

Оглавление

От авторов	6
Модуль 1	8
Суть маркетинга	8
3М- и 5М-модели маркетинга	8
Портрет потенциального клиента	10
На что должно воздействовать маркетинговое сообщение	13
Задание 1. Описать портрет клиента	14
Правильное маркетинговое сообщение	16
Четыре категории клиентов	20
Ценность маркетинговых сообщений	21
О способах выяснения и решения проблем	25
Когда нужно посылать маркетинговые сообщения	25
Задание 2. Написать маркетинговое сообщение	27
Носитель и канал передачи маркетингового сообщения ..	28
Маркетинговые каналы	28
Задание 3. Выбрать каналы генерации новых клиентов ..	34
Показатели эффективности маркетинга	34
Средняя стоимость привлечения клиента	36
Средняя ценность клиента	37
О важности измерений	40
Относитесь к рекламе как к покупке клиентов	41
Еще раз о показателях эффективности	43
Задание 4. Рассчитать среднюю ценность клиента	43
Миссия	44
Уникальное торговое предложение	45
Задание 5. Сформулировать миссию компании и уникальное торговое предложение	56
Модуль 2	57
Привлечение новых клиентов	57
Три самых важных правила маркетинга	57
Схема привлечения новых клиентов	58

Выбор предложения для маркетингового сообщения	60
20 вариантов предложения для привлечения новых клиентов	62
Задание 6. Выбрать варианты предложения для привлечения новых клиентов	67
Упаковка предложения в виде продукта	69
Задание 7. Сделать визуализацию предложения	69
Информационный продукт как подарок	73
Дисконтная карта как подарок	81
Механизмы захвата контактов	82
10 механизмов сбора контактов	83
Задание 8. Сделать механизм захвата контактов	107
Составление маркетингового сообщения	108
Дизайн маркетингового сообщения для сайта	110
Правильный заголовок	112
Примеры маркетинговых сообщений для сайта	115
Дизайн рекламной печатной продукции	125
Дизайн баннеров, форм и страниц подписки	130
Описание компании как маркетинговое сообщение	134
Интересные маркетинговые ходы	136
Где взять изображения для визуализации маркетинговых сообщений?	138
Предложение на штендерах	141
Двухшаговая стратегия	145
Психология привлечения внимания мужчин и женщин	147
Задание 9. Создать маркетинговое сообщение и сделать презентацию	148
Маркетинговые приемы и фишки	151
Бонусы и подарки	151
Двухшаговая стратегия с товаром-локомотивом	152
Активные продажи	158
Активные методы генерации новых клиентов	166
Пассивные методы генерации новых клиентов	183

Модуль 3	195
Оценка и способы увеличения эффективности маркетинга	195
Какие показатели нужно измерять и оценивать и как это делается	195
Задание 10. Рассчитать показатели по проведенной рекламной кампании	201
Типичные показатели конверсии маркетинговых каналов	201
Бонусная глава. Дополнительные материалы	207
Приемы быстрой генерации клиентов. Кейсы Джея Абрахама	207
Модель Боба Блая	209
Почта 3D	210
Необычные сообщения	212
Интернет-каталог компаний	214
Помощь клиентам в маркетинге	215
Правило 33-67	215
Заключение	218
Дополнительный секретный подарок!	219
Специальный подарок для наших читателей — бесплатный видеокурс «MiniMBA: продажи»	220