

УДК 339.138
ББК 65.290-2
Ф75

Перевод с английского
Руководитель проекта Н. Хонякова
Редактор П. Суворова

Фокс Дж.

Ф75 Как стать суперзвездой маркетинга. Необычные правила, благодаря которым победно зазвенит ваш кассовый аппарат/Пер. с англ. — 4-е изд. — М.: Альпина Бизнес Букс : АСТ, 2007. — 227 с. — (Серия «Коротко и по делу»)

ISBN 978-5-9614-0607-8

Эта книга — не учебник, хотя в ней есть и конкретные рекомендации, и разбор примеров. Это, прежде всего, заметки практика. Джеффри Фокс, специалист с мировым именем в области маркетинга, объявляет войну «профессиональной мистике», опровергая утверждение, что «50% рекламы совершенно бесполезны, но только никто не знает, какие именно 50%». Он настаивает, что критерии просты и очевидны, а смысл маркетинга в том, чтобы выстроить и поддерживать эффективный механизм взаимоотношений с клиентом, и ни в чем больше.

Написанная ярким и афористичным языком, книга поможет взглянуть на работу специалиста по маркетингу без лишних иллюзий и предостережет от многих ошибок.

Книга адресована специалистам по маркетингу, менеджерам, руководителям и владельцам малого и среднего бизнеса, а также тем, кто только планирует открыть свое дело.

УДК 339.138
ББК 65.290-2

ISBN 978-5-9614-0607-8 (рус.)
ISBN 0-7868-6824-4 (англ.)

© Jeffrey J. Fox, 2003.
Впервые издано Hyperion.
All rights reserved.
© Издание на русском языке, перевод, оформление. ООО «Альпина Бизнес Букс», 2005
Издано по лицензии Doris S. Michaels Literary Agency, Inc., New York, USA

Содержание

Демистификация маркетинга – 12

Введение – 18

{ I }

Дзинь! Дзинь!

Музыка для маркетолога – 21

{ II }

Глубокое понимание определения маркетинга – 23

{ III }

Компания – суперзвезда маркетинга – 27

{ IV }

«Это деньги клиента!» – 32

{ V }

Клиенты каждый день увольняют работников – 34

{ VI }

Сегментируйте ваших клиентов на две категории:
подходящие и неподходящие – 38

{ VII }

Клиент не всегда прав – 42

{ VIII }

Используйте семь «рычагов» для роста – 44

{ IX }

Вы должны любить свои бренды – 47

{6}

{X}

Рано ложись, рано вставай, усердно
продавай и доллары считай – 53

{XI}

Всегда устанавливайте цену на основе
ценности вашей продукции – 56

{XII}

Недальновидное снижение цен – 60

{XIII}

Притча о цене и ценности – 64

{XIV}

Всегда используйте при продажах информацию
о негативных последствиях отказа от покупки – 66

{XV}

Производный спрос — это не прямой спрос – 69

{XVI}

15 истин, которые суперпрофессионал
в маркетинге должен знать – 73

{XVII}

Некоторые правила для выбора названия марки – 78

{XVIII}

Всегда помещайте название бренда в заголовок – 84

{XIX}

Никогда не говорите «мы» – 89

{7}

{XX}

Объясните, ради Бога, что значит
«почувствуете разницу»? – 92

{XXI}

Никогда не используйте «вредные» слова
в рекламе и при продажах – 97

{XXII}

Рекламируйте и продавайте при помощи цифр,
а не при помощи прилагательных – 100

{XXIII}

Не пишите номер телефона своей фирмы
на грузовиках – 103

{XXIV}

Не совершайте тройную ошибку – 106

{XXV}

Тест на быстрое решение
для суперзвезды маркетинга № 1 – 110

{XXVI}

Не рассылайте «анонимки
с требованием о выкупе» – 112

{XXVII}

Будьте своим собственным покупателем – 115

{XXVIII}

Устраните все препятствия,
мешающие сделать покупку – 120

{8}

{XXIX}

Всегда благодарите ваших покупателей – 125

{XXX}

Краткие советы – 129

{XXXI}

Нужно любить экономические спады – 133

{XXXII}

Делая пиццу, никогда не экономьте сыр – 137

{XXXIII}

Остерегайтесь применять
в маркетинге «теорию созвездий» – 141

{XXXIV}

Тест на быстрое решение
для суперзвезды маркетинга № 2 – 144

{XXXV}

У вас всегда должен быть
«президентский трубопровод» – 145

{XXXVI}

Вопросы, на которые ленивый маркетолог не смо-
жет ответить, а суперзвезда маркетинга
ответить должна – 147

{XXXVII}

Ответьте на эти вопросы – 151

{XXXVIII}

Боритесь за каждый сантиметр – 153

{9}

{XXXIX}

Тест на быстрое решение
для суперзвезды маркетинга № 3 – 156

{XL}

Полируйте потускневшее серебро – 158

{XLI}

Сначала «продайте» новую идею
внутри вашей фирмы – 162

{XLII}

Не позволяйте безупречному
стать врагом лучшего – 166

{XLIII}

Владейте рынком, а не фабриками – 169

{XLIV}

«Убыточные лидеры» –
отговорка для неудачников – 173

{XLV}

Тест на быстрое решение
для суперзвезды маркетинга № 4 – 178

{XLVI}

Никогда не давайте трехстраничные
рекламные объявления, или
Как выбрасывать на ветер деньги акционеров – 179

{XLVII}

Тест на быстрое решение
для суперзвезды маркетинга № 5 – 183

{10}

{XLVIII}

Уменьшайтесь, чтобы расти – 186

{XLIX}

Молотите кулаками так, чтобы воздух свистел – 189

{L}

Помните о Джимми Дюране – 191

{LI}

Первая ежегодная гонка домов Ostrova – 193

{LII}

Ответ на тест
для суперзвезды маркетинга №1 – 198

{LIII}

Ответ на тест
для суперзвезды маркетинга №2 – 199

{LIV}

Ответ на тест
для суперзвезды маркетинга №3 – 200

{LV}

Ответ на тест
для суперзвезды маркетинга № 4 – 204

{LV}

Резюме № 1
Признаки великих
«маркетинговых» компаний – 205

{ 11 }

{LVII}

Резюме №2

Характеристики компаний, которые потрясающе
успешны в конкурентной борьбе – 212

Эпилог – 217

Приложения – 218