

УДК 339.138
ББК 65.290-2
М23

Манн, И. Б.

М23 Маркетинговая машина. Менеджер становится директором / Игорь Манн, Анна Турусина. — 4-е изд. — М. : Манн, Иванов и Фербер, 2013. — 320 с.

ISBN 978-5-91657-692-4

В этой книге раскрываются секреты, которые обязан знать тот, кто управляет «маркетинговой машиной» — отделом маркетинга, — этим тончайшим механизмом, от точности «настройки» и слаженной работы которого во многом зависит успех всей компании.

Авторы-практики откровенно делятся своим опытом работы в этой должности и своими профессиональными секретами.

Но книга дает не только их точку зрения: слова авторов комментируют директора по маркетингу других компаний, а в одном из разделов собраны подробные интервью с 20 из них.

Вы извлечете из этой книги максимальную пользу, если вы менеджер по маркетингу, директор по маркетингу или руководитель компании.

УДК 339.138
ББК 65.290-2

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 978-5-91657-692-4

© Манн И.Б., Турусина А.Ю., 2006

© Манн И.Б., Турусина А.Ю., 2010, с изменениями

© Оформление. ООО «Манн, Иванов и Фербер», 2013

Оглавление

От авторов	8
Вступление	12
Предупреждение читателю	14

Начало пути

Работа — счастье	16
«По старинке» — не пройдет	17
Ваша первая рабочая неделя	18
Пирамида Манна	23
Скажите им, какой маркетинг теперь будет	26

Особенности пути

Большая разница (или насколько вы директор по маркетингу?)	29
Выдающийся политический деятель компании	33
Больше маркетинговых контактов	34
Второй фронт	35
Чувство №6	36
«Покажите мне самую большую проблему»	38
Bird's view	39
Самый простой способ ничего не делать	40
Ты или вы?	42
Форточка возможностей	42
Читайте между строк	44
Откаты	45
Нестандартный маркетинг начинается с нестандартного маркетера	47
Нерешаемая проблема (или «Кто хочет стать миллионером?»)	49
Рабочее время	50
В регионы!	52
Маркетинг маркетинга	58
Эффективность вашего маркетинга: четыре правила	60

6 Оглавление

Твои спутники

Яркие кадры решают все	64
Помощник	69
Сколько и как платить?	71
Матрешка	72
Его первый рабочий день	73
Учеба нон-стоп	78
Идея в день	82
Отпуск с пользой для маркетинга	89
Частичная разборка	94
(«Вы уволены... к моему глубокому сожалению»)	

Считаем всех

Маркетинг на 400%!	98
Маркетинговая близорукость XXI века	99
Маркетинг с партнерами, через партнеров и для партнеров	103
«Главное — не зааутсорсить до смерти»	107
О маркетинговых консультантах	111

Инструменты

Новые инструменты	121
Аналитика	122
Лидз	128
Центр обслуживания вызовов	132
Спонсорство и благотворительность	134
Рейтинги	137
Позиционирование	140
Время — деньги, время — возможности	143
«Изюминка»	146
О маркетинге 2.0	150
Дешево и полезно (еще одна идея для новогоднего подарка)	151
Как быстро увеличить продажи: персональная ответственность	151
Правила выступления	153
Правила ко-маркетинга	156
Этапы большого пути	158

Немелочи

Маркетинг без ошибок	160
О времени	161
2:1	163
Играющий тренер	164
Читать!	165
Я — киборг	166
10 волшебных слов и фраз	169
Остановка по требованию	170

Электронпочта: работай, как электроник	171
Тест-драйв — для драйва продаж	173
Правила FAQ	176
Пристал, как прайс-лист	180

На стол генеральному директору

Как найти хорошего директора по маркетингу?	183
(Краткое руководство для руководителя компании)	

Миниатюры

Любимчики	187
Кто я?	187
Ваш успех и ваша неудача	187
Еще раз об обучении	188
Она ушла к другому... ..	188
PR or not PR?	188
Part time — full score (частичная занятость — полное вовлечение)	188
Бла-бла-бла... ..	189
«Рекомендую»	191

Приложения с комментариями

Приложение 1. Программы поддержки вузов	192
Приложение 2. Рекомендательные письма	196
Приложение 3. Книги, которые стоит прочесть и почему	200
Приложение 4. «Курс молодого бойца»	206
Приложение 5. Маркетинговые Олимпийские игры	208
Приложение 6. Рекомендую лично	209
Приложение 7. Письмо на родину	211
Приложение 8. Много толка из ничего	212

А что скажут коллеги?

Девять вопросов — двадцати директорам по маркетингу	220
---	-----

Заключение	293
-------------------------	-----

Наши благодарности	294
---------------------------------	-----

Об авторах	295
-------------------------	-----