

Оглавление

Предисловие	8
Введение	10
Глава 1. С какими клиентами вам лучше работать.	
Где искать самых выгодных покупателей	12
Привлечение качественных клиентов	13
Особенности клиентов в B2B (бизнес для бизнеса)	16
Самая печальная правда о ваших клиентах	18
За что на самом деле платят ваши клиенты?	20
Резюме	21
Глава 2. Как обогнать своих конкурентов. Где брать идеи	
для удачной рекламы	22
Анализ ваших конкурентов	23
Конкуренты — сравниваем с вашей рекламой	24
Резюме	28
Глава 3. Как сделать так, чтобы клиенты выбирали вашу	
компанию. Чем «зацепить» покупателя	29
Составляем ваше УТП	30
Что делать, если у вас нет отличий от конкурентов?	31
Разница между бизнес-клиентами и обычными	
покупателями	32
Основная ошибка большинства рекламных текстов	37
Что рассказать своим клиентам?	40
Резюме	41

Глава 4. Клиентоориентированность. Точки контакта.

Как перестать терять клиентов и продажи, убрав

«узкие места»	42
Почему ваши клиенты платят не так много, как вы хотели бы?	43
Что мешает вашему клиенту отдать вам деньги?	50
Резюме	52

Глава 5. Как увеличить эффективность ваших рекламных инструментов. Как превратить ваши расходы на рекламу

в источник прибыли	53
Какая половина вашей рекламы не нужна?	54
Три страшные ошибки, убивающие вашу рекламу	60
Резюме	61

Глава 6. Все возможные для вашего бизнеса рекламные каналы и средства. Справочник маркетолога

Резюме	79
---------------------	-----------

Глава 7. Как проводить бесплатные маркетинговые

исследования. Как узнать, что у покупателя в голове

Резюме	83
---------------------	-----------

Глава 8. Самые эффективные способы использования рекламного бюджета. Как запланировать свою активность

Как составить эффективный маркетинговый план и PR-план вашей компании	85
Этапы маркетингового плана	87
Основные ошибки маркетингового планирования	94
Как работать с маркетинговым планом	95
Резюме	95

Глава 9. Как с помощью продающих текстов сделать ваши товары и услуги бестселлерами на рынке.

Эффективные письменные коммуникации в вашем бизнесе 96

Как сделать все ваши тексты продающими (копирайтинг)	97
Алгоритм составления эффективных рекламных сообщений	98
Ваша подпись под e-mail	112
Письмо-автоответчик с вашей рекламой	113
Представительское письмо о вашей компании	114
Как убедить клиента, что все, что вы написали, является правдой	116
Продающие анкеты и тесты	117
Продающее письмо и сайт-одностраничник	119
Как написать работающее коммерческое предложение	121
Пресс-релиз, который опубликуют бесплатно	126
Схема для новостных сайтов	128
Новость на ваш сайт	129
Продающий отзыв	130
Речь в лифте	132
Сделайте вашу письменную речь харизматичной	135
Видеокопирайтинг	136
Продающая презентация о вашей компании в виде книги (Marketing Kit)	137
Корпоративное издание в PDF для клиентов	139
Как писать хорошие статьи	139
Секрет американских копирайтеров	140
Бумажные письма обычной почтой	140
Резюме	141

Глава 10. Как создать клиентскую базу и работать с ней.

Как сделать лояльными ваших покупателей 142

Формы ведения клиентской базы	143
Где взять информацию для клиентской базы	144
Назначение ответственного.	
Контроль за ведением и использованием клиентской базы	147
Сделайте лояльными ваших лучших клиентов	148
Как делать повторные продажи	150
Правильное использование рассылок, после которых клиенты покупают у вас снова	151
Как делать запланированные обзвоны клиентов, чтобы они срочно пришли к вам и купили	152
Сделайте рекламу, которую ваши клиенты будут хранить годами	152
Как выбрать работающие подарки с вашей рекламой	154
Какой подарок вы могли бы брендировать и подарить?	
Какие подарки бывают?	155
Какой же подарок выбрать?	156
Как дарить ваши подарки?	157
Резюме	159

Глава 11. Все способы забрать у покупателя деньги.

Как поднять прибыль вашего бизнеса без привлечения новых клиентов 160

Пять простых способов быстро и бесплатно увеличить прибыль вашей компании	161
Научите персонал правильным продажам	168
Легкий способ перестать терять прибыль	170
Что знают успешные бизнесмены, чего не знают неудачники?	171
Резюме	173

Глава 12. Осторожно: скидки и акции! Как не прогореть?	
Чем опасно для малого бизнеса участие в акции	
скидочных сайтов	174
Обещание 1	175
Обещание 2	177
Зачем вам может понадобиться акция «нереальных скидок»? Как ее провести, избежав убытков и потери репутации?	179
Как правильно должен работать бизнес, чтобы не только привлечь клиентов акцией, но и заработать?	182
Резюме	185
Заключение	186
Секретный подарок для вас	187
Литература	188