

УДК 658.513.4
ББК 65.290-23
К35

Кеннеди Д.

К35 Жесткий директ-маркетинг : Заставьте покупателя достать бумажник / Дэн Кеннеди ; Пер. с англ. Н. Мезина. — М. : АЛЬПИНА ПАБЛИШЕР, 2016. — 175 с.

ISBN 978-5-9614-4733-0

Маркетинг и реклама в малом и среднем бизнесе чаще всего не приносят никакого эффекта. Огромные деньги летят на ветер, а возможности не используются. Как бы ни делали рекламу крупные компании, вам это не годится. Ваше спасение — директ-маркетинг. И теперь, благодаря этой книге, вы сможете проникнуть на кухню лучших специалистов и применить к своей выгоде их конфиденциальные, не афишируемые стратегии: бескомпромиссный бизнес-гуру Дэн Кеннеди и его сборная лучших профессионалов раскрывают все секреты и делятся реальными примерами маркетинговых ходов из собственной практики!

Эта книга — в первую очередь для владельцев не-виртуальных бизнесов: с магазинами, выставочными залами и офисами; ресторанов, зубных кабинетов, аудиторских или похоронных контор, то есть предприятий, у которых нет огромных маркетинговых бюджетов, зато есть понимание, кому и зачем нужны их товары или услуги. Хотите превратить свой бизнес в машину по производству прибылей, далеко превосходящих средние показатели по отрасли, цифры у конкурентов и самые дерзкие ваши мечты? Хватайте эту книгу!

УДК 658.513.4
ББК 65.290-23

Все права защищены. Никакая часть этой книги не может быть воспроизведена в какой бы то ни было форме и какими бы то ни было средствами, включая размещение в сети Интернет и в корпоративных сетях, а также запись в память ЭВМ для частного или публичного использования, без письменного разрешения владельца авторских прав. По вопросу организации доступа к электронной библиотеке издательства обращайтесь по адресу lib@alpina.ru.

© 2006 by Entrepreneur Media Productions by
Entrepreneur Media, Inc. Перевод опубликован
ООО «АЛЬПИНА ПАБЛИШЕР» по лицензии
Entrepreneur Media, Inc. dba Entrepreneur Press.
Все права защищены.

© Издание на русском языке, перевод, оформление.
ООО «АЛЬПИНА ПАБЛИШЕР», 2016

ISBN 978-5-9614-4733-0 (рус.)
ISBN 978-1-9325-3157-2 (англ.)

ОГЛАВЛЕНИЕ

ПРЕДИСЛОВИЕ

Конец рекламы и маркетинга, какими вы их знаете.....	11
Как читать эту книгу.....	13

ЧАСТЬ I. ЗАКЛАДЫВАЕМ ОСНОВЫ ГРАНДИОЗНОГО УСПЕХА. ДИРЕКТ-МАРКЕТИНГ – В КАЖДЫЙ БИЗНЕС

ГЛАВА 1

Великий переход: почему вдруг директ-маркетинг для не директ-маркетинговых бизнесов?	17
Ну и почему все-таки вокруг столько дурацкого, непродуктивного, убыточного маркетинга и рекламы?.....	21
Да, спасение возможно	22
Железные правила	22

ГЛАВА 2

Правила	25
Правило 1. Всегда должно быть предложение (предложения) ..	25
Правило 2. Причина, побуждающая ответить немедленно	27
Правило 3. Ясные указания	27
Правило 4. Отслеживание и измерения.....	28
Правило 5. Бренд – это сопутствующий продукт.....	29
Правило 6. Сопровождение клиентов	30
Правило 7. Убедительный продающий текст.....	31
Правило 8. В целом все должно быть как «товары – почтой» ...	32
Правило 9. Главное – результат, и точка.....	33
Правило 10. Жестко и непреклонно держать бизнес на строгой <i>директ</i> -маркетинговой диете по меньшей мере полгода	33

ГЛАВА 3

Треугольник результатов.....	35
-------------------------------------	-----------

ГЛАВА 4	
Адресат	37
ГЛАВА 5	
Послание	43
ГЛАВА 6	
Канал	45
ГЛАВА 7	
Мастерство	47

ЧАСТЬ II. НЕДИРЕКТ-МАРКЕТИНГОВЫЕ БИЗНЕСЫ, УСПЕШНО ПРИМЕНИВШИЕ ДИРЕКТ-МАРКЕТИНГ: ИЗ ПЕРВЫХ УСТ

ГЛАВА 8	
Как эксцентричная реклама превратила обычную розничную торговлю в суперприбыльный маркетинговый бизнес (Билл Глейзер)	51
Розница в генах	51
И решил, что пора идти учиться	52
И как на беду	52
И я вышел за границы своей отрасли	53
Под бременем славы	53
Как это вышло? В чем мой секрет?	55
Примеры эксцентричной рекламы	56
ГЛАВА 9	
Хочет еще кто-нибудь узнать, как парень, почти ничего не смыслящий в налогах, возглавил аудиторскую фирму с двумя сезонными служащими и продажами на \$50 000 в год и построил бизнес с оборотом \$4 млн, 24 офисами и 440 служащими? (Чонси Хаттер-мл.)	61
Я понял, в каком бизнесе на самом деле работаю	63
Предлагайте людям не то, что им нужно, а то, чего им хочется ...	64
Перемотаем на 13 лет вперед.	
Как маркетинг прямого отклика принес нам миллионы	68

Тайные техники прибыльной рекламной рассылки, которые вы, наверное, не отметили	72
Алчность и страх: два мощных мотиватора, заставляющих потенциального клиента шевелиться!	74
Будь «другим» — повысишь отклик.	75
Маркетинг прямого отклика: лучший способ продвигать <i>любой</i> бизнес!	77

ГЛАВА 10

Как, давая меньше рекламы на привлечение новых клиентов, удвоить прибыли (Рори Фатт)	83
Удвойте прибыли от ресторана за 119 дней или меньше	83
Хороший ресторан — это лишь полдела	85
Бей в одно место	87
Клиент или гость?	88

ГЛАВА 11

Храбрый маркетинг, маркетинговая храбрость (доктор Бен Альтадонна)	93
--	----

ГЛАВА 12

Маркетинг прямого отклика для дантистов и других практикующих специалистов (Чарльз Мартин)	105
Принципы маркетинга	107
Реальная реклама прямого отклика в разрезе	109
Ошибка, которую делает большинство частнопрактикующих специалистов	109
Текст рекламы	111
Ответ зависит от выгод вашего предложения	112
Дайте разные способы ответить	112

ГЛАВА 13

Как добиться, чтобы клиенты были осведомлены, заинтересованы, довольны и приходили снова и снова (Эл Уильямс)	117
Шаг первый. Письмо с фонариком	119
Шаг второй. Письмо с часами	120

Шаг третий. Письмо со «стрессометром»	121
Шаг четвертый. Письмо с папкой	122
Шаг пятый. Индивидуальная благодарственная открытка	123
Шаг шестой. Корзина с угощением	123
Шаг седьмой. Запрос рекомендации	123
Подойдет ли такая система для вас?	124
 ГЛАВА 14	
Как директ-маркетинг может изменить всю вашу деловую жизнь (Скотт Такер)	127
Меня уволили, и я стал маркетологом	128
Первая рассылка	130
Бизнес на моих условиях	131
Как продавать без всякого ценового сопротивления	132
Своими силами	134
 ГЛАВА 15	
От банкротства-клопомора до миллионера-маркетолога (Чет Роулэнд)	139
 ГЛАВА 16	
Как автоматизировать маркетинг (Рон Романо)	147
Вам нужна система для производства и обработки зацепов...	149
Продажа — это не событие, а процесс	149
Трудись меньше, получай больше	152
Тайна раскрыта	153
Три рычага	161
 ГЛАВА 17	
Как выстроить ограду вокруг своих клиентов (Дэн Кеннеди) ...	163
Что же это за «изгородь»?	164
Программа 52 контактов	165
Не тупите, не ленитесь и не дешевите!	167
ОБ АВТОРЕ	173
О соавторах	174