

КРАТКОЕ  
СОДЕРЖАНИЕ

ДЖЕЙ КОНРАД ЛЕВИНСОН

# ПАРТИЗАНСКИЙ

# МАРКЕТИНГ

ПРОСТЫЕ СПОСОБЫ  
ПОЛУЧЕНИЯ БОЛЬШИХ  
ПРИБЫЛЕЙ ПРИ  
МАЛЫХ ЗАТРАТАХ



MYBOOK

**Ольга Тихонова**

**Краткое содержание**

**«Партизанский маркетинг.**

**Простые способы получения**

**больших прибылей**

**при малых затратах»**

**Серия «Краткое содержание»**

*[http://www.litres.ru/pages/biblio\\_book/?art=40204515](http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=40204515)*

*Партизанский маркетинг. Простые способы получения больших прибылей при малых затратах:*

**Аннотация**

**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 МВА.

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	7
Что такое партизанский маркетинг сегодня?	7
Конец ознакомительного фрагмента.	9

# **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, повинаясь 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.