



**Причины?**

# 1. Рецессия



## 2. Кризис

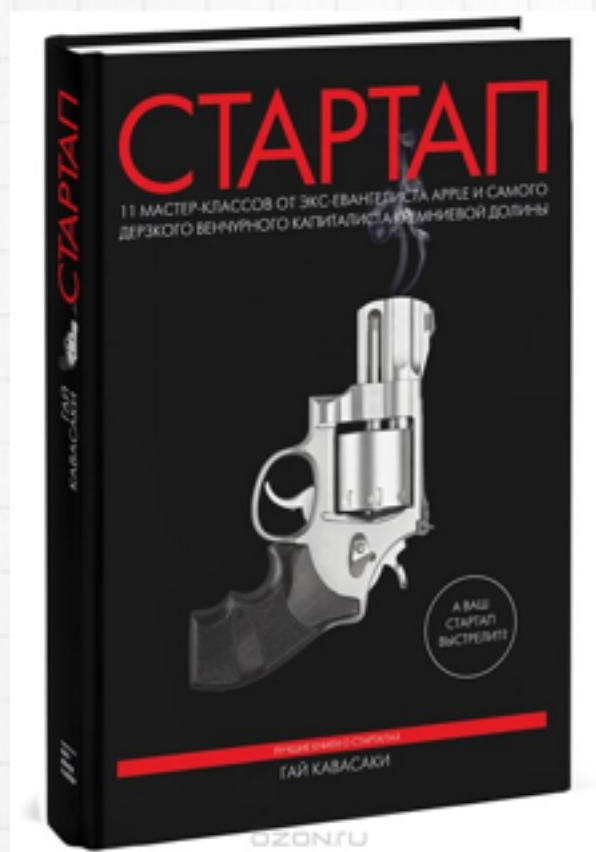


# 3. Недостаточное финансирование





# 4. Стартап



# 5. Привычка ЭКОНОМИТЬ



# Это не «маркетинг без бюджета»:

- **обман**

- (услугу получил, не заплатил)
- (overpromise & underdeliver/пообещал, не сделал)

- **провокация**

- (мы за интеллигентность)

- **трюки**

- (мы за приемы, технологии, подходы и системы)

# МББ - Маркетинг без бюджета:

**100+ инструментов** маркетинга, когда:

1) на маркетинг денег нет совсем-совсем

FAQ, сторителлинг, почему они не покупают, автоподпись, точки контакта, калькуляторы...

2) вы начинаете применять эффективнее уже используемые бесплатные/недорогостоящие инструменты маркетинга

Визитные карточки, сайт, автоответчик, e-mail маркетинг, отзывы, социальные медиа...

3) вы начинаете использовать новые и революционные бесплатные/недорогостоящие инструменты маркетинга

Ретаргетинг, NPS, прощальные письма, бюро добрых дел, продает клиент, перехват...

# МББ - Маркетинг без бюджета:

**100+ инструментов** маркетинга,  
когда:

**1) на маркетинг денег нет совсем-  
совсем**

FAQ, сторителлинг, нетворкинг, почему они не покупают,  
автоподпись, точки контакта, калькуляторы...

....

# МББ - Маркетинг без бюджета:

**100+** инструментов маркетинга, когда:

...

2) вы начинаете применять эффективнее уже используемые бесплатные/недорогостоящие инструменты маркетинга

Визитные карточки, сайт, автоответчик, e-mail маркетинг, отзывы, социальные медиа...

....



# МББ - Маркетинг без бюджета:

**100+ инструментов** маркетинга, когда:

...

**3) вы начинаете использовать новые и революционные бесплатные/недорогостоящие инструменты маркетинга**

Ретаргетинг, NPS, прощальные письма, бюро добрых дел, продает клиент, перехват...

# Контакты

mann@SilaUma.ru

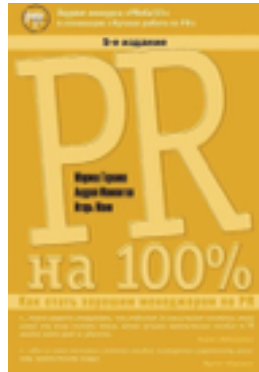


www.igor-mann.ru



@mannketing

# Неполное собрание сочинений



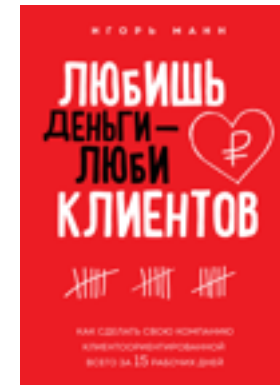
Ежедневник  
Номера 1



Маркетинг  
и Продажи:  
согласованно

написано!

К росту!  
Новые и  
революционные  
инструменты  
маркетинга



Ценные  
решения

**Вы хотите увеличить свою прибыль, но не знаете как? Думаете, сделали для увеличения прибыли всё, что могли? А пробовали ли вы использовать для этого... маркетинг?**

Игорь Манн  
Анна Турусина

Именно маркетинг поможет вам значительно прибавить оборотов, то есть увеличить прибыль – и чтобы узнать как, вам нужно изучить эту книгу. Теперь вы будете знать, что делать, чтобы оторваться от конкурентов... или просто зарабатывать намного больше. Игорь Манн и Анна Турусина готовы поделиться с вами всем, что знают и делают сами – в своих бизнесах и для своих клиентов. До эффективного маркетинга – всего сорок семь проверенных практических шагов. Читайте. Применяйте. Будьте первыми.

## Почему стоит купить эту книгу?

- Вы обнаружите немаленький ресурс увеличения прибыли, о котором раньше не догадывались.
- У Вас в распоряжении окажется целых 47 способов повышения оборота.
- Вы сделаете это одним из первых – а значит, получите конкурентное преимущество.
- Получите в свое распоряжение работающую систему ПРУВ (Привлечение, Работа, Удержание, Возвращение) для эффективного взаимодействия с вашими покупателями.
- Вы заочно поучаствуете в семинаре ведущего российского маркетера – и наверняка, вдохновившись находками, придумаете еще несколько способов увеличения оборотов.

Игорь Манн  
Анна Турусина

# Прибавить ОБОРОТОВ!



**47** МАРКЕТИНГОВЫХ СПОСОБОВ УВЕЛИЧИТЬ ПРОДАЖИ – СИСТЕМНО, БЫСТРО И БЕЗ БЮДЖЕТА



[Читать фрагмент](#)

Книгу можно читать с помощью



Смартфона



Эл. книги



Планшета



Компьютера

**2000 ₺**

Уже купили книгу?

[Активируйте push-письма](#)



**В КОРЗИНУ**

VISA



ROBO

# Семинар в Казани

- 24 октября (суббота) 2015 г.
- «**Всего 15 дней:** как улучшить маркетинг в компании всего за 3 недели»
- это бомба!
- Организатор: First Key
- 8 919 629 92 52 Рамиль



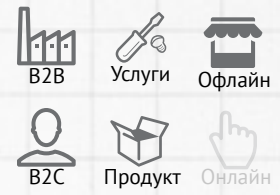
# Кто прочитал?





номер

тут название инструмента



где  
ИСПОЛЬЗОВАТЬ?

 какой результат?

 сколько стоит?

 кто делает?

 как быстро?



сложность x из 5

тут картинка-якорь

# Формула Маркетинга

**Без Бюджета**



**Привлечение**



**Работа с  
клиентами**

(ББДЧ)



**Удержание**




**Возвращение**

# Формула Маркетинга

Без Бюджета



Привлечение

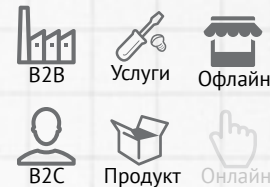


«В жизни всегда есть место  
подвигу и дополнительному  
каналу продаж»


*Игорь Манн*

# 1


# Новые каналы продаж

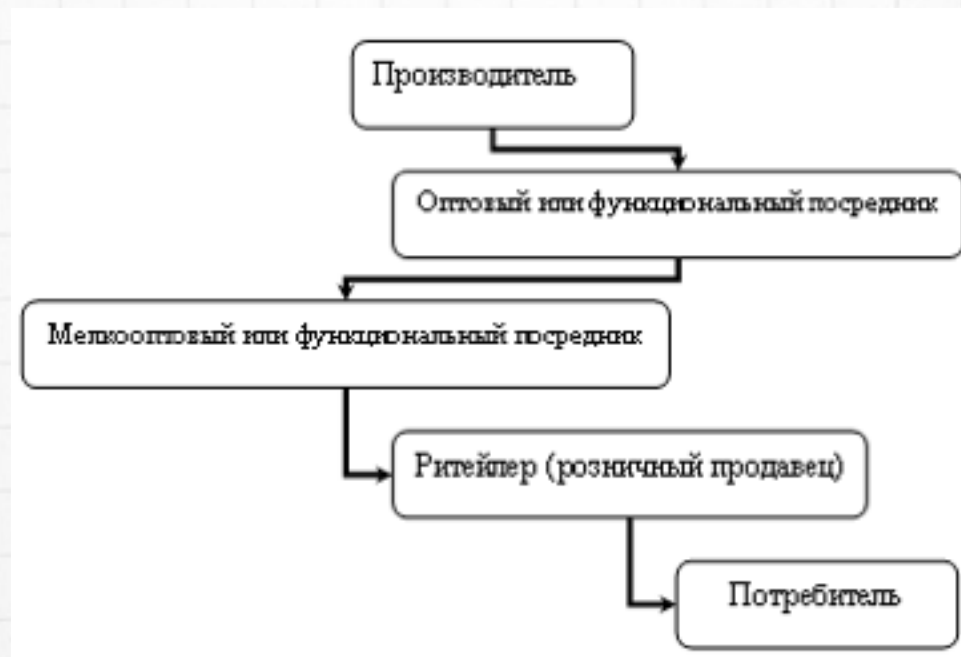


 увеличить продажи

 0 р. (поиск)

 генеральный директор

 неделя



# Как это работает?

1. провести мозговой штурм
2. использовать «подсказку»
3. просчитать - и +
4. включить канал



# Не верим!

- Книгомат

Эта книга  
куплена  
у робота  
Ищите книгоматы™



- «мобильные» продажи
- запродажи (лэптоп + Интернет)

# Если гора не идет к Магомеду...

## МИФ у вас в гостях (в Москве)

Posted: 25 Mar 2013 04:58 AM PDT

Мы ищем новые формы торговли, приезжая в компании, в которых есть спрос на хорошие книги.

Было бы вам интересно, если бы мы приехали прямо к вам в офис с книжками по специальным ценам (-20% от цены на сайте) и — главное — в сопровождении одного из наших четырех супер-советчиков, прочитавших все (или почти все) книги МИФа? Возможно, среди них будет моя мама — Валерия Николаевна или отец Игорь Манна — Борис Борисович.

Приезжать готовы в офисы не слишком маленьких компаний (примерно от 50 человек). От вас потребуется только определить тематику книг, чтобы мы взяли с собой подходящее, и договориться о дате-времени.

Интересно?

Пишите Валерии Николаевне [dost@m-i-f.ru](mailto:dost@m-i-f.ru)

P.S. Тому, кто организует встречу, личный подарок от меня с Игорем — его новая книга «[Возвращенцы](#)».



## Консультант с доставкой в офис

Программа «День с МТС»

Узнайте больше о современных технологиях мобильной связи,  
полезных для вашего бизнеса.  
Заняжите выездную консультацию в удобное для вас время на сайте.

Звоните (495) 766 00 01

[www.corp.mts.ru](http://www.corp.mts.ru)



оператор бизнеса



**НОВАЯ УСЛУГА**  
**ПИВО НА ДОМ**

*по городу и району круглосуточно*

тел.: 8 915 716 89 87

8 915 716 89 87

8 915 716 89 87

8 915 716 89 87

8 915 716 89 87

8 915 716 89 87

8 915 716 89 87

РОД  
варти  
Галин  
м<sup>2</sup> (16  
лкон,  
стая,  
следс

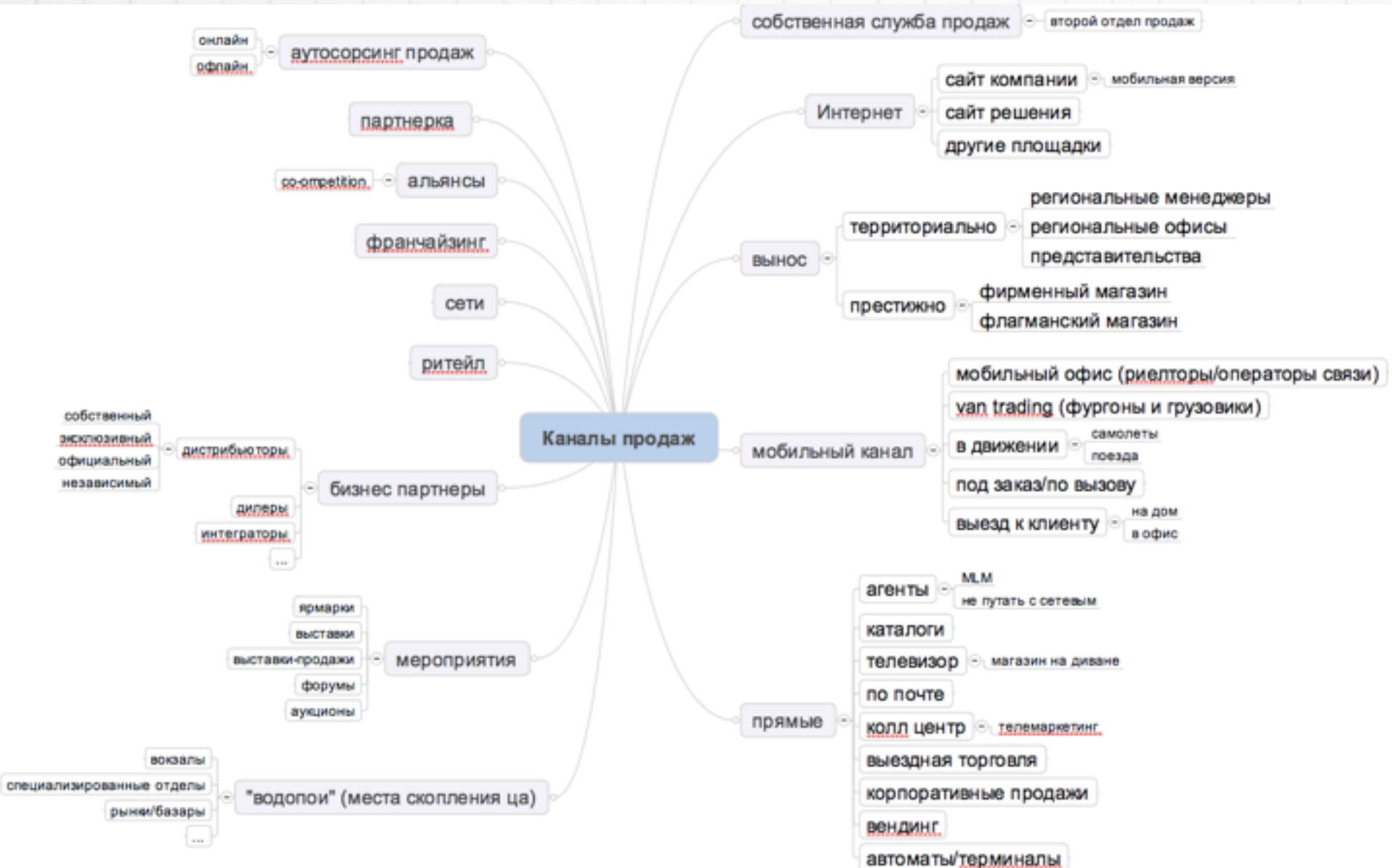
не дог  
не док



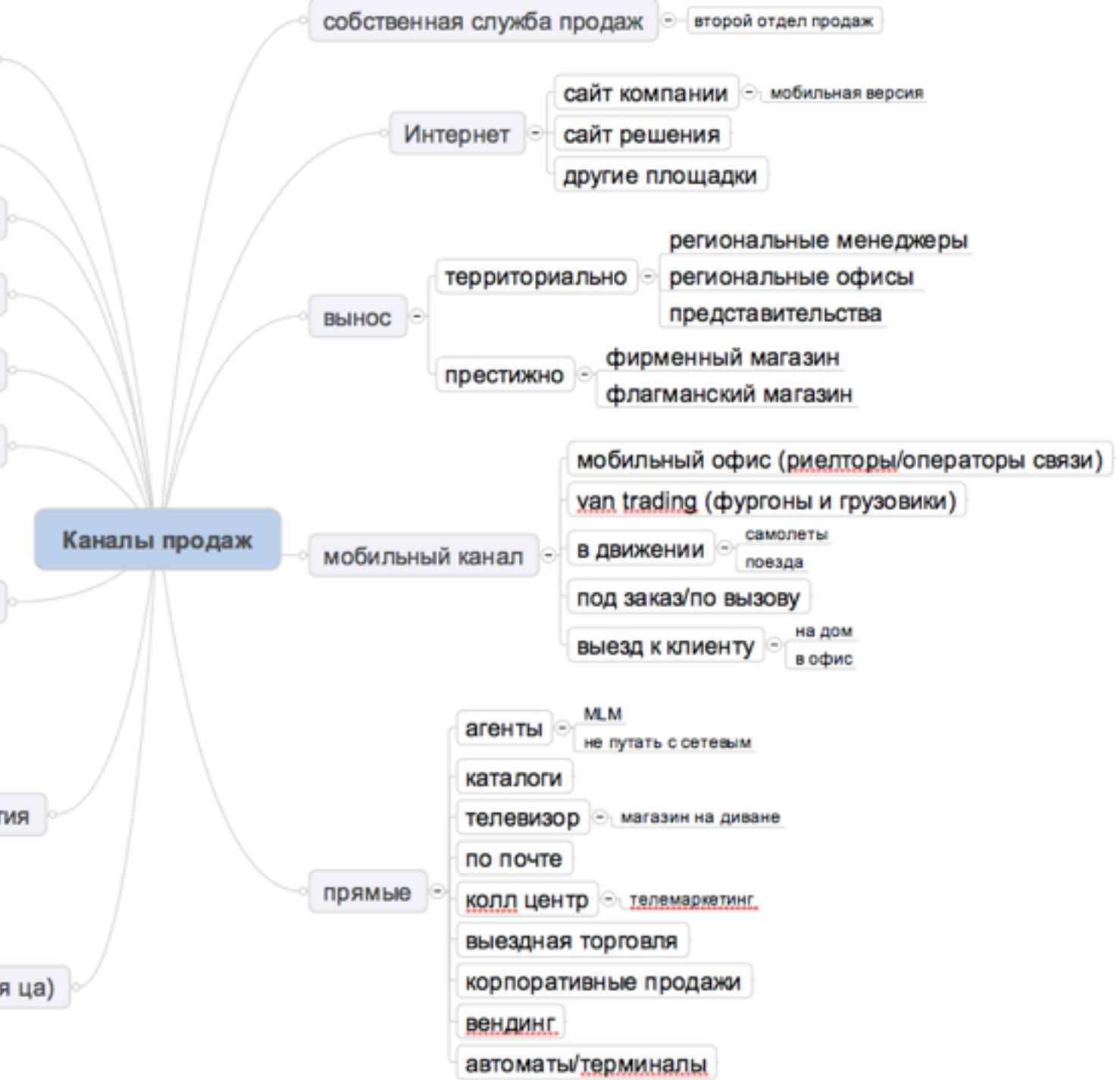
**ПИВНАЯ  
СЛУЖБА**

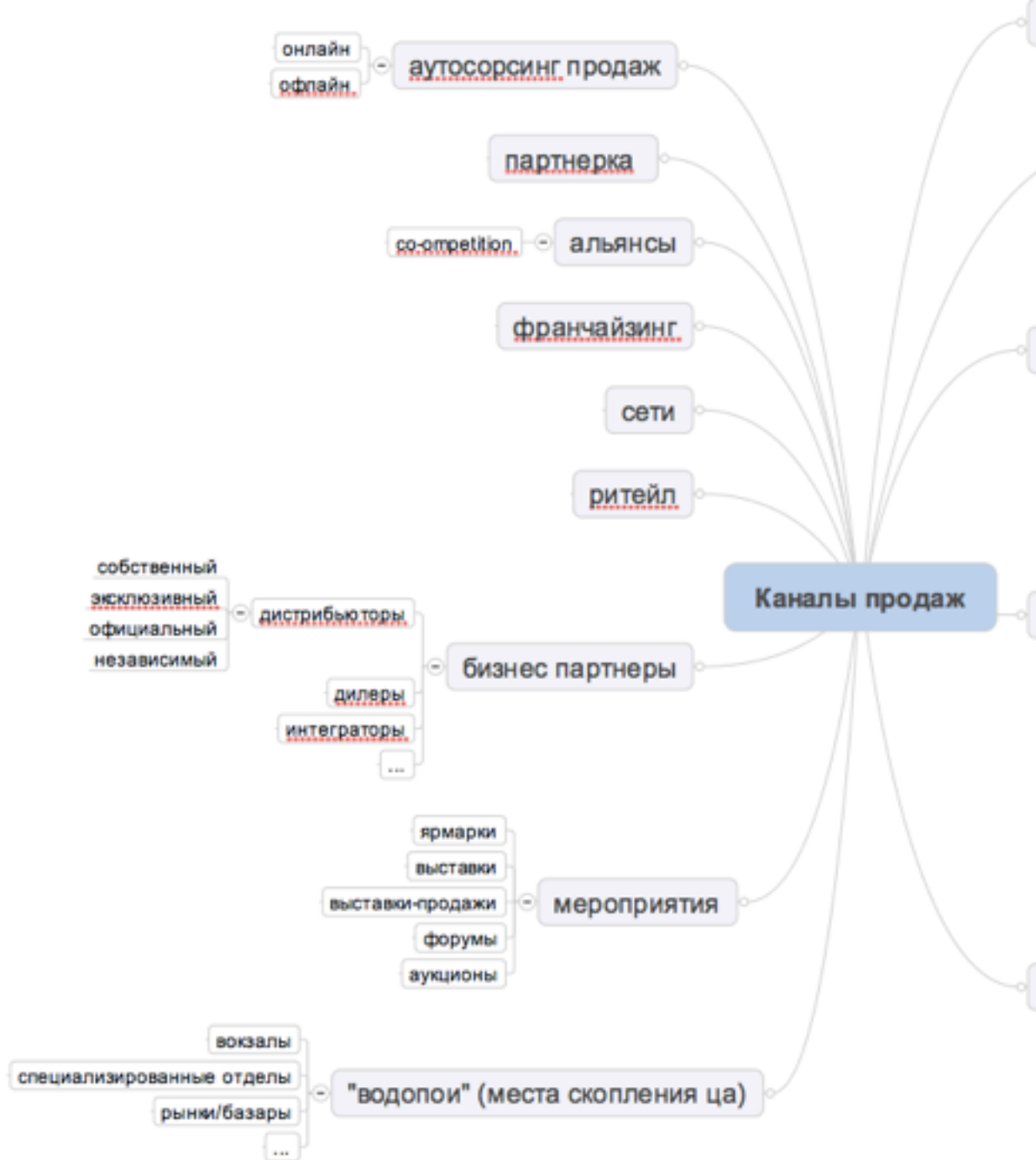


# Всего 14 - укрупненно









# **Всегда появляется что-то новое**

**Музей.**

**Социальные сети.**

**Продают сотрудники.**

**Продают клиенты.**

# Оценка нового канала

## КОМПАНИЯ

1. Какие товары и услуги будут проходить через новый канал?
2. Будет ли он создавать помехи существующим каналам (если да, то как их можно устранить?)
3. Насколько новый канал дополняет или заменяет существующие? Какие сервисы он будет предоставлять?
4. Как изменится важность и сила существующих каналов?
5. Какой и какого уровня конфликт создаст новый канал?
6. Как мы будем управлять конфликтом каналов?
7. Какими будут издержки на обслуживание через новый канал?
8. Какой доход будет приносить нам новый канал?
9. Какие знания и навыки нужны нам для входа в новый канал?
10. Насколько сложно им будет управлять?
11. Соответствует ли новый канал культуре компании?

## **КЛИЕНТЫ**

- 12. Насколько он повышает ценность или, наоборот, ослабляет ее?
- 13. Как новый канал изменит желания потребителей?
- 14. Сможем ли мы выйти на целевой рынок через новый канал?
- 15. На какие сегменты будет нацелен новый канал?
- 16. Достаточно ли количество целевых потребителей он привлечет?

## **КОНКУРЕНТЫ**

- 17. Какой будет реакция конкурентов на его создание? Что они могут сделать? Что сделают?
- 18. Какие конкуренты скопируют новый канал?
- 19. На какие изменения в стимулировании участников существующих каналов пойдут конкуренты?

## **АЛЬТЕРНАТИВЫ**

- 20. Какой основной «минус» отказа от использования нового канала?
- 21. Каковы альтернативы этому каналу? (интернет, франчайзинг...)

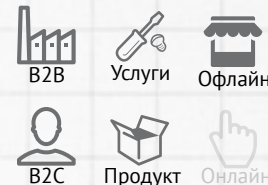
# Контрольные вопросы






1. нам нужны новые каналы продаж?
2. ищем?
3. кто драйвер?

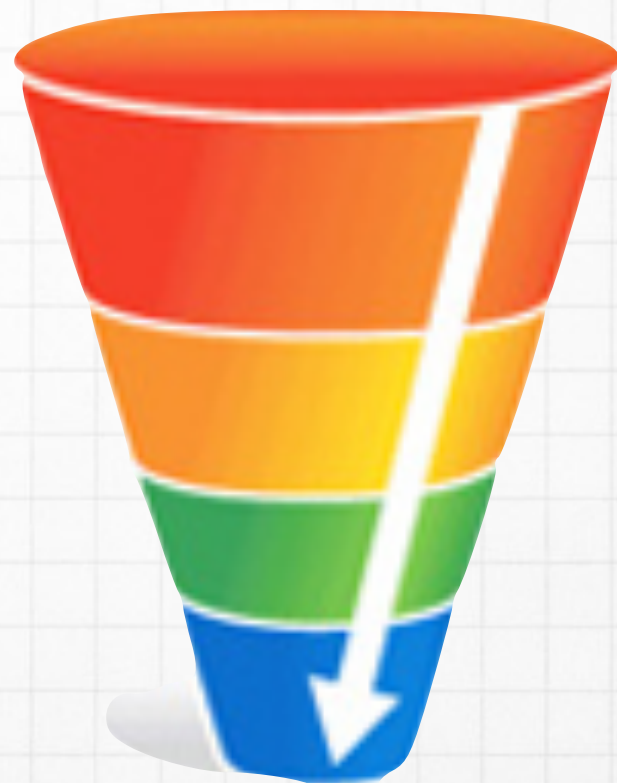


# Воронка продаж - где деньги застряли?

# 3



-  улучшение работы, увеличение продаж
-  0 р.
-  генеральный директор и маркетер
-  2 недели
- 



# Как это работает?

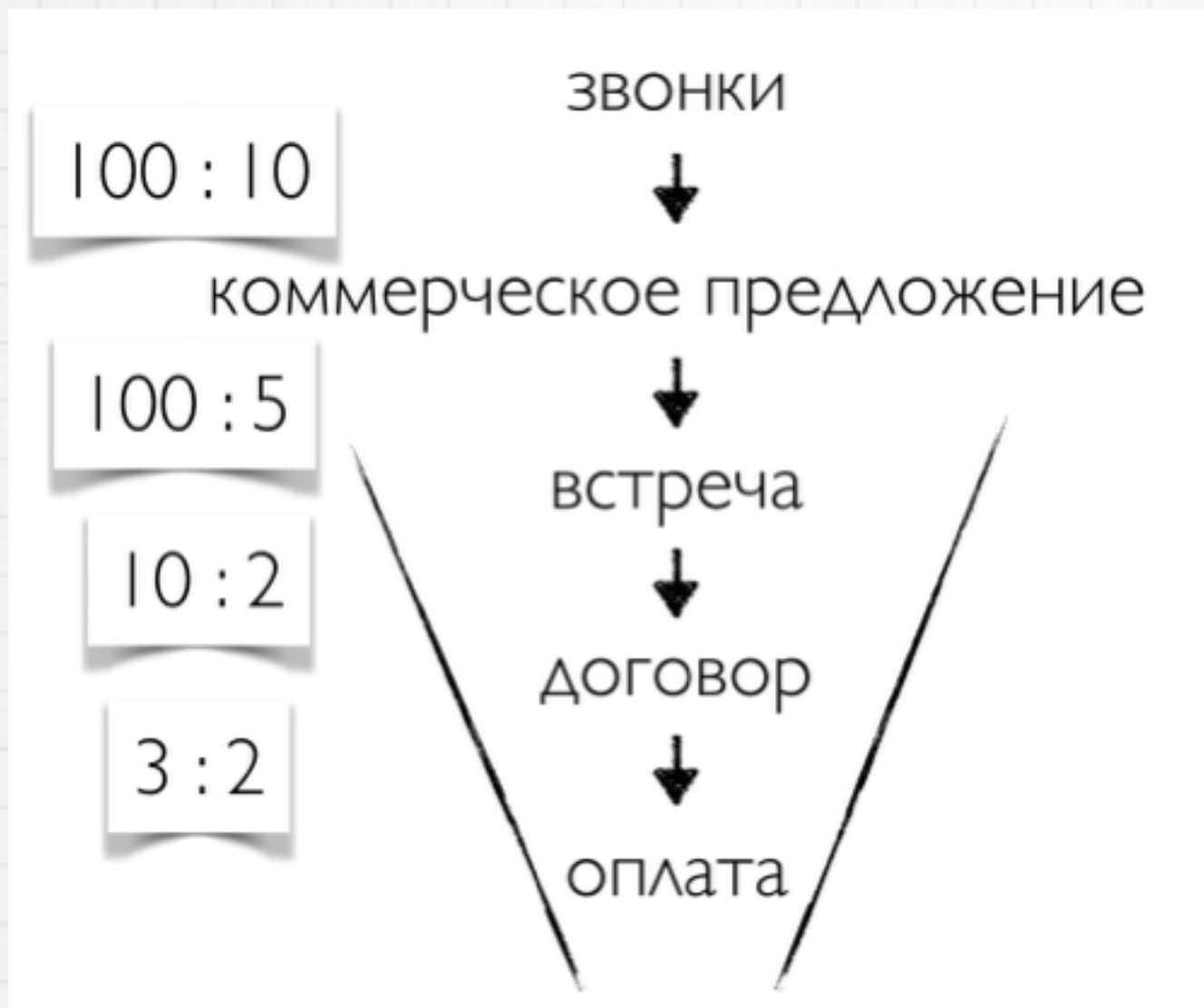
## 1. понимаете этапы

- холодные звонки
  - коммерческие предложения
    - встречи
      - счет
        - оплата

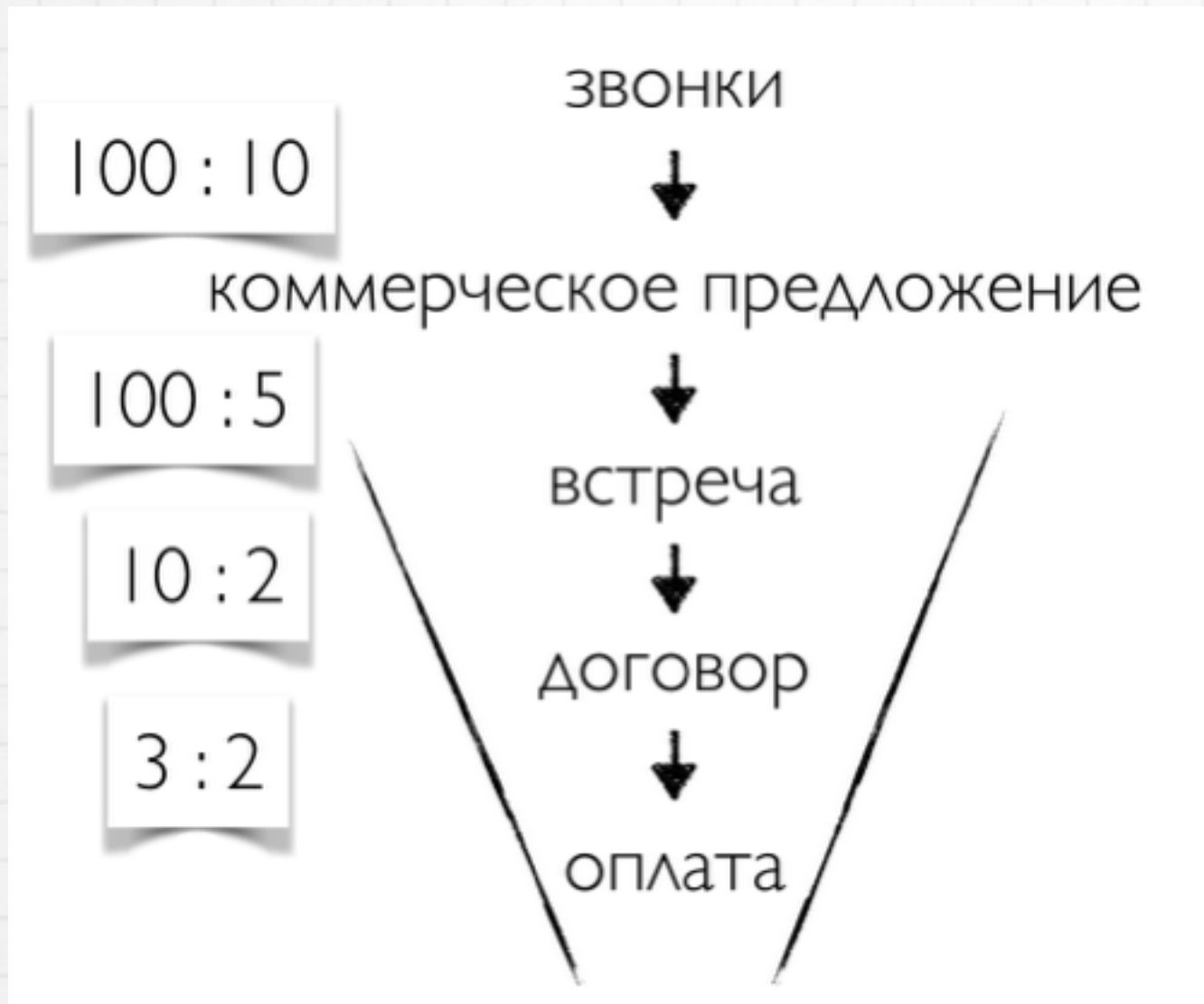
**ЧТО  
ДЕЛАТЬ?**

## 2. расшиваете узкие места

# Вот вам кейс:

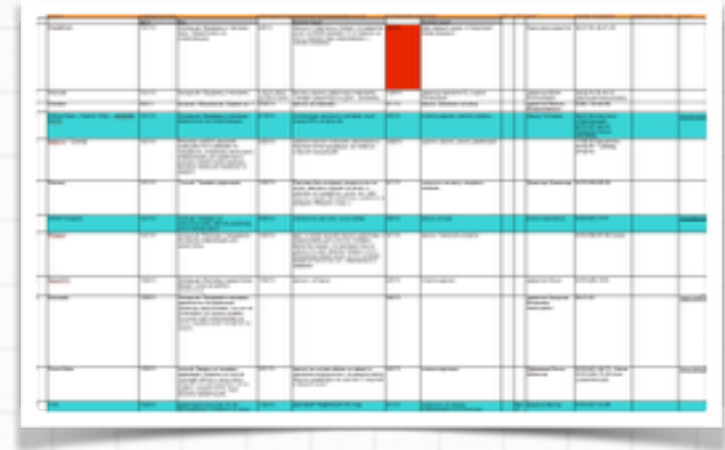


# Что делать?!

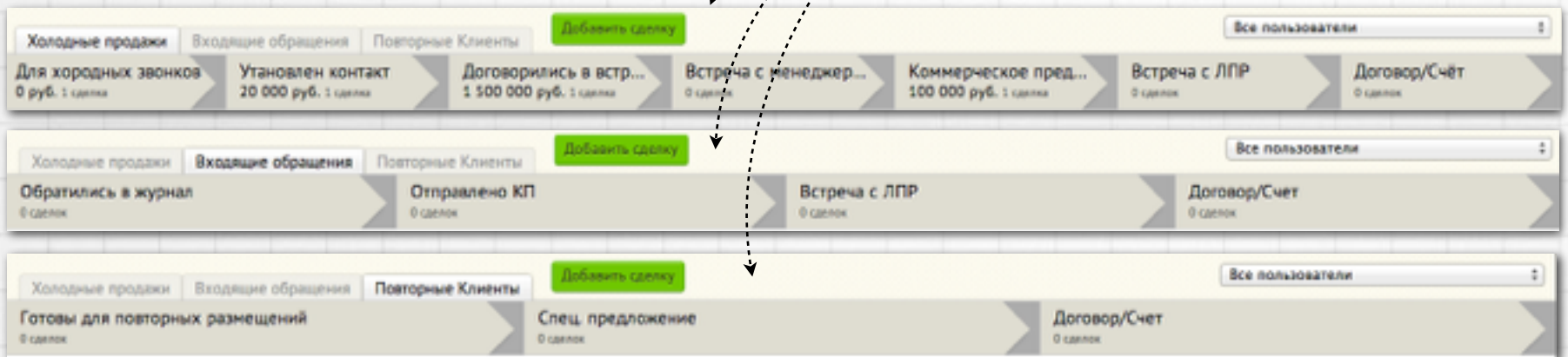


# Выстраивание процесса

на многих CRM системах



Имя клиента	Сумма сделки	Статус	Дата сделки	Дата сделки	Дата сделки	Дата сделки	Дата сделки	Дата сделки	Дата сделки
Иванов Иван Иванович	1 500 000 руб.	Встреча с менеджером	10.10.2023	10.10.2023	10.10.2023	10.10.2023	10.10.2023	10.10.2023	10.10.2023
Петров Петр Петрович	20 000 руб.	Установлен контакт	09.10.2023	09.10.2023	09.10.2023	09.10.2023	09.10.2023	09.10.2023	09.10.2023
Сидоров Сергей Сергеевич	100 000 руб.	Коммерческое предложение	08.10.2023	08.10.2023	08.10.2023	08.10.2023	08.10.2023	08.10.2023	08.10.2023
Смирнов Александр Александрович	0 руб.	Холодные продажи	07.10.2023	07.10.2023	07.10.2023	07.10.2023	07.10.2023	07.10.2023	07.10.2023
Тихонов Алексей Алексеевич	0 руб.	Входящие обращения	06.10.2023	06.10.2023	06.10.2023	06.10.2023	06.10.2023	06.10.2023	06.10.2023
Федотов Дмитрий Дмитриевич	0 руб.	Повторные Клиенты	05.10.2023	05.10.2023	05.10.2023	05.10.2023	05.10.2023	05.10.2023	05.10.2023
Харьков Алексей Александрович	0 руб.	Обратились в журнал	04.10.2023	04.10.2023	04.10.2023	04.10.2023	04.10.2023	04.10.2023	04.10.2023
Цыганов Евгений Евгеньевич	0 руб.	Отправлено КП	03.10.2023	03.10.2023	03.10.2023	03.10.2023	03.10.2023	03.10.2023	03.10.2023
Чайков Павел Павлович	0 руб.	Готовы для повторных размещений	02.10.2023	02.10.2023	02.10.2023	02.10.2023	02.10.2023	02.10.2023	02.10.2023
Шаров Николай Николаевич	0 руб.	Спец. предложение	01.10.2023	01.10.2023	01.10.2023	01.10.2023	01.10.2023	01.10.2023	01.10.2023



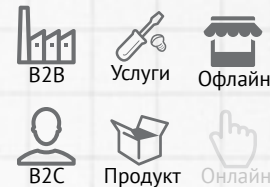
# Контрольные вопросы

1. мы используем воронку продаж?
2. мы ПРАВИЛЬНО ее используем?  
знаем «убийц» конверсии  
каждого этапа?
3. кто драйвер?



# 4

# Перехват



- увеличение продаж
- недорого
- коммерческий директор
- 2 месяца



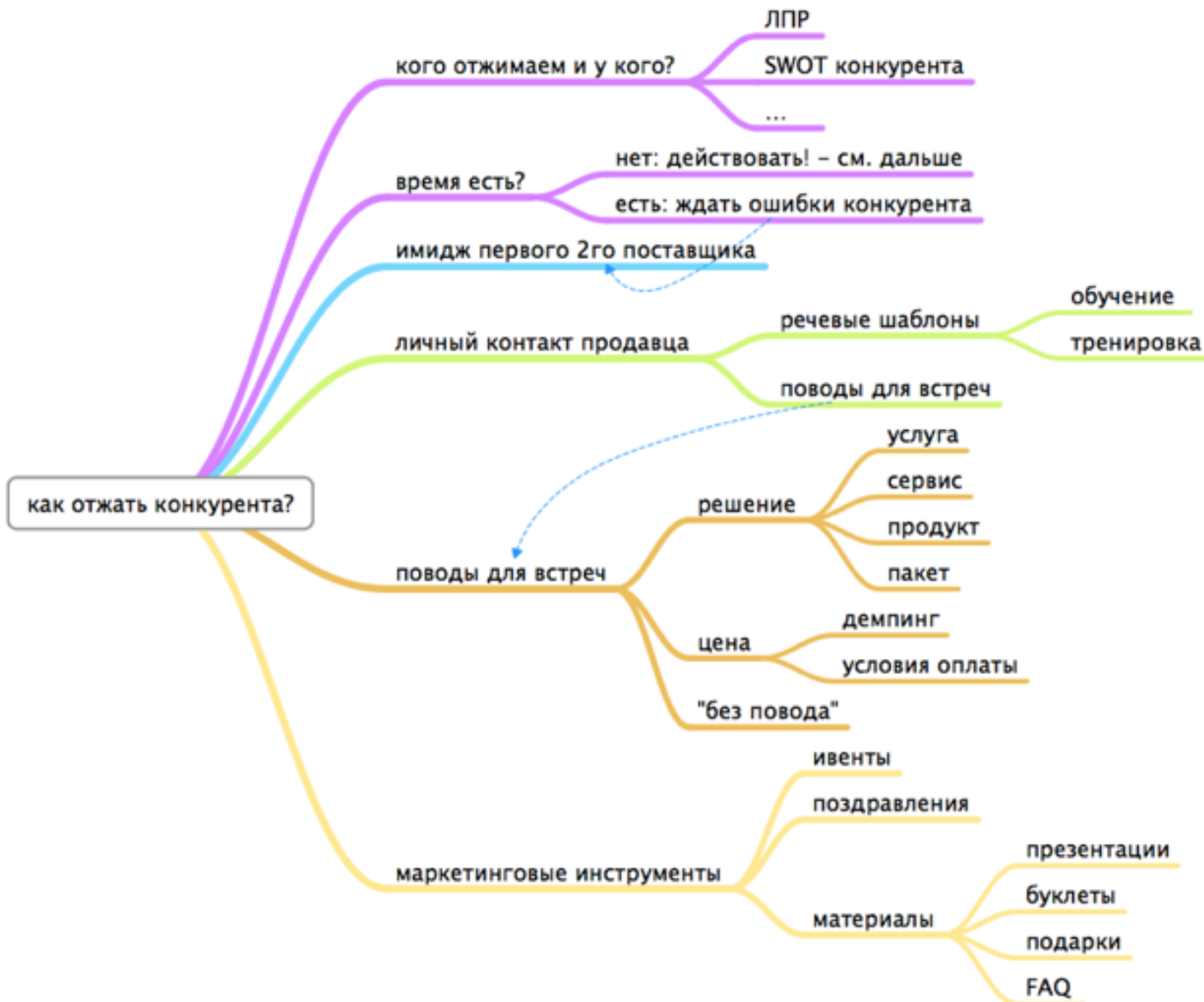
# Как это работает?

1. определить драйвера перехвата


2. работать по плану

# Роли

1. продажи - кроме охотников, разведчиков, закрывашек и фермеров - перехватчики
2. маркетинг - поводы и инструменты
3. HR - мотивация, обучение
4. Топы - контакты/закрытие на высшем уровне
5. Продуктовые менеджеры и CFO - «предложение от которого невозможно отказаться»



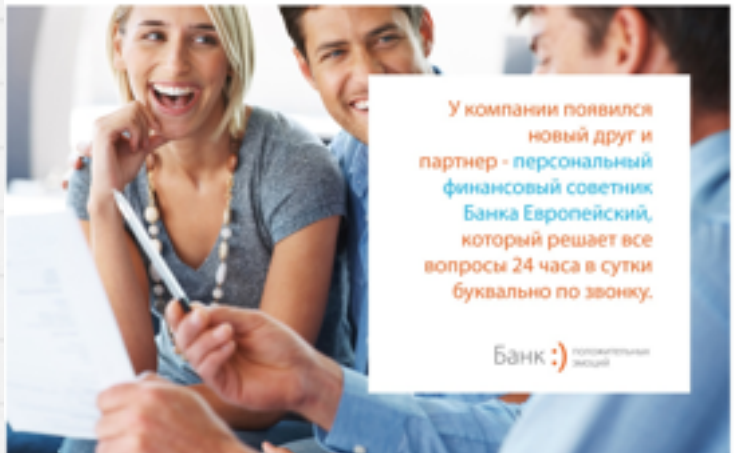
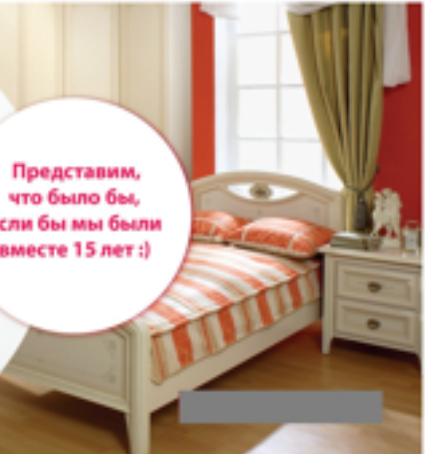


 Банк  
Европейский

Партнер | Помощник | Консультант

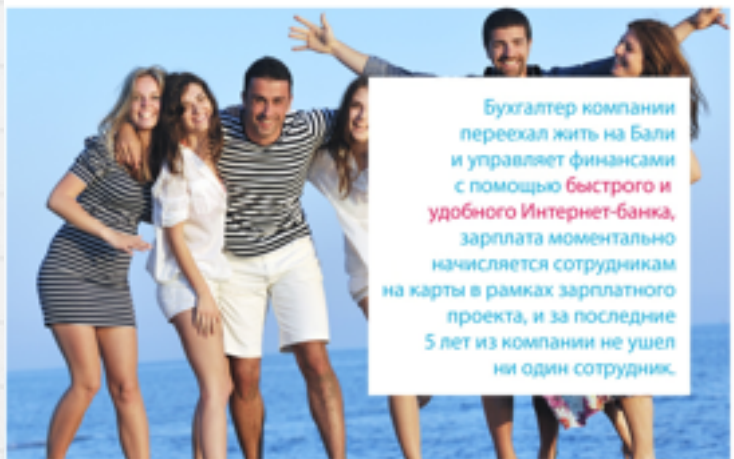


Представим,  
что было бы,  
если бы мы были  
вместе 15 лет :)




У компании появился  
новый друг и  
партнер - персональный  
финансовый советник  
Банка Европейский,  
который решает все  
вопросы 24 часа в сутки  
буквально по звонку.

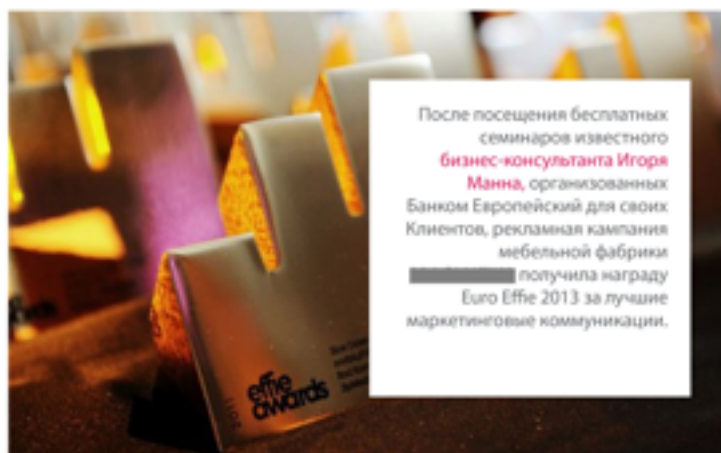
Банк :) персональный  
советник




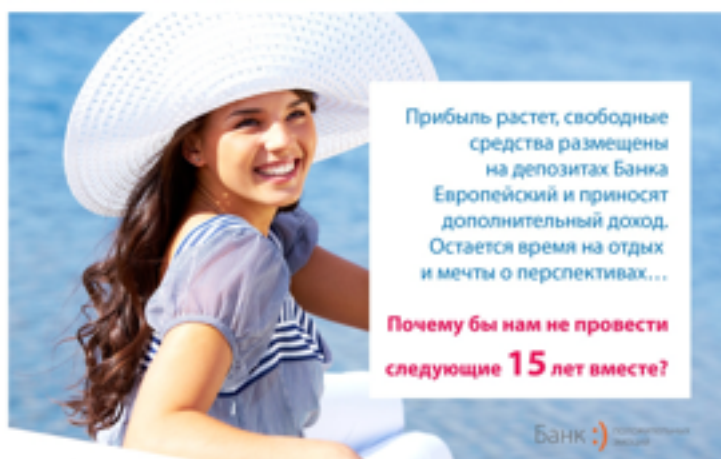
Бухгалтер компании  
переехал жить на Бали  
и управляет финансами  
с помощью быстрого и  
удобного Интернет-банка,  
зарплата моментально  
начисляется сотрудникам  
на карты в рамках зарплатного  
проекта, и за последние  
5 лет из компании не ушел  
ни один сотрудник.



Сеть магазинов мебельной  
фабрики  расширилась  
на несколько тысяч километров  
на Запад. Флагманский магазин  
открылся в Париже  
на Елисейских полях.  
Вести бизнес за рубежом очень  
удобно, благодаря комплексу  
бесплатных услуг для участников  
внешнеэкономической  
деятельности в Банке Европейский.



После посещения бесплатных  
семинаров известного  
бизнес-консультанта Игоря  
Манна, организованных  
Банком Европейский для своих  
Клиентов, рекламная кампания  
мебельной фабрики  
 получила награду  
Euro Effe 2013 за лучшие  
маркетинговые коммуникации.



Прибыль растет, свободные  
средства размещены  
на депозитах Банка  
Европейский и приносят  
дополнительный доход.  
Остается время на отдых  
и мечты о перспективах...

Почему бы нам не провести  
следующие **15 лет** вместе?

Банк :) персональный  
советник

# Стесняетесь?



The image shows a screenshot of a news article on a mobile device. At the top, there is a browser address bar with a close button (X), the title "Apple написала инстру...", and a share icon. Below the address bar is a circular profile picture of a person. The article is categorized under "НОВОСТИ" (News). The main headline reads "Apple написала инструкцию для перехода с Android на iPhone". Below the headline, it shows 861 views and 0 comments. The main text of the article states: "На сайте Apple появилась инструкция для владельцев смартфонов на операционной системе Android. В ней описывается, как они могут перенести свои данные на iOS 8." At the bottom of the screenshot, there is a header for a section titled "Move content from your Android phone to iPhone" with a sub-header "Ready to make the switch to iPhone? Here are some tips for moving your photos, music, documents, and more from your Android phone to iPhone." Below this header are three icons: "Mail, Contacts, and Calendars", "Photos and videos", and "Music".

Apple написала инстру...  
www.lookatme.ru/...news/207521-move

НОВОСТИ

## Apple написала инструкцию для перехода с Android на iPhone

861 0

На сайте Apple появилась инструкция для владельцев смартфонов на операционной системе Android. В ней описывается, как они могут перенести свои данные на iOS 8.

Move content from your Android phone to iPhone

Ready to make the switch to iPhone? Here are some tips for moving your photos, music, documents, and more from your Android phone to iPhone.

Mail, Contacts, and Calendars

Photos and videos

Music



# Вот это перехват!



поддерживает ЧУЖОЕ оборудование  
СВОИМ сервисом - пока то не выйдет  
из строя... и тогда...

# Контрольные вопросы

1. как мы можем перехватить клиентов конкурента?
2. кто драйвер?

# 5

# Подарочные карты/ сертификаты



B2B



Услуги



Офлайн



B2C



Продукт



Онлайн



увеличение продаж



стоимость печати карт



коммерческий директор



месяц



# Как это работает?

1. план: номинал? онлайн/ офлайн? количество? срок действия? процессы приема? «косяки»?
2. работать по плану

# Заработайте на НИХ

1. по статистике более половины пришедших с сертификатами покупают на сумму большую номинальной
2. до 15% купленных сертификатов никогда не используются и не погашаются
3. выдавайте сертификаты со сроком действия, помогающие в сезонный провал продаж



# Контрольные вопросы

1. мы можем использовать сертификаты?

2. мы ПРАВИЛЬНО их используем?

3. кто драйвер?

# 6

# Царевна-подход: глазами Клиента



B2B



Услуги



Офлайн




B2C




Продукт




Онлайн

 улучшение работы, увеличение продаж

 0 р.

 генеральный директор,  
маркетер

 неделя



# Как это работает?

1. соберите фронт офис и задайте вопрос «Почему Клиент должен из всех конкурентов выбрать именно нашу компанию?»
2. фиксируете все идеи на доске
3. рассказываете историю о принцессе
4. развиваете вы-подход, сворачиваете мы-подход

# Может так запомните?

- ~~Я-ПОДХОД~~
- ВЫ-ПОДХОД



# «Да мы не такие!..»

- сайт посмотрите :)
- «О нас» или «Нашим клиентам»?



# Контрольные вопросы

1. мы я-подходники?

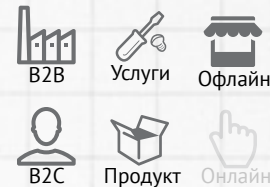
2. где? - сайт? буклеты?  
компред?..

3. кто драйвер вы-подхода?



#8

# Евангелисты



🚩 увеличение продаж, усиление коммуникаций

💰 0 р.

👤 CEO, маркетер

📅 2 недели



# СИНОНИМЫ

адвокат бренда

посол бренда

бренд амбассадор

ангел бренда

# Как это работает?

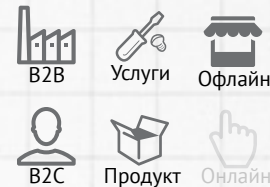
1. решить, кто может быть евангелистом (СЕО, PR, маркетинг, «технари»)
2. что им делать? - выступать/писать/встречаться
3. цель? - убеждать/зажигать/продвигать



# Контрольные вопросы

1. у нас есть евангелист(ы)?
2. кто драйвер?

# #9 +1 прилагательное/наречие



увеличение продаж, усиление коммуникаций

0 р.

маркетер

2 часа



# + 1 прилагательное

5 дек  
2013

Share



Природа не жалеет красок.

Поэты не жалеют слов.

Почему же специалисты по маркетингу и руководители компании жалеют слова и краски, чтобы показать чем их компании отличаются от компаний конкурентов?

Не пожалейте лишнего слова, чтобы усилить свое позиционирование, сделать ярче описание вашего продукта или услуги.

Кашу маслом не испортишь — а рекламу, позиционирование и УТП не испортить лишним — ярким, хорошим, смачным — прилагательным.

Добавьте слово.

Добавьте красок, эмоций, убеждения.

Просто добавьте еще одно прилагательное.

Пример? Покажу на себе:

**Манн, Иванов и Фербер** — максимально полезные книги (а не просто полезные книги)

# Как это работает?

1. возьмите ключевые фразы/тексты
2. добавьте одно слово - наречие или прилагательное
3. сделайте текст более зажигательным



# Пример: до...





# ... И после

Я СКУЧАЮ ПО ТЕБЕ....

ОЧЕНЬ ОЧЕНЬ!



# Контрольные вопросы


1. мы «жжом» словом?
2. кто драйвер?

**HOT FOOD COLD BEER PRETTY CASHIER**  
**OPEN 24 HRS.**







A photograph of a two-story building with a tan-colored tiled facade. A white banner is stretched across the middle of the building. The banner has black text in a bold, sans-serif font. The text reads "Здесь будет серьёзная стоматология". The building has two windows on the upper floor. To the left, a white building is partially visible. To the right, a brick building with a staircase is visible. The ground in the foreground is dark with patches of snow.

**Здесь будет  
серьёзная стоматология**

# Контрольный вопрос 2

1. Какое наше «волшебное» слово?



# Формула Маркетинга

Без Бюджета

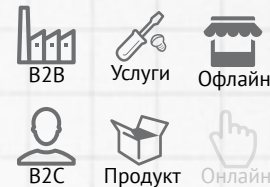



Работа с посетителями/потокком/первыми обращениями

Работа с клиентской базой


# 1


# Маркетинг новаторов



 увеличение продаж

 0 р.

 маркетер

 неделя



# Как это работает?



# Как это работает 2?

1. понять, кто новаторы (партнеры, клиенты, блогеры...)
2. отдельный маркетинг для них (тестирование, информирование, ивенты, специальные условия)

# Тестеры

- альфа - тестеры  
(сотрудники)
- бета - тестеры (клиенты)

# Контрольные вопросы

1. мы знаем наших новаторов?

2. кто драйвер?



# 4

# Равнение на лидера



B2B



Услуги



Офлайн



B2C



Продукт



Онлайн



увеличение эффективности коммуникаций



стоимость привлечения хорошего дизайнера



маркетер



неделя



# Как это работает?

Всегда в мире есть компании, которые так делают коммуникации, что аж завидно.

И всегда в вашей отрасли найдется компания, которая начнет делать коммуникации как они.

И все в отрасли начнут завидовать этой компании...

Почему бы вам не стать такой компанией раньше других?

Пусть завидуют вам.

# Хороший пример?



# Как это работает?

Поговорите с вашими дизайнерами/  
поставщиками маркетинговых услуг.

Ключевая просьба: «Сделайте нам  
красиво Apple»

# Контрольные вопросы

1. с кого берем пример?
2. кто драйвер?

# Природа: 4 ключевых элемента



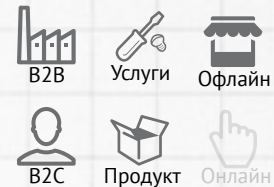



# Маркетинг: 4 ключевых элемента




# 5


# ББДЧ



 увеличение продаж

 0 р.

 маркетер

 неделя



# Как это работает?

**Б = больше** каждому клиенту

можем продавать больше определенным/всем клиентам?

**Б = быстрее**

можем быстрее обслуживать быстрее клиентов?

**Д = дороже**

мы можем продавать дороже?

**Ч = чаще**

можем ли мы продавать чаще?

# Как это работает?

**Б = больше**

бизнес-процессы, пакеты, кросс-сел, мотивация

**Б = быстрее**

автоматизация, бизнес-процессы и мотивация

**Д = дороже**

трюки, нестандартное ценообразование, ценность, пакеты, калькуляторы, умение не уступать

**Ч = чаще**

высший пилотаж (и достаточно просто подумать)

**И главное - личный пример.  
ББДЧ - ваша мантра.**

**Не будете ББДЧ вы - не  
будет ББДЧ команда.**



# МИФ: как это работает?



# Три причины прочитать эту книгу

- Вы научитесь ставить правильные цели и добиваться их
- Вы узнаете, как развить самоконтроль
- Вы станете мыслить позитивно

# Эту книгу хорошо дополняют:

Гибкое сознание

Кэрл Дуэк

Ваша группа поддержки

Кейт Феррацци

Сделай себя сам

Тина Силиг

## Ваш книжный клуб томоп

В любой компании есть необходимость учить сотрудников, мотивировать их, общаться друг с другом на интеллектуальные темы, генерировать новые идеи для улучшения и развития бизнеса, а также тренировать их ораторские навыки.

Все эти задачи прекрасно решает книжный клуб. Причем практически бесплатно (цена равна всего лишь стоимости книги). Организовать его очень просто, не нужно никакой специальной подготовки, а времени его заседания будут занимать всего лишь час или два в месяц.

Вот как может работать ваш книжный клуб (схема успешно опробована Игорем Манном в агентстве недвижимости МИАН и некоторыми другими компаниями, например забаровской «Авантикой»):

1. Подсчитайте, сколько сотрудников примут в нем участие (оптимальное количество — 7–12). Предположим, их десять вместе с вами.
2. Купите десять самых интересных новинок деловой литературы либо предоставьте участникам выбрать их самим. (Важно: книги должны быть на достаточно широкие темы: маркетинг, мотивация, управление, биографии, личностное развитие.)
3. Раздайте каждому по книге (одну оставьте себе). Сообщите, что через месяц каждый должен не более чем за пять минут рассказать, о чем прочитанная книга и какие полезные идеи из нее можно внедрить в вашей компании. Лучше, если для этого будет использоваться презентация в PowerPoint. Вот примерный расклад слайдов:

Первый. Картинка обложки, где ясно видны название и автор, комментарий, кто и когда читал книгу.

Второй. О чем эта книга? Сколько в ней страниц? Какова оценка по пятибалльной шкале? Кому в компании ее стоит прочитать — обязательно и желательно?

Ваш книжный клуб 203

Третий. Основная идея книги (лучше выразить ее на одном слайде).

Четвертый (самый важный). Идеи для внедрения и фактики сотрудничества, которым предлагаете реализовать эти идеи.

Пять минут презентации на каждую книгу, и за час каждый из десяти участников получает:

- обзор девяти книг (прекрасное общее развитие),
- неформальное общение с коллегами,
- идеи для своего направления и развития компании,
- фидбэк (подъемся, докладчики будут стараться рассказывать интересно и весело),
- еще одну книгу, уже для следующего заседания книжного клуба (их лучше купить и распределить между участниками заранее).

Чтобы отдача от книжного клуба была максимальной, учтите два важных момента:

1. Ведущий. Он следит за тем, чтобы докладчики не превращали пятиминутный доклад, регулирует порядок выступления, модераторит вопросы и ответы, фиксирует идеи.
2. Применение идей. Чтобы идеи быстро реализовались, нужно создать специальный файл, желательнее с общим доступом, и просматривать его как можно чаще. Особо ценные идеи (а также будут обязательны) сразу инвентаризуйте в «ораторско» задачи.

Постарайтесь и вы. Спустя некоторое время вы обнаружите, что ваши сотрудники стали еще более качественными, идеи больше не пропадают бесследно, участники компании обучаются, а корпоративная культура меняется к лучшему.



Выбрать книги вы можете прямо сейчас на сайте [danon-bezboz.ru](http://danon-bezboz.ru).

# Контрольные ББДЧ вопросы

- мы можем продавать **больше** определенным/всем клиентам?
- мы сможем обслуживать клиентов **быстрее?**
- мы можем продавать еще **дороже?**
- можем ли мы продавать **чаще?**

# Контрольные вопросы

1. будем ББДЧ?
2. кто драйвер?

Просто подумайте.  
Хорошо подумайте.





# 6

# Конкурент-терминатор



B2B



Услуги



Офлайн




B2C




Продукт




Онлайн

 развитие

 0 р.

 генеральный директор

 1 день





# Как это работает?

1. собрать топ менеджеров
2. спросить: «Какими свойствами, качествами, характеристиками, атрибутами должен обладать конкурент-терминатор, чтобы снести нас с рынка за месяц?»
3. хорошие новости
4. и очень хорошие новости!
5. повторить!

# Контрольные вопросы

1. потерминаторим?

2. кто драйвер?

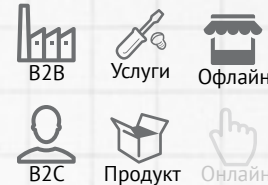
«Покупают у тех,  
кто нравится»


*Харви Маккей*



# Почему им нравится и не нравится работать с нами?


# 7



 развитие

 0 р.

 генеральный директор

 1 день



НРАВИТСЯ	НЕ НРАВИТСЯ
1. <del>инфра</del> не инфраструктура	1. зарплата оплата ±
2. <del>инфра</del> не инфраструктура	2. сроки сборки ↑
3. <del>инфра</del> не инфраструктура	3. некач. сборка, повреждения ↑
4. <del>инфра</del> не инфраструктура	4. "цены высокие" +
5. высокие скорости	5. платные подключения по штат. проектам +
6. видзу к ям	6. сроки подключения ↑!!
7. компьютер пиксели	7. покрытие ↑
8. истощ. Комп.	8. дублирование ?
9. отсутствие компании	9. услуга ебл-я key ассист
10. <del>инфра</del> не инфраструктура	10. <del>инфра</del> не инфраструктура
11. не готовы к работе	11. нет качество любых сервисов
12. <del>инфра</del> не инфраструктура	12. SLA наруши (качество)
13. <del>инфра</del> не инфраструктура	13. preaid
14. <del>инфра</del> не инфраструктура	14. <del>инфра</del> не инфраструктура
15. FIBER LINK + бюджет камп	15. нет связи за пределами
	16. отсутствие информации

# Как это работает?

1. собрать топ менеджеров
2. процитировать «Клиенты всегда найдут повод купить у вас, если вы им нравитесь - и они всегда найдут повод отказать вам, если вы им не нравитесь»
3. две колонки - нравится и не нравится

Нравится

20+ причин

Уникальные?

В коммуникации!

Не нравится

15+ причин

Уникальные?

В работу топам!



# 100 КЛИЕНТЫ НАЗВАЛИ СТО ПРИЧИН, ПОЧЕМУ РАБОТАЮТ С НАМИ

1. «Вы делаете так, чтобы наш сайт был на первых местах в поисковых запросах».
2. «Мы высоко ценим партнерские отношения с вашей компанией, считая ее одним из лучших поставщиков ИТ-услуг в Москве».
3. «Партнерство с вашей компанией является взаимовыгодным, доверительным и дружеским».
4. «Мы ценим Корпорацию РБС как надежного партнера, которому доверяем основной инструмент привлечения клиентов».
5. «Мы довольны качеством работы».
6. «Мы благодарны вам за отличный сервис и креативные маркетинговые идеи».
7. «Наш сайт стал основным инструментом рекламы».
8. «Нам приятно работать с людьми, которые не жалеют времени для поиска нужного решения для партнеров».
9. «У вас так много достоинств, что нам сложно назвать главное».
10. «Умение специалистов вашей компании вовремя услышать клиента — это одна из тех причин, которая позволила нашей компании занять высокие позиции в интернете».
11. «Мы довольны результатами сотрудничества в целом».
12. «Теперь мы точно знаем, что директ-маркетинг и участие в выставках — это далеко не все, чем стоит руководствоваться при поиске клиентов».
13. «Ваша готовность идти нам на встречу сделали свое дело».
14. «Важным фактором, повлиявшим на наш выбор, стала репутация компании».
15. «Сотрудничество с Корпорацией РБС позволило нам удвоить количество посетителей нашего сайта, соответственно, увеличилось и количество новых клиентов, узнавших о нашей компании из интернета».
16. «Работа с Корпорацией РБС позволила нам полностью отказаться от других видов рекламы».
17. «Опыт совместной работы неоднократно доказывал ответственность и нетрадиционность в подходе к работе ваших сотрудников».
18. «Мы ценим вас как, надежного партнера».
19. «Нам нравятся ваши лаконичные отчеты».
20. «Мы не волнуемся, что позиции нашего сайта могут ухудшиться».
21. «Лучше не перепрыгнуть, а перейти пропасть кризиса по мосту, построенному Корпорацией РБС».

Сообщение:

\* обязательное для заполнения поле

Отправить

## Наши презентации

Скачайте в формате Adobe PDF

- 1. [ESEO — легенда российской поисковой оптимизации](#)
- 2. [Корпорация РБС в цифрах и фактах](#)
- 3. [RBS Corporation: Who Do We Think We Are... Just the Facts](#)
- 4. [MediaBury — сертифицированное агентство Яндекса](#)
- 5. [WebProfy — профессиональная студия веб-дизайна](#)
- 6. [Управление репутацией в поисковых системах](#)
- 7. [Написанный трафик](#)

Управление репутацией  
в поисковых системах

## Наши позиции

Яндекс

продвижения сайта — 1 место  
раскрутка сайта — 1 место  
поисковая оптимизация — 3 место  
поисковое продвижение — 1 место  
оптимизация сайта — 1 место

\*\*\*

## Позиции наших клиентов

Яндекс Google

презентаторы — 1 место  
зачетная олимпиада — 1 место  
показы — 3 место  
выброс гусей — 1 место  
центр лечения детей — 2 место  
оптовая женская одежда — 1 место  
отель на курорте — 1 место

\*\*\*

# 100

КЛИЕНТЫ НАЗВАЛИ  
СТО ПРИЧИН,  
ПОЧЕМУ РАБОТАЮТ  
С НАМИ

№ 32

«Нам хотелось бы отметить высокий уровень информационного и материально-технического обеспечения».

[Посмотреть все...](#)

# «Почему им нравится и не нравится работать с вами» - 2

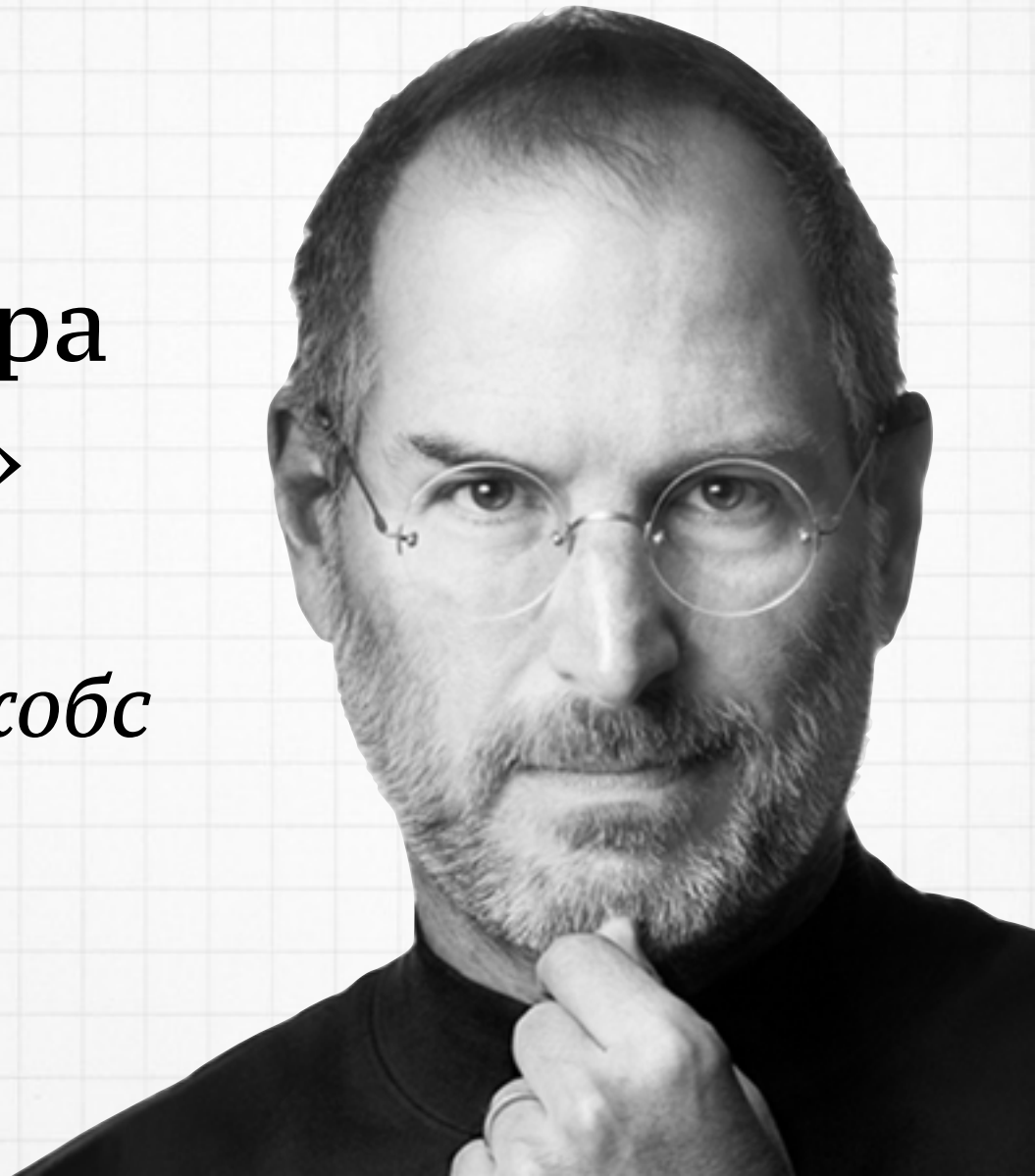
- А теперь спросите об этом ваших клиентов
- Лучше всего постоянных и тех, кто ушел

# Контрольные вопросы

1. почему мы нравимся?
2. почему не нравимся?
3. кто драйвер?

«Инновации -  
это то, что  
отличает лидера  
от аутсайдера»










*Стив Джобс*





# Иновации = Сколково?



-  улучшение работы
-  0 р. (не считая стоимости призов)
-  генеральный директор
-  месяц
-     





# Как это работает?

1. делаете вопросник по Кобьеллу
2. награждаете и наказываете
3. внедряете идеи (85% у Кобьелла)

# 4 вопроса: как нам?..

1. увеличить доходы?
2. сократить расходы?
3. усилить  
    клиентоориентированность?
4. улучшить экологичность?





# Фильтры Манна

сложно?



просто?

долго?



быстро?

дорого?



бесплатно?

эффекта  
нет



эффект  
есть!



# Фильтры Манна

сложно?



просто?

долго?



быстро?

дорого?



бесплатно?

эффекта  
нет



эффект  
есть!

**«Фильтровать идеи**

**стало просто и  
быстро!**

**А еще и бесплатно.**

**В общем, бомба.**

**Эффект есть :))»**



Эту идею сделать...



Быстро

Долго



Просто

Сложно



Бесплатно

Дорого



Эффект есть

Эффекта нет

Получить ответ

# Контрольные вопросы

1. будем инновационными?
2. кто драйвер?



# 16

# Follow up



B2B



Услуги



Офлайн




B2C



Продукт



Онлайн

 увеличение лояльности, улучшение работы, нет когнитивному диссонансу



0 р.



генеральный директор и маркетер



неделя





# Как это работает?

1. после продажи жизнь только начинается!
2. учимся задавать вопросы:
  - все ли в порядке?
  - понравился ли вам наш продукт?
  - довольны ли вы качеством обслуживания?
  - можем ли мы вам чем-либо помочь?
  - есть ли у вас вопросы или пожелания?

# Смогла она - сможете и вы!

TIFFANY & CO.  
NEW YORK SINCE 1837

Dear Mrs. Turusina,

It was a sincere pleasure to meet you, Mr. Mann & Dmitri. Thank you for the privilege of serving you, and for your purchase [REDACTED]

[REDACTED] It has a great deal of history at Tiffany & Co., and the elegance of its design will continue to endure over time. What a perfect way to celebrate a 25th Wedding Anniversary! Please feel free to call upon me whenever I may be of any assistance. I look forward to your visit in November if you can make it!

Best regards,

Lisa Lohrli  
Sales Professional, Tiffany & Co. Crystals at  
CityCenter

TIFFANY & CO. CRYSTALS AT  
CITYCENTER  
3720 LAS VEGAS BLVD. S  
SUITE 101  
LAS VEGAS, NV 89158  
702 545 9090  
CITYCENTER@TIFFANY.COM  
TIFFANY.COM

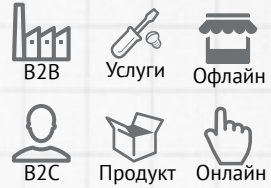



# Контрольные вопросы

1. кому и когда пишем/  
звоним после сделки?
2. кто драйвер?


# 17


# НАВЫРОСТ



 увеличение продаж

 0 р.

 генеральный директор и маркетер

 2 недели





# Как это работает?

1. анализ клиентов ABC

2. как вырастить «С» в «В» и «В» в «А»?

- обучение (книги, тренинги, консалтинг, включение в свою программу обучения)
- специальные условия
- персональный-персональный менеджер
- кадровая помощь

**Мы просто не  
японцы...**



# Контрольные вопросы

1. кого и как будем растить?
2. кто драйвер?

# Формула Маркетинга

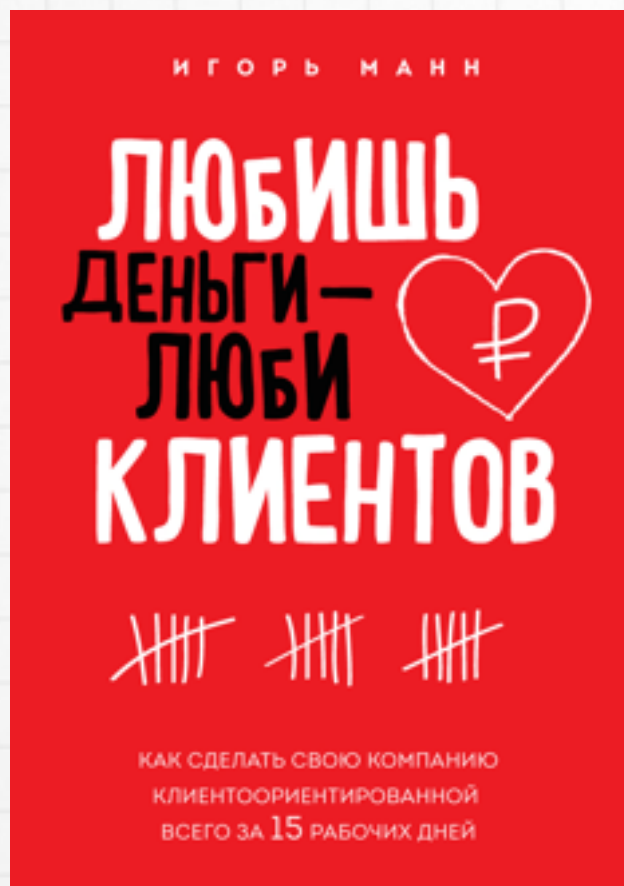
Без Бюджета



# Удержание круче приобретения

- 5% повышение показателя удержания клиентов может означать для компании 30-ти процентный прирост прибыльности (Bain & Company)
- вероятность продажи постоянному клиенту - 60-70%, новому потенциальному - 5-20% (Market Mettics)

Очень дорогая. Очень  
хорошая.

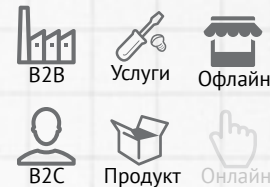











[www.pushbooks.ru](http://www.pushbooks.ru)



# 1

# Борьба с оттоком



-  увеличение продаж
-  0 р.
-  генеральный директор,  
коммерческий директор
-  2-3 недели
-     



# Как это работает?

1. определить драйвера борьбы с  
ОТТОКОМ
2. понять причины
3. создать контрмеры
4. начинать бороться с причинами

**Снизить отток!**

1. переезд +

нужна встреча с техслужбой!

2. технические причины +

не устраивают условия  
3. приостановления договора +

негибкая система тарификация  
4. услуг +

некорректное информирование  
5. при продаже +

6. у конкурентов лучше +

12. **ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ МЕРЫ**

предложение приостановить  
контракт на время решения  
проблемы (услуга РЕМОНТ)

11. не исправен +

нет необходимости  
10. пользоваться +

отдельный план  
коммуникаций с клиентом

9. слишком много обращений +

отдельный план ОБУЧЕНИЯ

несвоевременная  
нетактичная  
отмазка  
...  
неправильная реакция на  
8. обращения

отдельный план

7. нет реакции на обращения +

# Снизить отток!

**1. перепад**

- вызывает:
  - остаток в городе
  - переезжает в другой город
  - брендированная реклама?
  - брендированная проводка? спонсор "зона творчества 30T"
  - ИТ и интернет сервис
  - сервисы на территории - личные
- предложить сервисы на территории:
  - личное обслуживание
  - услуга РОУМВНТ (рыночный сервис)

**2. технические причины**

- Домашняя ТВ:
  - частые разрывы сети
  - частые разрывы интернета
  - частые разрывы интернета
  - порядок на внешней тропе
- Горький:
  - частые разрывы сети
- Дом ру:
  - частые разрывы сети

**3. предоставление договора**

- не устраивают условия
- возможность отменить предоставление услуги
- возможность приостановить услугу
- возможность приостановить услугу через колл-центр

**4. услуга**

- негибкая система тарификации
- изменить оплату с 1го по 31го февраля на 1го по 31го по умолчанию

**5. при продаже**

- некорректное информирование
- проблема двойных контрактов
- обучение жителей
- контроль актов
- перевести договор (уведомить жителей уведомкой)
- тестовый город?
- безусловная гарантия

**6. у конкурентов лучше**

- ценно:
  - персонализация
- скорость:
  - не 1-руб услуга/сервисы
  - переезд в другой город
- комфорт:
  - надо исследовать - почему такловорит
  - да вы что? у нас такой шедеврый контакт? обучение сотрудников

**12. ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ МЕРЫ**

- 10 лучших городов представляют свои борды
- данные обстановки и субъективные
- Ленинград, Волгоград, Томск, Ижевск и Оренбург
- изменения подхода к отчетам
- старшие
- лучшие практики
- стартапы
- идеи
- программа обучения
- техпроблемы - и этого они обучаются
- 7 уровней, систему мотивации (увеличение оттока)
- аттестация бизнес процессов/услуг
- телефонное удержание абонента
- персонализация решения отключить
- администратор/продавец
- доступность вышестоящего руководителя
- ЦАО
- возможность замкнуть явку
- удобное расположение ЦАО
- удобный график работы
- система бонусов
- платит И, Лена Колесова, потом платит кто, если
- материальный рубль
- информационные абоненты в возможность для предстоящих проблем
- более детально познакомить с предложением конкурентов

**11. не исправил**

- предложить приостановить контракт на время решения проблемы (услуга РЕМОНТ)
- контакты дежурных служб
- контакты производственных ПК - ПК
- контакты ремонтных служб
- контакты производственных телефонов - телефон
- контакты дежурных служб
- контакты производственных телевизоров - телевизор

**10. пользоваться**

- нет необходимости
- в почку? и убедить его сделать иначе?

**9. слишком много обращений**

- идеальный план коммуникаций с клиентами
- сделать фискальные обращения
- когда? нормальному абоненту
- когда? заданному
- когда? когда?
- когда? когда?
- коммуникация вот почему вы так часто звоните вам

**8. обращения**

- идеальный план ОБЩЕНИЯ
- некорректная
- неточная
- отказ
- неправильная реакция на обращения

**7. нет реакции на обращения**

- идеальный план
- связать каналы обратной связи с инициативы и ПРАВИЛЬНЫМ реагированием

# Контрольные вопросы

1. будем «дыры» затыкать?
2. кто отток-драйвер?

# Формула Маркетинга

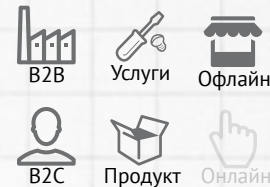
**Без Бюджета**



Возвращение



# #1 Возвращение клиентов



- 🚩 увеличение продаж
- 💰 0 р.
- 👤 генеральный директор,  
коммерческий директор
- 📅 2-3 недели







# Как это работает?

1. назначить драйвера  
возвращения
2. работать по  
программе



правила

1. Потери неизбежны +

2. Причин (проблем) много

3. Вернуть можно. Надо знать как и походить индивидуально

4. Возвращать клиентов психологически непросто +

5. Всех не вернуть

6. Возвращать нужно не каждого

7. Возвращение с первой попытки - скорее чудо, чем правило

Чем меньше время прошло с момента проблемы, тем  
8. легче вернуть клиента

Чем меньше проблема с точки зрения  
9. клиента, тем проще вернуть клиента

Проблемы, связанные с человеческим фактором, решаются  
10. сложнее, чем связанные с "нечеловеческим" фактором

Проблема, названная клиентом как причина  
11. ухода, может такой не являться

Возвратом потерянного клиента не должен  
12. заниматься сотрудник, который его потерял

Клиент считается вернувшимся, если он  
13. разместил новый заказ (снова сделал покупку)

Чувствительность к возникающим проблемам у вернувшегося  
14. клиента гораздо выше, чем у обычного клиента

Клиент, потерянный два раза,  
15. возврату не подлежит



(=проблемы)

список причин

конкуренты

более низкие цены

лучшие условия по сделке

ценные дополнительные услуги

хороший менеджер (=личный контакт)

компания

не соблюдение обещаний

не соблюдение условий договора

важен вес причин(ы) с точки зрения клиента

делим проблемы

зависит от компании/не зависит

зависит от человеческого фактора/не зависит



# Инструменты

- звонок (телефон/скайп/видеозвонок)
- письмо (от руки)
- встреча (сценарии/тренировка/усилители)
- подарок-извинение (книга «Возвращенцы» - кейс PR Partner)
- кампания (PR или рекламная)

# Фан! Вам нечего терять!



# Контрольные вопросы

1. возвращать будем?
2. кто драйвер?

**Вопросы?**