

Вступление

С 2002 года, когда вышла моя первая книга «Маркетинг на 100%», я разрабатываю и популяризирую тему точек контакта. По моему убеждению, это сильно недооцененный актив маркетинга. Позиционирование, дифференцирование, сегментирование, жизненный цикл, маркетинговые коммуникации, маркетинг без бюджета рассмотрены в мельчайших подробностях, а точки контакта остаются по-прежнему в стороне.

На семинарах я призываю (и слушатели могут это подтвердить): «Начинайте маркетинг с точек контакта!» О точках контакта шла речь в моих книгах «Арифметика маркетинга для первых лиц» (2010) и «Маркетинг без бюджета» (2011). В наших консалтинговых проектах я и мои партнеры по «ЛидМашине», «Маркетинг Машине» или «Конгру» всегда начинаем свою работу с аудита точек контакта.

В общем, тема действительно важная, нужная и вечная, но статьи о точках контакта стали появляться лишь недавно. Официальных публикаций и вовсе не больше пары десятков.

Толчком к написанию этой книги послужила статья моего соавтора Дмитрия Турусина в журнале «Управление компанией», в которой были сформулированы законы и следствия точек контакта. Над этой темой Дмитрий работал в Университете Эдинбурга, посвятив ей свою бакалаврскую работу.

Я добавил к его материалам описание собственной технологии работы с точками контакта, мы поспорили о некоторых правилах (к законам у меня вопросов не было), разбавили наши наблюдения примерами, взяли интервью у драйверов точек контакта (к сожалению, этих специалистов в нашей стране пока мало) — и, на мой взгляд, у нас получилась отличная книга с очень высоким КПД.

Внимательно ее изучите.

Проанализируйте ваши точки контакта.

Подумайте о законах и наблюдениях применительно к вашему бизнесу.

Мы уверены, что книга окупится тысячекратно в первую же неделю использования концепции точек контакта и работы над ними.

Увлекательного вам чтения и улучшения ваших точек контакта!

Сделайте первый шаг и не останавливайтесь.

Наша книга облегчит вам этот путь.

Улучшайтесь.

Отговорок быть не должно.

Игорь Манн