

10 секретов для
успешного
маркетолога



ЦЕНТР ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ



ПРОДВИГАЙТЕ ВАШИ ТОВАРЫ И УСЛУГИ КЛИЕНТАМ ТАКИМ ОБРАЗОМ, КАКИМ ХОТЕЛИ БЫ, ЧТОБЫ ДРУГИЕ ПРОДВИГАЛИ СВОИ ТОВАРЫ ВАМ.

Маркетинговая информация

Излагайте преимущества ваших товаров или услуг в интересной и привлекательной для клиентов форме

Честно объясните, какие выгоды они получают, если воспользуются вашими услугами или купят производимые вами товары

содержать полезную для клиента информацию

Быть честной

Уважительно

2

ПРОСТОТА И ДОСТУПНОСТЬ ИЗЛОЖЕНИЯ – ДВА СТОЛПА УСПЕШНОГО МАРКЕТИНГА.



не перегружайте вашу маркетинговую информацию ненужными или сложными техническими терминами, если, конечно, ваш бизнес не связан с новейшими технологиями.



никто не станет покупать товары или услуги, если не сможет четко уяснить, какие преимущества они ему дают

3

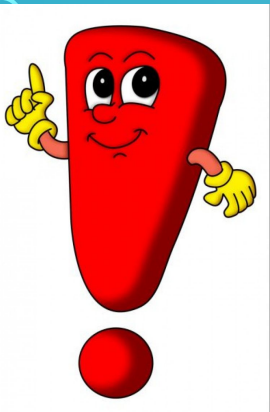
РЕАЛЬНЫЕ СЛУЧАИ – ДВИГАТЕЛЬ ВАШИХ ТОВАРОВ И УСЛУГ.



Сила реальных случаев, о которых вы расскажете клиентам, заключается в том, что с их помощью вы не только можете передать необходимую информацию о товаре или услуге, но и затронуть эмоции потенциального клиента.

4

ПОДГОТОВЬТЕ ДОПОЛНИТЕЛЬНУЮ ИНФОРМАЦИЮ ДЛЯ ТЕХ, КТО ЗАИНТЕРЕСОВАЛСЯ ВАШИМ БИЗНЕСОМ.



предоставьте дополнительную информацию о себе, которая включала бы:

- образцы готовой продукции
- отзывы постоянных клиентов о предоставленных вами услугах
- фотографии
- истории коммерческого успеха, различные ссылки

Словом, все, что подтверждает качество и результативность ваших товаров или услуг, все, что поможет завоевать доверие потенциального клиента.

5

НЕ ПОЗВОЛЯЙТЕ АУДИТОРИИ СКУЧАТЬ НА
ПРЕЗЕНТАЦИИ.



6

ДРУЖЕСКАЯ НАСТОЙЧИВОСТЬ ИЛИ РАЗВИТИЕ ПРОЯВЛЕННОГО ИНТЕРЕСА.

Цель рекламных проспектов – заявить о себе потенциальным клиентам.



если кто-то заинтересовался вашим предложением, пусть и в незначительной степени — разумным будет поддержать этот интерес, напомнив о себе, спустя какое-то время.

7

ПОДДЕРЖИВАЙТЕ СВЯЗЬ С ВАШИМИ КЛИЕНТАМИ.

Вуди Аллен говорил, что 80% успеха зависит от саморекламы. Поддерживать постоянную связь помогают email-рассылки и социальные сети. Они напоминают вашим клиентам о том, что вы продолжаете пребывать на рынке товаров и услуг, и в любой момент готовы к сотрудничеству.



МГУТУ

имени К.Г. Разумовского

ЦЕНТР ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

8



ИЗБЕГАЙТЕ АГРЕССИВНЫХ ПОПЫТОК ПРОДАТЬ ВО ЧТОБЫ ТО НИ СТАЛО.

Случалось ли вам подписаться на рассылку новостей или зарегистрироваться для участия в вебинаре, а затем подвергнуться ежедневной бомбардировке письмами, с предложением приобрести «самый замечательный продукт в истории человечества».



Помните об этом в те моменты, когда дело доходит до демонстрации преимуществ вашего продукта или услуги, делайте это ненавязчиво, с достоинством и стилем.



МГУТУ

имени К.Г. Разумовского

ЦЕНТР ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

9

ПРИ ПОКУПКЕ НИКТО НЕ ЛЮБИТ ЧУВСТВОВАТЬ ДАВЛЕНИЕ, НАОБОРОТ, ВСЕ ХОТЯТ БЫТЬ УСЛЫШАНЫМИ.

Искусств
о продаж



75% времени,
отведенного на
продажу — это
время, затраченное
на простое
выслушивание
клиента.

в определении желаний
потенциальных покупателей

в определении, совпадает ли ваше
предложение с их желаниями.

10

НЕ СТЕСНЯЙТЕСЬ ПРОСИТЬ О ТОМ, ЧТО ВАМ НЕОБХОДИМО.

Вы хотите, чтобы целевой рынок узнал о вашем бизнесе?

Хотите донести до клиентов все преимущества, которые они получают, сотрудничая с вами?

Хотите, чтобы из потенциальных они превратились в реальных клиентов?

Чтобы достичь всего этого, сначала необходимо попросить. Например: «Если вы хотите получить дополнительную информацию, заполните, пожалуйста, этот отрывной купон».



ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Вполне возможно, эти «секреты» маркетинга вам уже известны. Однако теоретические знания, не воплощенные в жизнь, ничего не стоят. Следовательно, ключ к успеху заключается не в знании секретов маркетинга, а в их последовательном применении. Успехов вам!