

КРАТКОЕ
СОДЕРЖАНИЕ

ДЖЕЙ КОНРАД ЛЕВИНСОН

ПАРТИЗАНСКИЙ

МАРКЕТИНГ

ПРОСТЫЕ СПОСОБЫ
ПОЛУЧЕНИЯ БОЛЬШИХ
ПРИБЫЛЕЙ ПРИ
МАЛЫХ ЗАТРАТАХ



MYBOOK

Краткое содержание

Ольга Тихонова

**Краткое содержание
«Партизанский маркетинг.
Простые способы получения
больших прибылей
при малых затратах»**

«MyBook»

Тихонова О.

Краткое содержание «Партизанский маркетинг. Простые способы получения больших прибылей при малых затратах» / О. Тихонова — «MyBook», — (Краткое содержание)

Этот текст — сокращенная версия книги «Партизанский маркетинг. Простые способы получения больших прибылей при малых затратах». Только самое главное: идеи, техники, ключевые цитаты. Партизанский маркетинг – альтернатива традиционным методам борьбы за клиента. Он основан на малобюджетности и идет в ногу со временем – в списке рабочих приемов немалое место занимает работа с интернет-площадками. Впервые книга была издана в 1984 году. Прошло более тридцати лет, но она так же популярна в западных странах. Для России тема достаточно новая, но радует сам факт, что у российского читателя появилась возможность получить информацию непосредственно от основоположника направления Джея Левинсона. Это не единственная работа автора; другие его книги выпущены многомиллионными тиражами, а курс партизанской маркетинговой стратегии входит в учебную программу MBA. Предприниматели со скромным рекламным бюджетом и те, кто вкладывает в продвижение товара миллионы, почерпнут массу полезной информации и креативных идей. Напоминаем, что этот текст — краткое изложение книги «Партизанский маркетинг. Простые способы получения больших прибылей при малых затратах»

Содержание

Вступление	5
Партизанский подход	6
Что такое партизанский маркетинг сегодня?	6
Конец ознакомительного фрагмента.	7

Партизанский маркетинг. Простые способы получения больших прибылей при малых затратах

Вступление

Книга Джея Левинсона произвела сильное впечатление на читателей, особенно бизнесменов. Автор развенчал основополагающую идею о зависимости успеха продвижения товара от бюджета.

Партизанский маркетинг держится на трех столпах: гибкости, креативности и клиентоориентированности, чем и отличается от общепринятого маркетинга, основанного на инвестициях. Он требует знания психологии, так как огромную часть покупок люди совершают неосознанно, повинясь импульсу, и на коне оказывается тот, кто умеет обратить минутный порыв клиента себе на пользу.

Начинающему предпринимателю книга подскажет, как избежать распространенных ошибок, вдохновит человека, не решающегося сделать первый шаг в коммерции. Ее полезно прочитать и бизнесмену со стажем, уверенному, что он знает все, что необходимо; взглянуть на свое дело с иного ракурса, пересмотреть приоритеты, и, применив партизанский подход, добиться серьезных успехов.

Партизанский подход

Что такое партизанский маркетинг сегодня?

Новое время – новый маркетинг. Старые проверенные способы хороши, но их вытесняют современные методы. Традиционный маркетинг – это монолог менеджера, который расхваливает товар. Партизанский маркетинг – диалог, ведущийся сотнями методов, в основном бесплатными. Его душа – малый бизнес; главный показатель – объем прибыли; особенность – внимание к деталям.

Партизанский маркетинг стремится донести сообщение до конкретного человека. При работе с группой эффективность возрастает с уменьшением численности. Предпочтительны группы минимального размера.

Основные положения:

1. Инвестиции – не обязательно деньги. Время, энергия, воображение и информация приносят не меньшую прибыль.
2. Маркетинг подчиняется вам, а не наоборот.
3. Рост бизнеса должен быть вашим желанием. Расширяйте его в геометрической прогрессии.
4. Работа с клиентами ведется в форме активного сопровождения, основана на стратегии «Вы – маркетинг». Для презентации компании используйте мемы.
5. Клиент – это актив и главный ресурс. Относитесь к нему не как к источнику прибыли, а как к партнеру. Постоянно размышляйте на тему, что вы можете предложить клиенту. Заботьтесь о том, чтобы ему у вас нравилось, хотелось обратиться еще.
6. Успех – не количество денег, а количество новых контактов.
7. Ваши усилия направлены на то, чтобы заручиться согласием клиента на получение новых маркетинговых материалов.

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.