

ЕЛЕНА БРОВКО

КРАТКОЕ
СОДЕРЖАНИЕ
«ФИОЛЕТОВАЯ
КОРОВА. СДЕЛАЙТЕ
СВОЙ БИЗНЕС
ВЫДАЮЩИМСЯ!»

Елена Бровко
Краткое содержание
«Фиолетовая корова. Сделайте
свой бизнес выдающимся!»
Серия «КнигиКратко»

*http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=27358718
Библиотека "Главная мысль"; 2016*

Аннотация

Этот текст – сокращенная версия книги «Фиолетовая корова. Сделайте свой бизнес выдающимся!». Только самое главное: идеи, техники, ключевые цитаты.

Большинство рекламных объявлений, как мычащие бурёнки на лугу, никому не интересны. Совсем другое дело – фиолетовая корова. Это – цепляющее предложение, на которое клиенты обязательно обратят внимание. Мы знаем немало примеров того, как при плохом маркетинге даже хороший продукт оказывается невостребованным. В наш век достучаться до потребителя стало сложно – слишком много товарных предложений и рекламного шума вокруг них. Печальная правда в том, что большинство клиентов, которые могли бы заинтересоваться вашим продуктом, никогда даже не услышат о нём. Раньше

массовому продвижению товаров помогало телевидение, но сегодня этот канал постепенно себя изживает. Теперь уже стало невозможно создать посредственный продукт и сделать его популярным с помощью мощной рекламной кампании на телевидении. Правила игры изменились, поэтому пришло время создавать выдающиеся продукты. Чтобы люди, которым они нужны, сами их искали.

Сет Годин рассказывает, как сделать маркетинг продающим. Он уверяет, что мы достигли того момента, когда рынку больше не нужны предложения для всех. Сегодня маркетинг должен быть как можно более адресным. Начинать изменения надо с самого начала – то есть со свойств товара. Первый совет Сета Година: перестаньте рекламировать свою унылую продукцию и займитесь ее инновацией. О других советах читайте в нашем обзоре.

Напоминаем, что этот текст – краткое изложение книги

*Авторский обзор по
материалам книги*
**«Фиолетовая корова.
Сделайте свой бизнес
выдающимся!»**
Сет Годин

Автор краткого обзора: Елена Бровко

Как сделать свой бизнес выдающимся, или Не бойтесь стать фиолетовой коровой среди скучных бурёнок

Большинство рекламных объявлений, как мычащие бурёнки на лугу, никому не интересны. Совсем другое дело – фиолетовая корова. Это – цепляющее предложение, на которое клиенты обязательно обратят внимание.

Мы знаем немало примеров того, как при плохом маркетинге даже хороший продукт оказывается невостребованным. Например, в 1912 году Отто Фредерик Роведдер изобрел машинку для нарезания хлеба, однако его изобретение

оказалось никому не нужным. О нём вспомнили лишь через 20 лет, когда появился бренд нарезанного хлеба Wonder, неожиданно ставшего популярным. Конечно, вовсе не благодаря удобству потребления; решающую роль в успехе нарезанного хлеба сыграли упаковка и рекламный девиз «В нашем хлебе 12 способов приобрести здоровое и крепкое тело».

Сет Годин рассказывает, как сделать маркетинг выдающимся. Он уверяет, что мы достигли того момента, когда рынку больше не нужны предложения для всех. Сегодня маркетинг должен быть как можно более адресным. Начинать изменения надо с самого начала – то есть со свойств товара. Первый совет Сета Година: перестаньте рекламировать свою унылую продукцию и займитесь ее инновацией.

Биографическая справка

Сет Годин – предприниматель, лектор, писатель, постоянный автор журнала Fast Company. Создатель компании YoYoDyne (интерактивный маркетинг в Интернете), которую затем купил гигант Yahoo!, где Сет Годин занял место вице-президента по маркетингу. Позже запустил интернет-стартап Squidoo. Обладатель премии Momentum, которой награждают за выдающиеся заслуги в интернет-индустрии.

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.