

СОДЕРЖАНИЕ

Предисловие	9
Маркетинг? Это очень просто... ..	11
Позиционирование: стать первым	15
7 законов маркетинга	19
УТП: три буквы, от которых зависит ваш успех	25
31 ошибка маркетинга, свойственная почти каждому мелкому предпринимателю	29
Как пишутся рекламные тексты, помогающие продавать	47
17 правил эффективной рекламы	49
Практическое занятие: 7 шагов к первому рекламному объявлению	73
Организация почтовой рекламной рассылки	89
Контроль эффективности для начинающих	97

Маркетинг: практический опыт

Сделайте свое предложение неотразимым	113
Маркетинговые идеи и советы, которые не стоят ни копейки	119
Использование СМИ	129
Маркетинг без рекламы	137
Простейший путь к увеличению объема продаж	139
Маркетинг по рекомендации	149
3 стратегии бесплатной устной пропаганды	153
Приложения	
Причины, по которым порой проваливаются 9 из 10 маркетинговых планов	169
6 аспектов, на которые вы должны обращать внимание при выборе рекламного агентства	177
Учет новых тенденций	181
Несколько слов в заключение	191

ПРЕДИСЛОВИЕ

Маркетингом должны заниматься все. Да, именно все: служащие, предприниматели, люди свободных профессий, в какой бы области они ни трудились. Это необходимо даже в случае, если по роду работы вы никак не связаны ни с рекламой, ни с пиаром, ни со сбытом.

Почему?

Давайте считать, что «маркетинг» означает создание собственной «марки». Для этого надо продемонстрировать свою индивидуальность и неповторимость. Позиционирование на рынке заключается в том, чтобы найти собственную уникальность, а маркетинг представляет собой способ, с помощью которого вы сможете сообщить это окружающим.

В наше время успех немислим без знаний о маркетинге. Я знаю, о чем говорю, поскольку являюсь наставником множества людей. Некоторые из них достигли очень высокого уровня, причем во всех пяти сферах жизни, к которым относятся здоровье, взаимоотношения, деньги, эмоции и работа. Ваши маркетинговые

способности имеют самое непосредственное отношение к карьере и благосостоянию, но, если как следует подумать, они влияют и на все остальные стороны жизни.

В понятие маркетинга входят и другие аспекты, например:

- ваш стиль одежды;
- прическа;
- мнение о вас окружающих.

Когда-то по случаю одного из моих первых деловых успехов мой наставник подарил мне очень дорогую авторучку и сказал: «Позаботьтесь о том, чтобы ваше имя, написанное этой ручкой, все читали с уважением».

В этом и заключается смысл маркетинга. Если вы его постигнете, то только от вас будет зависеть, как окружающие воспринимают вас, вашу работу и вашу продукцию. Вы будете уже не жертвой, а главным действующим лицом. Человек, который хочет самостоятельно строить свою жизнь, должен знать основы маркетинга.

Желаю вам постоянно совершенствовать свою марку.

Искренне ваш,
Бодо Шефер

МАРКЕТИНГ? ЭТО ОЧЕНЬ ПРОСТО...

Что же такое маркетинг? На первый взгляд его задача очень проста — найти покупателей и убедить их приобрести именно ваш продукт или услугу.

Но это проще сказать, чем выполнить. Давайте внимательно рассмотрим, что вам предстоит сделать для того, чтобы донести до потребителя плоды своего труда. Сначала необходимо выяснить, чего вообще хочет клиент. Для этого вы должны:

- знать, что предлагают конкуренты;
- решить, каким путем ваш продукт или услуга дойдет до клиента (через торговую сеть, посредством прямых продаж, через интернет и т. д.);
- найти подходящие рекламные средства.

Точка зрения клиента

Чтобы в ходе разработки маркетинговой стратегии принять правильное решение, очень важно уметь менять свою точку зрения. Маркетинг означает, что вы должны оценить свой бизнес не изнутри, а снаружи — глазами покупателя. С этой целью вам необходимо ответить на следующие вопросы:

- Чего хочет клиент и в чем он нуждается?
- Сколько он готов заплатить?
- Как привлечь его внимание на ваши продукты и услуги?
- Что ему предлагают конкуренты?
- Почему он должен выбрать вас, а не их?

Все эти аспекты вы должны учитывать в ходе выработки маркетинговой стратегии, поэтому маркетинг — это задача предприятия в целом, то есть практически всех его работников, а не только специального подразделения. Это подчеркивает и специалист по маркетингу Манфред Брун. Данное им определение довольно сухое и научное по форме, но очень точно проясняет суть дела: «Маркетинг — это образ мышления предпринимателя, который

Маркетинг? Это очень просто...

находит конкретное воплощение в планировании, организации, контроле и проведении различных внутренних и внешних мероприятий, сориентированных на клиента и направленных на приведение продуктов и услуг в соответствие с его потребностями, с тем чтобы за счет этого достичь поставленных перед предприятием рыночных целей».

На что не способен маркетинг

Одна из самых серьезных ошибок маркетинга состоит в переоценке роли рекламы. Реклама — это лишь часть маркетинга! Если товары или услуги продаются плохо или вообще не продаются, многие думают: «Здесь нужен хороший маркетинг — и дела пойдут совсем по-другому». В реальности все намного сложнее. Плохой продукт, который никому не нужен, не удастся продать даже с помощью лучшего маркетинга и самой изощренной рекламы. Хороший маркетинг — это предложение уникальных товаров и услуг, осознание нужд покупателей, поиск нужных клиентов, целенаправленная реклама и удовлетворение спроса.

ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ: СТАТЬ ПЕРВЫМ

Вы помните, как звали человека, который первым ступил на поверхность Луны? Конечно же, на ум сразу приходит имя Нила Армстронга. А теперь попробуйте вспомнить второго человека, который вышел из посадочного модуля всего на 22 минуты позже Армстронга.

Какое отношение эта история имеет к теме нашего разговора? Она напрямую затрагивает одну из важнейших проблем маркетинга — позиционирование. Как вы собираетесь позиционировать свой товар или услугу в сознании потребителей?

Этот маленький пример подсказывает нам, пожалуй, самую выигрышную стратегию: постарайтесь стать первым. Ведь несмотря на то, что заслуги Эдвина Олдрина (именно он был вторым человеком, ступившим на Луну) не меньше, чем заслуги Армстронга, о нем помнит лишь ничтожно малое число людей. Постоянно держите эту стратегию в голове. Какие

7 ЗАКОНОВ МАРКЕТИНГА

1. Все клиенты эгоисты

Клиентов ваше предприятие не интересует в принципе. Их волнует только то, какую пользу и какое преимущество они могут получить с вашей помощью. Поэтому первый фундаментальный закон маркетинга гласит: всегда оценивайте свои товары и услуги с точки зрения покупателя!

2. Очень-очень многие люди борются с вами за клиента

Вы не одиноки. Внимание клиента пытаются завоевать ваши прямые конкуренты. Он также получает массу рекламных предложений из других областей деятельности, а его время не безгранично. Поэтому клиент обращает внимание только на те предложения, которые представляют для него важность и сулят максимальную выгоду.

3. Постарайтесь стать незаменимым

Внимание клиента можно завоевать, если предлагаемые вами товары и услуги отличаются от других в каком-то очень важном для него аспекте. Поэтому маркетинг обязательно должен присутствовать на самом раннем этапе разработки товаров и услуг.

4. Лгать запрещено

Маркетинг и реклама должны базироваться на реальных преимуществах продукта. Клиент еще может стерпеть некоторые рекламные преувеличения, но в их основе должны лежать достоверные факты, касающиеся существенных отличий вашего продукта от товаров и услуг конкурентов. Даже самая хорошая реклама не принесет успеха плохому товару.

5. Все, чем занимается ваше предприятие, — это маркетинг

Исследователь проблем коммуникации и автор бестселлеров Пауль Вацлавик однажды сказал: «Человек не может обойтись без коммуникации». Это утверждение справедливо