

Эту книгу хорошо дополняют:

Маркетинг без бюджета

Игорь Манн

Маркетинг на 100%

Игорь Манн

Издержки вниз — продажи вверх

Боб Файфер

Сарафанный маркетинг

Энди Серновиц

Александр Левитас

Больше денег от вашего бизнеса

Партизанский маркетинг в действии

3-е издание

Издательство «Манн, Иванов и Фербер»
Москва, 2014

[Почитать описание, рецензии и купить на сайте МИФа](#)

УДК 658.155
ББК 65.290-8
Л36

Левитас, А. М.

Л36 Больше денег от вашего бизнеса. Партизанский маркетинг в действии / Александр Левитас. — 3-е изд. — М. : Манн, Иванов и Фербер, 2014. — 320 с.

ISBN 978-5-00057-167-5

Если рост прибыли вашей компании замедлился, полезно проверить, не упускаете ли вы каких-либо деталей: ведь в маркетинге именно детали важнее всего. Обращая внимание на мелочи, вы сможете привлекать и удерживать больше клиентов, совершать больше сделок и увеличивать средний их объем, устанавливать выгодные для себя цены и снижать ненужные расходы. Читая эту книгу и применяя «партизанские» методики, собранные автором, вы увеличите вашу прибыль до максимально возможной.

Эта книга будет наиболее полезна для собственников небольших компаний, а также для руководителей и сотрудников отделов маркетинга и рекламы.

УДК 658.155
ББК 65.290-8

*Все права защищены.
Никакая часть данной книги не может быть воспроизведена в какой бы то ни было форме без письменного разрешения владельцев авторских прав.*

Правовую поддержку издательства обеспечивает юридическая фирма «Вегас-Лекс»

VEGAS LEX

ISBN 978-5-00057-167-5

© Левитас А. М., 2008
© Левитас А. М., 2012, с изменениями
© Оформление. ООО «Манн, Иванов и Фербер», 2013

Оглавление

| | |
|---|-----------|
| Больше денег от вашего экземпляра книги..... | 13 |
| Вместо предисловия..... | 14 |
| Вступление. Шесть ключей к увеличению прибыли..... | 15 |
| Часть 1. Как привлекать клиентов: секреты рекламы..... | 17 |
| <i>Больше клиентов за те же деньги.....</i> | <i>18</i> |
| Главный секрет успешной рекламы..... | 18 |
| Ваша реклама глазами клиента..... | 21 |
| Портрет клиента..... | 21 |
| Зачем мне ваш товар?..... | 21 |
| Как одна фраза может поднять продажи втрое..... | 23 |
| Правило пяти секунд..... | 27 |
| Как выделиться среди конкурентов..... | 27 |
| УТП: чем вы лучше других?..... | 27 |
| Как создать видимость УТП..... | 30 |
| ОТК для УТП..... | 33 |
| «Троянское обучение»..... | 36 |
| Если есть чем гордиться, хвастайтесь..... | 38 |
| Улучшаем рекламный текст..... | 39 |
| Макияж для рекламного текста..... | 39 |
| Не пренебрегайте деталями..... | 42 |
| Рисование словами..... | 43 |
| Секрет знаменитых писателей..... | 44 |
| История первая: ресторан «Море креветок»..... | 47 |
| Как работать с отзывами..... | 49 |
| Пусть клиент убедит себя сам..... | 53 |
| Работа над ошибками..... | 57 |
| Папа, ты с кем говорил?..... | 57 |
| «Должное количество надлежащего материала»..... | 59 |
| Избегайте круглых чисел..... | 62 |
| Подстелите соломку..... | 63 |
| Для чего вы даете рекламу?..... | 65 |
| Проверка на ГКЧП..... | 66 |
| Размещение рекламы..... | 68 |
| Не режьте курицу, несущую золотые яйца..... | 68 |
| Чтобы реклама работала на вас долго..... | 69 |

| | |
|--|-----------|
| Смертный грех рекламодача | 70 |
| Стоит ли рекламироваться в «...»? | 71 |
| Реклама у соседей | 72 |
| Попутная реклама | 73 |
| Совместная реклама | 76 |
| Название как рекламоноситель | 77 |
| Проверка перед запуском | 80 |
| Где узнать больше об эффективной рекламе | 81 |
| Дополнительные материалы к книге | 81 |
| Книги других авторов | 82 |
| Мои семинары | 83 |
| Часть 2. Как закрывать сделки: делаем больше продаж | 85 |
| <i>Нужны не посетители, а покупатели.</i> | 86 |
| Простые приемы живых продаж | 86 |
| Предположение в свою пользу | 86 |
| Ловушка ложного выбора | 88 |
| Пусть покупатель продает себе сам | 90 |
| «Это еще не всё!» | 90 |
| Продавец-экскурсовод | 92 |
| Тест лорда Кельвина | 94 |
| Снимаем страх перед ценой | 95 |
| Жонглирование цифрами | 95 |
| «По цене чашки кофе» | 96 |
| «Мерседес» за 100 рублей в день | 97 |
| Цена против стоимости | 98 |
| Два будущих | 100 |
| Организация процесса продаж | 102 |
| Скажи: «Кто там? Кто там?» | 102 |
| «Картонный продавец» | 105 |
| Такого ли продавца ожидает клиент? | 108 |
| Проводите акции для работников | 109 |
| Пригвоздите клиента! | 110 |
| Продажи чужими руками | 112 |
| Чужие сети продаж | 112 |
| История вторая: продажа сувениров-голограмм | 114 |
| Овеществление услуг | 115 |
| Где узнать больше о закрытии сделок | 117 |
| Дополнительные материалы к книге | 117 |
| Книги других авторов | 117 |
| Мои семинары | 118 |

| | |
|---|-----|
| Часть 3. Как продавать больше: увеличиваем объем покупки | 121 |
| «Урожайность с клиента» | 122 |
| Как помочь клиенту купить больше | 123 |
| Сопутствующие товары и услуги. | 123 |
| Продавайте, а не впаривайте | 125 |
| Что предлагать будем? | 126 |
| Используйте речевки | 128 |
| «Только руку протяни». | 129 |
| Навигация повышает продажи | 130 |
| Охотимся за сдачей | 131 |
| «Грузите апельсины бочками» | 134 |
| «Малый джентльменский набор» | 137 |
| Как продать человеку десять чашек кофе. | 138 |
| «Фирменные деньги» | 141 |
| Приемы для продавца | 143 |
| «Целься выше! Хотя бы не попадешь себе в ногу» | 143 |
| «Мал мала меньше» | 145 |
| Расширение горизонтов | 146 |
| «105 граммов». | 147 |
| Фигура высшего пилотажа «удвоение покупки» | 148 |
| Создайте условия для больших покупок | 149 |
| Ловушка ассортимента. | 149 |
| Линейный ассортимент против объемного | 151 |
| Ставка на жадность. | 152 |
| Ограничение «снизу» | 153 |
| Поощрение «сверху». | 155 |
| Избавьте клиента от лишнего дискомфорта | 157 |
| Нейтрализуйте «нежелательных» спутников. | 158 |
| Привлекайте «желательных» спутников | 159 |
| Используйте время ожидания | 161 |
| Корзинка, тележка, доставка. | 162 |
| Имитация скидок. | 163 |
| Как заставить клиентов покупать чаще | 164 |
| Ускорьте потребление. | 164 |
| Увеличьте порции | 164 |
| «Недопорции» | 165 |
| Новые способы применения | 166 |
| Нестандартные применения | 166 |
| «Пей до дна!». | 167 |
| «Моральное старение» против «износа». | 168 |
| Намеренная недолговечность. | 169 |

| | |
|--|------------|
| Помогите клиентам-бизнесменам | 171 |
| Где узнать больше об увеличении оборота | 172 |
| Дополнительные материалы к книге | 173 |
| Книги других авторов | 173 |
| Мои семинары | 173 |
| Часть 4. Как продавать дорого: игры с ценой | 175 |
| <i>Самый простой способ поднять доходы</i> | 176 |
| Не пора ли поднять цены? | 177 |
| Пространство для маневра | 177 |
| А почему другие не поднимают цены? | 180 |
| Психологически оптимальная цена | 181 |
| Занимательная математика цен | 182 |
| Остерегайтесь ценовой ловушки | 184 |
| Между двух стульев | 184 |
| История третья: магазин светильников | 185 |
| Выход из ценовой ловушки | 186 |
| Тестируем цены | 187 |
| Ставим эксперимент, минимизируем риск | 187 |
| Выборочное тестирование | 189 |
| А почему в университете... .. | 191 |
| Как обосновать цену | 191 |
| Оправдание цены | 191 |
| Переименование как оправдание цены | 194 |
| Сезонность как оправдание цены | 194 |
| Цена должна быть непрозрачной | 195 |
| Когда выгодна прозрачная цена | 196 |
| «Вы заплатили... вы сэкономили...» | 196 |
| Кое-что о скидках | 197 |
| Самый простой способ потерять прибыль | 197 |
| История четвертая: огородный инвентарь | 198 |
| Как правильно работать со скидками | 199 |
| Если скидки невозможны | 199 |
| Подготовка к скидкам | 199 |
| Уступка в обмен на уступку | 200 |
| Советы мелкой россыпью | 201 |
| Как создать иллюзию дешевизны | 202 |
| Цена: 9,99 | 202 |
| Замаскированное повышение цены | 203 |
| Дорогой дешевый магазин | 205 |
| Ложные скидки | 207 |

| | |
|--|------------|
| Где узнать больше о ценах и скидках..... | 209 |
| Дополнительные материалы к книге | 209 |
| Книги других авторов | 210 |
| Мои семинары..... | 210 |
| Часть 5. Как заставить клиента возвращаться снова и снова | 211 |
| <i>Дело сделано? Нет, дело только начинается!</i> | 212 |
| Всякого ли клиента можно вернуть?..... | 213 |
| Три типа клиентов..... | 213 |
| Вот тебе первая выгода..... | 216 |
| Кесарю — кесарево, слесарю — слесарево | 217 |
| Приходите еще — получите пряник | 220 |
| Подарочные купоны на фиксированную сумму..... | 220 |
| Накопительные подарки..... | 222 |
| Накопительные скидки | 225 |
| История пятая: магазин компакт-дисков..... | 229 |
| Чтобы клиент не скучал..... | 229 |
| Другие азартные игры | 230 |
| Накопительные льготы и бонусы | 232 |
| Пара слов о других «пряниках» | 234 |
| Используйте «инстинкт завершения»..... | 236 |
| Врожденные особенности мышления..... | 236 |
| Страсть к коллекционированию | 236 |
| Шаг за шагом к цели | 239 |
| Простой способ удвоить доходы..... | 241 |
| База клиентских данных..... | 241 |
| Разбудите «спящего» клиента | 242 |
| Поздравления с напоминанием | 245 |
| «Повторить?» | 247 |
| Назначьте дату заранее..... | 248 |
| «Фирменная газета» | 248 |
| «Клуб верных клиентов»..... | 252 |
| Чтобы вас запомнили..... | 253 |
| Конкурсы комплиментов | 253 |
| На 101% | 254 |
| Легко ли к вам вернуться?..... | 255 |
| Хвалите своих клиентов | 256 |
| Очаровательные необычные мелочи | 258 |
| Почему они не возвращаются?..... | 259 |
| Куда пропадают клиенты? | 259 |
| История шестая: анализ «закулисы» сайта | 260 |

| | |
|---|------------|
| Работать плохо — невыгодно | 263 |
| К кому возвращаются клиенты | 264 |
| Бег к кассе с препятствиями | 266 |
| Цена обиды клиента | 266 |
| Довольны ли вами клиенты? | 268 |
| О пользе жалоб и предложений | 268 |
| Друг познается в беде | 270 |
| Проверка после покупки | 271 |
| Исследование удовлетворенности клиентов | 272 |
| Контрольная закупка | 272 |
| Проверка на лояльность | 275 |
| Где узнать больше об удержании клиентов | 276 |
| Дополнительные материалы к книге | 276 |
| Книги других авторов | 277 |
| Мои семинары | 278 |
| Часть 6. Как сокращать расходы: способы сэкономить | 279 |
| «Сберечь пени — то же, что получить два» | 280 |
| Скупость против экономии | 280 |
| Не переплачивайте | 281 |
| Наклейка дороже джинсов | 281 |
| Банка дороже напитка | 282 |
| Доверяй, но проверяй | 282 |
| Торгуйтесь, торгуйтесь, торгуйтесь! | 283 |
| Оплата конфетными фантиками | 285 |
| «Завтрашний» йогурт | 286 |
| Секрет американских миллионеров | 287 |
| Используйте чужие ресурсы | 288 |
| Не покупайте корову ради ведра молока | 288 |
| Используйте аутсорсинг | 288 |
| История седьмая: бизнес-план мини-типографии | 289 |
| Используйте метод IKEA | 290 |
| Сокращайте затраты на персонал | 290 |
| Работники модные и немодные | 290 |
| Официант на зарплате шеф-повара | 293 |
| Работник, который платит вам | 295 |
| Сколько подарков вы делаете работникам? | 296 |
| Где узнать больше об экономии | 297 |
| Дополнительные материалы к книге | 298 |
| Книги других авторов | 298 |
| Мои семинары | 299 |
| Заключение. Самый главный секрет | 300 |
| Об авторе | 303 |
| Список рекомендуемой литературы | 305 |

Больше денег от вашего экземпляра книги

Буду краток.

У вас в руках просто замечательная книга.

Я прочитал более 1500 книг о маркетинге, но это одна из немногих русскоязычных, которую я бы обозначил как *must read*. И это на сегодня единственная книга по маркетингу, которую мы решили издать у нас.

Когда я в первый раз прочитал эту книгу, я записал себе в еженедельник задачу — «встретиться с автором».

Когда я встретился с Алексом, я записал себе в еженедельник очередную задачу — «предложить Алексу издаться у нас».

Задача выполнена.

А вот у вас после прочтения будут десятки (а у кого-то и сотни) предназначенных для реализации задач и идей. А мы под Новый год специально для вас выпустили особый еженедельник маркетера.

Поэтому не буду отрывать вас от основного — от чтения.

И не забудьте мой совет — взять побольше от этой книги, автор которой, несомненно, специалист № 1 по партизанскому маркетингу в России.

Игорь Манн

P. S. Возможно, вы тоже захотите встретиться с Алексом. Он часто проводит семинары в России — или вы можете заказать персональную консультацию.

Вместо предисловия

Мне позвонил Сергей, бывший ученик. «Александр! Я хочу похвастаться! — восторженно кричал он в трубку. — Прибыль моего дела не просто выросла в пять с половиной раз после ваших уроков — она уже год не опускается ниже этого уровня!»

За полтора года до того бизнес Сергея находился на грани закрытия: прибыль была такой низкой, что Сергею даже пришлось найти работу на полставки. Когда же он обратился к консультантам из центра поддержки предпринимательства, те лишь посоветовали взять ссуду и дать массированную рекламу.

В поисках решения Сергей наткнулся в журнале на мою статью о малобюджетных способах поднять продажи. Он использовал один прием из этой статьи — и результат так впечатлил его, что Сергей перечитал все мои статьи, какие только сумел найти, а потом нашел меня и записался на мой курс.

В первые же месяцы Сергей удвоил свои доходы, затем удвоил еще раз. Потом мы не общались около года, и вот он позвонил мне, чтобы поделиться своими успехами и получить пару новых советов.

«Скажите, Александр, — спросил он на прощание, — а почему вы не напишете книгу о том, как увеличить прибыльность бизнеса? Ваши советы, я уверен, были бы на вес золота для начинающих предпринимателей, да и опытным пригодились бы!»

Вот она, эта книга.

Вступление. Шесть ключей к увеличению прибыли

Задача этой книги — дать вам, уважаемый читатель, набор инструментов для увеличения прибыльности бизнеса. В этот набор входят ответы на вопросы: *что* надо сделать, чтобы получить больше денег от своего бизнеса, и рецепты того, *как* это сделать.

Первым делом я предлагаю вам формулу увеличения прибыли — простую и доступную. Существует всего *шесть основных ключей к прибыли*, и все они входят в эту формулу.

Чтобы бизнес приносил больше денег:

- привлекайте **больше** новых клиентов;
- заключайте с ними **больше** сделок;
- продавайте **больше** товаров каждому;
- берите за каждый товар **больше** денег;
- делайте **больше** повторных продаж;
- используйте **больше** способов сэкономить.

Ваш бизнес может приносить больше денег. Секрет заключается в том, чтобы задействовать в бизнесе все шесть ключей. Конечно, даже использование одного или двух из них позволит вам поднять доходы иной раз на десятки процентов. Но если постепенно задействовать все ключи, прибыль может вырасти в несколько раз.

Предприниматель, использующий лишь некоторые из этих ключей, похож на штангиста, который тренирует только одну руку: очень скоро его результаты перестанут расти, потому что максимальный вес штанги будет определять не сильная, а слабая рука. Именно поэтому изрядная часть владельцев бизнеса трудится много и тяжело, а зарабатывает мало. В таких случаях использование «формулы прибыли» позволяет исправить дело.

Структура книги, которую вы держите в руках, повторяет эту формулу. В книге шесть больших частей — по одной на каждый «ключ к прибыли». И в каждой части — множество идей, приемов и советов, которые вы сможете применить в своем бизнесе.

Часть этих приемов вам уже знакома, часть может вас удивить. Но все они достаточно просты, чтобы не требовать специального образования, и достаточно незатратны, чтобы ими мог воспользоваться любой предприниматель вне зависимости от того, насколько велик его бюджет.

В принципе эту книгу можно читать с любой страницы. Однако в первый раз прочитайте ее от начала и до конца с карандашом в руках. Записывайте каждую идею, которую сочтете подходящей, — и вы получите готовый план развития своего бизнеса.

Помните: ваш бизнес может приносить больше денег!



[Почитать описание, рецензии
и купить на сайте](#)

Лучшие цитаты из книг, бесплатные главы и новинки:

