

ЕКАТЕРИНА КОРОЛЕВА

КРАТКОЕ
СОДЕРЖАНИЕ
«АВТОМАТИЧЕСКИЙ
ПОКУПАТЕЛЬ. КАК
СОЗДАТЬ БИЗНЕС ПО
ПОДПИСКЕ В ЛЮБОЙ
ОБЛАСТИ»

Екатерина Королева
Краткое содержание
«Автоматический покупатель.
Как создать бизнес по
подписке в любой области»
Серия «КнигиКратко»

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=27359158

Библиотека КнигиКратко; 2017

Аннотация

Этот текст – сокращенная версия книги «Автоматический покупатель. Как создать бизнес по подписке в любой области». Только самое главное: идеи, техники, ключевые цитаты.

Эта книга для предпринимателей, которые хотят построить бизнес-модель, приносящую регулярную прибыль. *«Подписчики намного ценнее для компании, чем обычные покупатели»*, – так утверждает автор книги, и добавляет, что абсолютно любой бизнес, от фрилансера до крупного производителя, способен обеспечить себе хотя бы небольшой поток стабильных, повторяющихся платежей. Модель работы по подписке можно

использовать и при продаже корпоративным клиентам, в сегменте B2B и B2C. Как это организовать, читайте в нашем обзоре.

Несколько слов об авторе. Джон Уорриллоу – основатель компании The Value Builder System, колумнист портала Inc.com и CBS NEWS, популярный спикер, инвестор. Превратил одну из своих компаний (Warrillow&Co) из «консалтинг-бутика» в успешный бизнес по подписке, клиенты которого регулярно приносят прибыль. Входит в список десяти лучших специалистов по B2B-маркетингу в США.

Напоминаем, что этот текст – краткое изложение книги «Автоматический покупатель. Как создать бизнес по подписке в любой области»

Содержание

Бизнес по подписке: как получать регулярную прибыль	6
Биографическая справка	7
Зачем вам подписчики	8
Конец ознакомительного фрагмента.	10

**Авторский обзор по
материалам книги
«Автоматический
покупатель. Как создать
бизнес по подписке
в любой отрасли»
Джон Уорриллоу**

Автор обзора: Екатерина Королева

Бизнес по подписке: как получать регулярную прибыль

Эта книга для предпринимателей, которые хотят построить бизнес-модель, приносящую регулярную прибыль. *«Подписчики намного ценнее для компании, чем обычные покупатели»*, – так утверждает автор книги, и добавляет, что абсолютно любой бизнес, от фрилансера до крупного производителя, способен обеспечить себе хотя бы небольшой поток стабильных, повторяющихся платежей. Модель работы по подписке можно использовать и при продаже корпоративным клиентам, в сегменте B2B и B2C.

Как это организовать, читайте в нашем обзоре.

Биографическая справка

Джон Уорриллоу – основатель компании The Value Builder System, колумнист портала Inc.com и CBS NEWS, популярный спикер, инвестор. Превратил одну из своих компаний (Warrillow&Co) из «консалтинг-бутика» в успешный бизнес по подписке, клиенты которого регулярно приносят прибыль. Входит в список десяти лучших специалистов по B2B-маркетингу в США.

Зачем вам подписчики

1997 году Джон Уорриллоу основал исследовательскую компанию Warrillow. Фирма функционировала по типичному сценарию: получала заказ, выполняла его, получала оплату. Аналитики слушали рассказы клиентов о проблемах в бизнесе и предлагали пути решения. Каждый проект был не похож на другие, поэтому сотрудники тратили много времени на подготовку уникальных предложений. Какие-то идеи казались клиентам недостаточно привлекательными и наработки шли напрямиком «в корзину». За них компания не получала ничего, несмотря на потраченное время и силы.

В целом дела шли неплохо, и на бумаге бизнес был прибыльным. Но только один Уорриллоу знал, каких невероятных усилий требует управление этой компанией. *«Я ненавижу первый день каждого месяца, когда денег на счетах не оставалось и приходилось отчаянно искать заказы, чтобы покрыть все издержки, – пишет предприниматель. – Я помню момент, когда сумма наших ежемесячных расходов превысила 100 тысяч долларов. Тогда я подумал: если в этом месяце у нас не будет продаж, придется где-то искать эти 100 тысяч».*

Тогда автор книги пришел к мысли, что было бы хорошо иметь гарантированный источник дохода, пусть и совсем небольшой. Уорриллоу стал автоматизировать отдельные ча-

сти бизнеса так, чтобы каждый клиент мог найти для себя полезную информацию и главное – был готов платить за нее каждый месяц.

Вот что сделала компания:

1. Сократила число уникальных исследований
2. Предложила клиентам стандартизированную информацию по подписке
3. Отменила 60-дневную отсрочку платежа после завершения проекта
4. Стала брать оплату за подписку за год вперед.

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.