все эти советы наилучшим образом работают в совокупности, о чем и написано в книге.

Для меня самым важным оказалось то, что я смог структурировать весь свой опыт и знания в одну единую систему. Здесь все очень четко, конкретно и понятно. Не остается никаких вопросов после прочтения. А если и остаются, то ты снова говоришь сам себе: «Нужно снова вернуться к книге.»

Я помню, как читал об одном успешном артисте. Он как раз прочитал недавно очередную хорошую книгу и говорил о ней что-то в роде этого: «Эта книга стала моей настольной книгой! Она мне помогает двигаться и развиваться. Она мне помогает идти вперед в правиль-

ном направлении. Она мне помогает найти ответы на некоторые вопросы. Она мне помогает сделать выбор. Она мне помогает правильно повернуть кубик рубика, чтобы все соединилось. Она мне помогает каждый день.» И тогда я подумал о том, что неплохо было бы, если бы и у меня были такие книги на столе. Их появилось с тех пор всего несколько.

И эта, несомненно, будет одной из них. По крайней мере до тех пор, пока я не запомню и не применю все, что там написано. А потом я, с большой благодарностью к автору, подарю ее своему хорошему другу, которому она может пригодиться, чтобы у него тоже все получалось.

АНЖЕЛИКА РОЖДЕСТВЕНСКАЯ

Рецензия на книгу «102 совета по коучингу и консалтингу»

«Шикарная книга, дающая нежный пинок под зад!»

Книга читалась на одном дыхании. Очень быстро и очень эффективно! Сразу хочется идти и проработать все: свой образ, уверенность и много ещё чего.

Главное, что стало важно для меня: Не гоняться за клиентом, пусть в вас нуждаются, а не вы!

И это самая верная стратегия. В повседневной жизни замечено и не раз! Так почему бы это не привнести в работу?!

Хочу сказать большое спасибо Андрею Парабеллуму. Была на Инфобизнесе, на трёх-дневном тренинге.

Вот это харизма! Вот это энергетика! То, к чему нужно стремиться! Для меня это был фурор... Никогда не забуду пример про Китай. «Я хочу в Китай.»

Если хочешь что-то делать-сделать это можно до конца недели, а не мечтать об этом всю свою жизнь!

В книге мне очень понравилась техника «Ежовые рукавицы»: быть любящим, но строгим. Это рождает дисциплину и уважение! Применимо также и в жизни!

Читаю, читаю, читаю! Все очень легко, на одном дыхании!
Встал и делай!!! Вот главный посыл, который я для себя усвоила!

Шикарная книга, дающая нежный пинок под зад!!!

ЕЛЕНА ЯЦКЕВИЧ

Рецензия на книгу «66 советов по тренингам и онлайн курсам»

«Это готовая технологическая карта по которой можно строить инфобизнес»

Новая книга Андрея Парабеллума. Что тут сказать? Никакой «воды» и заигрывания с читателем. А четкая ясная инструкция. Сразу на ум пришло сравнение с отличной поваренной книгой: где дается понятный рецепт, и остается только взять и сделать! Да, возьми и сделай. Это и есть главное достоинство этой книги.

Снимаются все вопросы по проведению тренингов и онлайнкурсов, даются секретные фишки. Да, Андрей Парабеллум – щедрый человек!

А для меня эта книга раздвигала восприятие – не просто тренинг, а вот тренинговый центр. Круто, оказывается можно и ширирь, и вдаль мыслить.

А еще с первой страницы автор учит продавать. Да! Я сама об этом так часто забываю. Для чего же бизнес – для продаж. А не просто делиться нужной информацией с хорошими людьми. Причем, из книги я узнала столько новых способов продаж!

А еще откровением стали советы по результативности. Для меня это даже под другим углом позволило увидеть то, чем сама занимаюсь. И видно, что нужно что-то менять в моей «мягкой нише». То есть, эта книга даже стала аудитом моего инфобизнеса. Результат, продажи – вот ключевые камни, а не полезный контент. То есть, книга «вправила» мои мозги и за это также спасибо автору.

Очень хорошо скомпонованы страницы. Читаешь, и сразу хочется внедрить. Пусть у меня еще начальная стадия инфобизнеса и я в технических вопросах почти ничего не понимаю, но уже большинство классных идей, советов из этой книги просятся в дело. Что могу сама внедрить – внедряю. Что с технической помощью смогу – толпится в очередь. У меня чувство, что все что идет от Андрея Парабеллума – это четкое пошаговое руководство к действию. Еще я словно ощущала все время протянутую руку помощи, когда мудрый, умелый, большой человек помогает тебе освоиться в непривычном месте. А еще помогает быть смелее. О, да, и мотивация знатная, даже энергичный стиль изложения «пинает» тебя к действию.

Посчитала. Из 66 советов мне не подошли только 7!!! Это по моему состоянию на данный момент. Все остальное «бьет в яблочко»!

Что сказать? Еще много раз испытала дискомфорт, от того что нужно сделать. Понятно, что это «входит в пакет». Спасибо огромное автору, подвижнику инфобизнеса. Я – столько лет проработавшая на наемной работе, уже не мыслю себя без своего дела. Ошибаюсь, набираю шишки, но все равно иду. И иду вперед. А такие книги – отличная помощь, это готовая технологическая карта по которой можно строить инфобизнес.

ОЛЬГА КУЛЕШОВА

Рецензия на книгу «66 советов по тренингам и онлайн курсам»

«Эта книга не для раздумий. Она для действий. Прочитал – внедрил.»

Скорость решает. Мы привыкли читать, думать, оценивать и взвешивать. А ещё лучше – обсудить с кем-нибудь полученную информацию и сделать выводы.

Так вот эта книга не для раздумий. Она для действий. Прочитал – внедрил. При чтении я поймала себя на мысли, что это не советы. Это пошаговая инструкция. Очень простая и понятная инструкция. Причём, она написана не только для тех, кто только задумался о запуске тренингов. Совсем нет. Она написана и для тех, кто уже начал или давно работает в этой области. Поверьте, вы найдёте в ней для себя много нового, хоть Вам и будет казаться, что вы все это уже знаете.

Каждый совет в этой книге – это возможность достичь большего, выйти на новый уровень. Но для этого нужно не читать, а делать.

Причём, если при чтении книги возникают какие-то вопросы, то на следующей строчке или в следующем совете вы увидите ответ на ваш вопрос.

На 57 совете Вам очень подробно расскажут, как можно построить Инфобизнес за 3 месяца. Всего 3 МЕСЯЦА!!! И инструкция, что нужно делать. И после этого совета хочется бежать, писать, организовывать и достигать!

Кстати, если вы не любите продажи, то вам их срочно нужно полюбить. Причём, не только полюбить, но и научиться быть хорошим продавцом для продажи своих тренингов и курсов. Просто помните: продажи – это хорошо! А где и как продавать – в книге все есть.

Но, самое важное, что так же описано в книге: вы должны понять свою аудиторию, ее психологию, что, как и кому продавать. Это основы.

Вообще, читайте и внедряйте. Не думайте, нужно ли вам читать эту книгу. Однозначно нужно. Может получится, может не получится – все зависит от вас. Но всегда нужно пробовать!

АЛЕКСАНДР КЛЮШИН

Рецензия на книгу «147 советов по личной эффективности»

«Вы разглядите своих кровопийц времени, которые постоянно отдаляют вас от цели»

Автор книги уже давно всем доказал, что возможно достигать больших результатов в профессиональной деятельности за короткий промежуток времени. Андрей считается также признанным экспертом в личной эффективности. Он на протяжении нескольких лет ежедневно читает по одной книге и постоянно ищет новые идеи для внедрения. В данной книге он собрал все свои наработки, которыми пользуется сам и которым обучил большое количество своих клиентов.

Вся книга построена в четкой структуре с логической последовательностью: от осознания базовых принципов личной эффективности до пошаговых заданий и чек-листов с ссылками на необходимые ресурсы, по принципу «прочитал – сделал». Все они вместе позволяют вам стать высокоэффективным человеком и построить многомиллионный бизнес с большим количеством сотрудников по всему миру. Но это, конечно, по желанию. Одно можно сказать точно, что прочитав и внедрив хотя бы несколько идей из 147 советов, вы уже не будете прежним человеком и ваша продуктивность будет удивлять окружающих.

Основная идея книги призывает вас к осознанности. А для этого вам необходимо четко понимать, что вы хотите иметь, куда собираетесь идти, какие препятствия будут у вас на пути и как их преодолевать. Автор дает домашние задания, выполняя которые, у вас появится понимание текущего положения дел. Осведомленность – это первый шаг к успеху в заданном направлении.

Вы узнаете, как перепрограммировать свои вредные и неэффективные привычки, как изменить или отказаться от рутины. Вы разглядите своих кровопийц времени, которые постоянно отдаляют вас от цели. Узнаете простые, но при этом действенные методы для избавления от непродуктивных действий.

Чтобы выжать из прочтения по максимуму – следует внедрять полученные знания. На этом Андрей делает наибольший упор. Пользу лишь приносит примененное знание, причем быстро.

Уверен, что прочитав данную книгу вы из 147 советов найдете для себя те, которые актуальны именно вам и именно сейчас, которые поднимут вашу эффективность на новый, запредельный для многих людей уровень.

Хотелось бы закончить цитатой из книги: «Конечно, предел есть, но вы от него еще далеки».

МАРИНА БАХТАМАЕВА

Рецензия на книгу «147 советов по личной эффективности»

«Богатый сборник советов для деловых людей и просто для тех, кому надоело бестолково прожигать свою жизнь!»

Мы ведёмся на поводу у брендов, впитываем как губка в себя что ни попадя – новости, сплетни, примитивные разговоры ни о чем. Впоследствии обретаем определенное представление о жизни, ряд привычек, заикливаемся в своем мире. Кто эти люди, которые изо дня в день поглощают мое время? В каком состоянии мои текущие дела? И в каком ящике пылятся мои мечты и грандиозные планы? Чего мы так сильно боимся? Существует целый ряд причин, почему многие из нас сейчас не на вершине своего счастья.

В книге подробно описано, как можно преобразить свою жизнь, успевать больше, делать что-то эффективнее, добиваться больших результатов в карьере, бизнесе.

Интересные заметки по управлению персоналом, о том как дисциплинировать себя, сотрудников, управлять собой и своим временем. Любопытное открытие для меня – смена отношения к конфликтным ситуациям.

В книге так же найдете пошаговую инструкцию того, как выйти из своей зоны комфорта. Довольно забавная, толкающая тебя вперед, за рамки старых границ. Каждый день вызов самому себе. Мне кажется – это круто!

Всех охваченных тем не перечислить коротко.

С интересом дочитываю книгу, параллельно внедряю привычки и навыки, работаю над собой.

Андрей, благодарю за опыт и книгу!

1. Недостатки малобюджетного маркетинга

Прежде чем говорить о конкретных инструментах малобюджетного маркетинга, мы хотели бы обсудить его недостатки. Как ни крути, а у любой медали две стороны.

Во-первых, хотя малобюджетный маркетинг и может привести к вам большое количество клиентов, однако сам этот процесс, как правило, не такой быстрый, в отличие, скажем, от массовой рекламной кампании.

Во-вторых, малобюджетный маркетинг привлекает в основном клиентов, качество которых оставляет желать лучшего. Они, как правило, наиболее требовательны и наименее платежеспособны.

Иными словами, чем лучше клиент, тем дороже обходится его привлечение.

Конверсию посетителей и покупателей принято выражать в процентах. По идее, вам должно быть все равно, во сколько обходится тот или иной инструмент продвижения, если благодаря ему вы зарабатываете, а не терпите убытки.

Кроме того, мы не знаем ни одной компании, которая бы серьезно развилась только за счет малобюджетного маркетинга.

2. Преимущества малобюджетного маркетинга

Помимо недостатков у малобюджетного маркетинга есть также ряд преимуществ. Использовать такой маркетинг можно и нужно хотя бы для того, чтобы ваши методы стали копировать конкуренты, всерьез полагая, что это основной секрет вашего успеха. Не надо их в этом разубеждать.

С малобюджетного маркетинга начинают практически все, тем более при скромном стартовом капитале. Кроме того, иногда малобюджетные инструменты позволяют привлечь очень хороших клиентов.

3. А ваша реклама окупает себя?

Для того чтобы ответить на этот вопрос, следует сначала выяснить, каких целей позволяет достичь реклама. Перечислим основные из них:

1. Напоминание (касание). Когда у клиента возникнет потребность в определенном продукте, он должен в первую очередь вспомнить о вас. А вы – оказаться рядом.

2. Известность. Услышав название вашей компании, клиент должен подумать: «А, про них я уже что-то слышал, значит, они известны на рынке и у них стоит покупать».

3. Создание бренда.

4. Продажи (пожалуй, самая главная цель).

Если вы запустили рекламную кампанию, и она не принесла никаких результатов – это уже хорошо!

До недавнего времени по такой схеме работало большинство компаний. Они закладывали рекламный бюджет, а отделы маркетинга добросовестно его «осваивали». В итоге реклама превращалась в простое «разбазаривание» денег. Кризис заставил многих более разумно подходить к проведению рекламных кампаний. Что значит «более разумно»? Это значит,

измеряя полученный результат.

Единственно верный критерий – это прибыль, которую вы получаете.

Помните, любое вложение в рекламу без измерения результата – это деньги, выброшенные на ветер.

4. Как измерить результаты рекламной кампании?

Чтобы оценить эффективность того или иного способа продвижения, необходимо постепенно опробовать их все. При этом не следует забывать, что нельзя задействовать сразу несколько инструментов, иначе вы не сможете измерить результаты каждого из них в отдельности. Поэтому применяйте перечисленные ниже инструменты последовательно.

Каждый метод предполагает свой срок достижения эффекта. В процессе общения с клиентом вы можете увеличить средний чек, продав ему дополнительные продукты или услуги, предоставляемые непосредственно вами или вашими партнерами.

5. Минимальный перечень инструментов, необходимых для успешного продвижения

Прежде всего, вам необходима база клиентов. Напротив фамилии клиента обязательно укажите, откуда он к вам пришел. Желательно знать день рождения клиента, его интересы, хобби и т. п. Также вам необходимо сделать каталог товаров или услуг с указанием скидок. Прайс можно вложить в каталог отдельно.

Желательно, чтобы каталог был богато иллюстрирован и напечатан на хорошей бумаге. Обязательно создайте себе сайт и на нем сделайте раздел «Скачать бесплатно» (с предварительной регистрацией). Значит, у вас должен быть какой-то полезный контент, интересный большинству пользователей. И обязательно к данной информации прикрепите вашу рекламу и координаты.

У вас непременно должен быть физический почтовый адрес. Если вы – начинающая фирма и у вас еще нет своего офиса, заведите себе абонентский ящик в ближайшем почтовом отделении. Стоит он копейки, а доверие к вам укрепляет значительно. Также полезно будет иметь виртуальный офис. Стоимость его зависит от местоположения: самое дорогое предложение обойдется вам в 500 долларов в месяц, а самое дешевое – в 100 долларов. Если вдруг вам потребуется устроить переговоры с клиентом – оплачиваете один день и без проблем приезжаете туда.

В контактах на сайте, визитках и рекламных модулях непременно должен быть указан ваш телефон. Программа минимум – любой, по которому до вас можно дозвониться, а программа максимум – прямой городской номер.

Обязательно заведите себе электронный почтовый ящик на домене сайта, а не на бесплатном сервере типа mail.ru.

Из сервисов для рассылок можем посоветовать MailChimp, а также GetResponse, правда, он не из дешевых.

Выстраивайте скрипты для апсейла и реактивации, к каждому шагу готовьте тексты и тестируйте их, меняя одну фразу в единицу времени. При этом не стоит надеяться на собственные ощущения от текстов. Помните, что мы сами не являемся нашей целевой аудиторией. Поэтому каждый инструмент, каждое изменение надо тестировать на других.

Для личных встреч у вас обязательно должен быть маркетинг-кит. Можно не ограничиваться папкой с прайс-листами, фотографиями продуктов и набором материалов, а сделать целую коробку с образцами, вашими инфопродуктами, подарками и пр. Правда, такое портфолио стоит дорого.

6. Семь шагов к вашему маркетинговому успеху

1. Если вы действительно хотите, чтобы малобюджетный маркетинг начал работать, каждый день тестируйте хотя бы один инструмент (новый или старый – неважно) для привлечения новых клиентов. Ваша программа – минимум – добыть контакты нового клиента, программа-максимум – продать.

2. Помните, что после покупки клиент часто испытывает разочарование – и в продавце, и в себе. Причем чем больше он купит, тем больше будет это разочарование. Это нормально.

Есть несколько способов предотвратить разочарование.

Первый способ – продать человеку что-нибудь еще.

Второй способ – переключить клиента на максимально простое действие, убедив его в том, что оно полезно.

3. Анализируйте цифры. Хотя бы раз в месяц анализируйте все, что происходит у вас в компании. Это занимает много времени, но и пользу приносит огромную.

4. Постоянно тестируйте новое. Все наши мысли, планы и идеи – воздух. Когда они встречаются с реальностью, они не работают, либо работают далеко не так, как нам представлялось.

5. Охотьтесь на правильных клиентов. Существует категория людей – их 3% от силы, которые сами активно ищут то, что вы продаете. Таких клиентов пытаются привлечь все. Но больше всего денег приносит вторая категория – люди, которые ищут либо неактивно, либо не сами, либо и то и другое. Ошибка ваших конкурентов в том, что они тратят все силы на привлечение первой категории. Ваша задача – активно собирать вторых.

6. Пусть ваш сервис будет хорошим, но не слишком. Помните, что чем больше вы стараетесь угодить клиенту, тем больше лишних забот у вас появляется и тем меньше времени остается на все остальное. Клиенты, как правило, ищут строгого, но справедливого исполнителя. Не позволяйте садиться себе на шею!

7. Ищите новые возможности для себя. Мы всегда видим перед собой меньше возможностей, чем есть на самом деле. Зачастую причина этого – стереотипы. Нередко какие-то шаги диктует нам наше подсознание или, наоборот, нас гложет сомнение там, где нужно быстро и энергично действовать, поэтому больше доверяйте себе!

7. Маркетинговый план

Маркетинговый план помогает ответить на вопросы:

- куда вы хотите прийти;
- как узнать, что вы идете в правильном направлении;
- что вы будете делать, чтобы туда прийти.

Вам совершенно не обязательно составлять огромный документ в сотню страниц. Многие успешные маркетинговые планы были написаны буквально на салфетке во время обеда.

8. Маркетинговый календарь

Разбивка по неделям, месяцам, кварталам поможет вам избежать как скученности, так и разреженности применяемых маркетинговых инструментов. Кроме того, он поможет вам быть более дисциплинированными.

9. Нейминг

Самые лучшие названия те, которые отражают суть того, чем именно вы занимаетесь либо ваше главное преимущество. Рекомендуем пересмотреть названия ваших продуктов и услуг, возможно, некоторые из них стоит изменить, если они не отражают настоящей сути предложения. Отлично работают ритмичные имена для продуктов и услуг.

Тестируйте названия, перед тем как выводить их на рынок. Иногда всего лишь изменив название продукта или услуги можно увеличить продажи и количество новых клиентов в несколько раз.

10. Ниша и целевая аудитория

Ниша – это сегмент рынка, в котором вы будете продавать свои продукты и услуги. Очень тяжело продавать все для всех. Поэтому определитесь со своей нишей на рынке.

Примеры категорий ниш:

- 1) По цене.
- 2) По региону.
- 3) По услугам.
- 4) По клиентам.

Ваша целевая аудитория (аудитории, если продуктов несколько) – те, в кого вы целились своей рекламой, и прочими маркетинговыми средствами.

Если вы широко описываете свой целевой рынок, то совершаете самую распространенную маркетинговую ошибку. Быть «всем для всех» означает не продавать никому.

11. Слоган

«Слоган» – от галльского *sluagh-ghairm* (боевой клич).

Слоган – рекламный девиз, в сжатом виде передающий рекламное сообщение. Хороший слоган может сам по себе являться стимулятором продаж. Опишите в нем ваше уникальное торговое предложение. Создавайте такой слоган, который будет служить вам долгие годы, оставаясь неизменным.

12. Список выгод и преимуществ

Запишите все ваши выгоды и преимущества, проставляя напротив каждой «вес» этой выгоды для клиентов по 10-ти бальной шкале. Используйте в рекламе ваши самые весомые выгоды для ваших клиентов.

13. Уникальное торговое предложение

Уникальное торговое предложение (Unique Selling Proposition – USP) или УТП. Ваше привлекательное отличие от конкурентов. Иными словами это то, что вы должны ответить на вопрос клиента «почему я должен купить у вас, а не у конкурентов?»

Виды УТП:

- Уникальность по функционалу.
- Уникальность по дополнительному сервису.
- Уникальность как производителя.
- Уникальность как продавца.
- Уникальность эксперта.
- Уникальность по цене.

14. Бесплатные исследование

С появлением интернета, многие ответы на вопросы, за которые раньше приходилось платить деньги маркетинговым агентствам, сегодня можно получить совершенно бесплатно. Сегодня вы можете сами провести исследования, на предмет того, какие продукты и услуги хочет ваша целевая аудитория, а так же каким образом их лучше им продавать. Исследуйте свою нишу, и обязательно исследуйте своих конкурентов.

15. Личность (идентификация) вашей компании

Это то, какими ваш бизнес запомнят клиенты. Иными словами, это ответ на вопрос: с чем вы ассоциируетесь у ваших клиентов?

16. Бартер в обмен на рекламу

Если у вас нет денег на рекламу в СМИ, а полки завалены товарами, за которые вы уже заплатили, и они не продаются, стоит попробовать договориться со СМИ о рекламе ваших товаров и услуг по бартеру. Вы им товары и услуги, они вам рекламу. Это лучше, чем если товары будут лежать мертвым грузом.

17. Техника щенка

Это не что иное, как предложение товаров во временное пользование (или услуг с бесплатной апробацией). Можно применять, если ваши клиенты сомневаются, нужно им или не нужно то, что вы предлагаете.

Например, товар оставляется для пробы клиенту на такой срок, чтобы он успел к нему привыкнуть (сложно выбросить щенка на улицу, если вы уже принесли его в дом.). Спустя некоторое время уже ничего не поделаешь, остается только приобрести.

18. Реклама за счет ваших поставщиков

Если вы продаете товары известных поставщиков, то вы можете попросить их включить в их рекламу и ваш телефон с адресом тоже.

19. Реклама по откликам

Договоритесь со СМИ, что они размещают вашу рекламу, а вы, вначале не платите ничего, т. е. НОЛЬ. Потом когда пойдут заказы от клиентов, и у вас появятся деньги, вы заплатите за полученный результат. Например, 100 звонков = 100 долларов (если договорились, что 1 звонок будет стоить 1 доллар).

Укажите в рекламе телефон редакции, а не ваш телефон. У многих СМИ есть собственные колл-центры, которые позволяют переадресовывать звонки к вам, учитывая статистику этих звонков.

20. Простои, остаточные площади

Если где-то есть чужой, простаивающий, и полезный вам ресурс, и есть выход на его хозяина, попросите хозяина ресурса предоставить его вам во временное пользование, пока тот ему не нужен.

Простаивающие рекламные щиты, остаточные площади в газетах (иногда бывает, что «слетает материал», и на его месте образуется «дырка»), пустующие места под рекламные баннеры на сайтах ждут вас.

21. Бесплатная реклама в соц. учреждениях

Если ваша целевая аудитория может посещать социальные учреждения (собесы, пенсионные фонды, поликлиники и т.п.) то вы можете договориться о вашей рекламе так, в обмен на какие-нибудь ваши услуги.

22. Телемаркетинг

Используйте телемаркетинг для:

1. создания лидов;
2. организации встреч;
3. для повторной продажи;
4. для представления нового продукта;
5. для генерации рефералов;
6. для звонков тем клиентам, которым ваш продавец не смог продать.

23. Директ-мейл

Вместо того чтобы делать массовую дорогостоящую почтовую рассылку, составьте список из 100 клиентов вашей мечты и методично «бомбите» их серией писем. Оно отправленное письмо ничего не даст. Нужна серия писем!!!

24. Рефералы

Реферал (от англ. referral – «ссылочный») – клиент, пришедший к вам по рекомендации другого клиента.

1. Всегда сами спрашивайте своих клиентов о рефералах. Спрашивая не у каждого, а выборочно, вы «недополучаете» = теряете деньги.
2. Спрашивайте о рефералах даже тех, кто у вас ничего не купил.
3. Создайте систему генерации рефералов. Каждый ваш продавец должен просить о рефералах.
4. Если вам неудобно просить о рефералах, подумайте, сколько денег может принести вам один такой человек.
5. Вы можете «замостить дорогу» перед звонком, попросив того кто вам его порекомендовал рассказать о том, каких замечательных результатов он добился, работая с вами.
6. Отчитайтесь перед тем, кто порекомендовал вам реферала о проделанной работе, как при положительном, так и при отрицательном результате.

25. Сарафанное радио

Если вы хотите, чтобы люди начали рассказывать про вас и про ваш бизнес, дайте им интересный повод для рассказа. Это называется «Вау-опыт». Сделайте процесс работы с вами настолько увлекательным, чтоб люди стали рассказывать.

26. Участие в общественной жизни

Людам нравится покупать у друзей, а не у незнакомцев. А если вы участвуете в общественной жизни, вы превратитесь для многих людей из незнакомца в своего.

27. Публичные выступления

Вы можете стать еще более известным, выступая перед различными аудиториями.

1. Вы сможете продавать свои продукты и услуги прямо со сцены.

2. Когда выступаете, не будьте занудным – рассказывайте так, чтобы людям было интересно, не бубните себе под нос, говорите своими словами вместо того, чтобы читать по бумажке, приводите примеры, жестикулируйте и перемещайтесь.

3. Скажите сразу организаторам, что будете продавать в процессе выступления.

4. Сделайте спец. предложение (скидка или дополнительные бонусы) которое будет действительно, только пока вы находитесь в аудитории.

28. Связи и знакомства

Среди ваших знакомых могут оказаться люди, которые могут порекомендовать вас клиентам. Просто спрашивайте их об этом.

Связи решают все, и это далеко не банальные слова. Используйте каждую возможность для получения новых знакомств.

1. Связи и знакомства – это не раздать как можно больше визиток, а собрать как можно больше визиток.

2. Будьте приветливы и доброжелательны с каждым. Дорожите каждым контактом, никогда не знаешь, кто сможет пригодиться.

3. Помечайте на обороте каждой полученной визитки карандашом, где и когда вы познакомились с тем или иным человеком.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.