

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 зазвонит 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