

БИБЛИОТЕКА КНИГИКРАТКО

**КРАТКОЕ
СОДЕРЖАНИЕ
«САРАФАННЫЙ
МАРКЕТИНГ. КАК
УМНЫЕ КОМПАНИИ
ЗАСТАВЛЯЮТ О СЕБЕ
ГОВОРИТЬ»**

КнигиКратко

Библиотека КнигиКратко

**Краткое содержание
«Сарафанный маркетинг.
Как умные компании
заставляют о себе говорить»**

«Акция управление и финансы»

КнигиКратко Б.

Краткое содержание «Сарафанный маркетинг. Как умные компании заставляют о себе говорить» / Б. КнигиКратко — «Аktion управление и финансы», — (КнигиКратко)

Этот текст — сокращенная версия книги «Сарафанный маркетинг. Как умные компании заставляют о себе говорить». Только самое главное: идеи, техники, ключевые цитаты. Эта книга — простое и понятное практическое руководство, рассказывающее, как дать людям повод говорить о вашем бренде и как превратить эти разговоры в технологию его продвижения. Такого легко добиться, и не надо быть гением маркетинга или тратить кучу денег, считает Энди Серновиц, глава GasPedal, консалтинговой компании, специализирующейся на сарафанном маркетинге, а также сообщества SocialMedia.org, объединяющего SMM-лидеров ведущих мировых брендов. Все гораздо проще — нужно лишь научиться включать и выключать сарафанное радио. Несмотря на то что книга посвящена определенной маркетинговой технологии, автор не ограничивается разговором исключительно о технических аспектах успеха. Энди Серновиц стремится обосновать новую философию бизнеса и продемонстрировать способы, с помощью которых возможно воплотить ее в жизнь. Его главная идея в том, что честность — лучшая политика для любого бизнеса. Сарафанный маркетинг работает только при условии, что ваши продукты или услуги действительно хороши. Заработайте уважение и положительные отзывы клиентов — и они сделают все остальное. Хорошо относитесь к людям, и они обеспечат вам бесплатный маркетинг. Будьте или интересны, или невидимы. Если люди вам доверяют, они готовы за вас поручиться. Ублажайте и вдохновляйте их — и они приведут к вам друзей. Будьте скучными — и придется потратить миллионы на рекламу, чтобы заинтересовать клиентов. Досаждайте им — и увидите, как клиенты уходят, забирая с собой своих знакомых. Одна из задач, которую ставит перед собой Энди Серновиц, — убедить своих читателей в том, что приемы сарафанного маркетинга доступны каждому. Его девиз: «Хороший маркетинг — это легко». Идеи и практическая информация, которые вы найдете в этой книге, отлично подойдут как для

владельца химчистки, ресторатора или дантиста, так и для компании из списка Fortune 500. Напоминаем, что этот текст — краткое изложение книги

© КнигиКратко Б.

© Акцион управление и финансы

Энди Серновиц «Сарафанный маркетинг»

Сарафанный маркетинг. Как умные компании заставляют о себе говорить

Люди постоянно говорят о товарах и услугах, которые покупают: о машинах, компьютерах, чистящих средствах... Они могут критиковать их, а могут рекомендовать своим соседям и друзьям или написать восторженный отзыв в Интернете, где его прочитают миллионы людей. Как сделать так, чтобы они говорили, и говорили с восхищением, именно о вашем продукте?

Энди Серновиц утверждает, что этого можно добиться с помощью множества простых, как все гениальное, и недорогих приемов. При этом не надо быть профессионалом в области маркетинга или иметь огромный рекламный бюджет. Достаточно научиться включать и выключать сарафанное радио. Как это сделать? И как стать той темой, о которой пойдет молва? Эта книга – практическое руководство по организации своего персонального сарафанного маркетинга. В ней вы найдете советы и рекомендации о том, как дать людям повод для разговоров о вашем бренде и как превратить эти разговоры в технологию его продвижения, а также массу несложных рекламных ходов, которые можно будет незамедлительно использовать.

Несмотря на то что книга посвящена определенной маркетинговой технологии, автор не ограничивается разговором исключительно о технических аспектах успеха. Энди Серновиц стремится обосновать новую философию бизнеса и продемонстрировать способы, с помощью которых возможно воплотить ее в жизнь. Его главная идея в том, что честность – лучшая политика для любого бизнеса. Сарафанный маркетинг работает только при условии, что ваши продукты или услуги действительно хороши. Заработайте уважение и положительные отзывы клиентов – и они сделают все остальное. Хорошо относитесь к людям, и они обеспечат вам бесплатный маркетинг. Будьте или интересны, или невидимы. Если люди вам доверяют, они готовы за вас поручиться. Ублажайте и вдохновляйте их – и они приведут к вам друзей. Будьте скучными – и придется потратить миллионы на рекламу, чтобы заинтересовать клиентов. Досаждайте им – и увидите, как клиенты уходят, забирая с собой своих знакомых.

Одна из задач, которую ставит перед собой Энди Серновиц, – убедить своих читателей в том, что приемы сарафанного маркетинга доступны каждому. Его девиз: «Хороший маркетинг – это легко». Идеи и практическая информация, которые вы найдете в этой книге, отлично подойдут как для владельца химчистки, ресторатора или дантиста, так и для компании из списка Fortune 500.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.