

КРАТКОЕ  
СОДЕРЖАНИЕ

# ГАРРИ БЕКВИТ ПРОДАВАЯ НЕЗРИМОЕ

РУКОВОДСТВО  
ПО СОВРЕМЕННОМУ  
МАРКЕТИНГУ УСЛУГ



MYBOOK

**Евгения Чупина**  
**Краткое содержание**  
**«Продавая незримое.**  
**Руководство по современному**  
**маркетингу услуг»**  
**Серия «Краткое содержание»**

*[http://www.litres.ru/pages/biblio\\_book/?art=40203331](http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=40203331)*

*Продавая незримое. Руководство по современному маркетингу услуг:*

**Аннотация**

**Этот текст – сокращенная версия книги «Продавая незримое. Руководство по современному маркетингу услуг». Только самое главное: идеи, техники, ключевые цитаты.**

Гарри Беквит в своей книге описывает ключевые трудности, с которыми сталкивается руководитель компании, предоставляющей услуги. Создать эффективную рекламу такого продукта значительно сложнее, чем в остальных сферах деятельности. Причина в неосвязаемости и невидимости товара. Автор делится действенными приемами и методами продвижения в области обслуживания, дает советы по выбору названия

фирмы. Он рекомендует планировать маркетинг, опираясь на ряд принципов: ориентироваться не на продажу продукта, а на потребности клиента; создавать живой и яркий образ товара; максимально учитывать особенности человеческой природы. Произведение развенчивает популярные мифы, бытующие среди маркетологов и управленцев. Книга станет хорошим подспорьем для всех, кто хочет познакомиться с иным взглядом на рекламу и продвижение услуг.

**Напоминаем, что этот текст – краткое изложение книги «Продавая незримое. Руководство по современному маркетингу услуг»**

# Содержание

Вступление	5
Как начать	7
Конец ознакомительного фрагмента.	9

# **Продавая незримое. Руководство по современному маркетингу услуг**

## **Вступление**

Гарри Беквит представил читателям книгу – настольную инструкцию по маркетингу, которую адресовал всем желающим адаптироваться в условиях новой экономики. Для продвижения услуг сотрудники компании должны мыслить и рассуждать как продавцы.

Автор вывел общие тенденции в организации и функционировании маркетинга на основе теоретических знаний и практического опыта, полученного в ходе работы в крупных международных фирмах.

На примерах он последовательно разъясняет суть маркетинга, правильное построение рекламной кампании, дает рекомендации и раскрывает главные составляющие успешного продвижения услуг: создание осязаемого и живого обра-

за продукта, индивидуальность предприятия, ориентация на эмоции и человеческие чувства покупателя.

Книга несет для читателя не только уникальную практическую ценность, но и открывает иной взгляд на рекламу. Описанные примеры, советы, утверждения, закономерности и заблуждения, встающие на пути организации успешного бизнеса, способствуют изменению мышления и пониманию маркетинга услуг, отличного от описанного в учебниках.

# Как начать

Проблема многих предпринимателей, чья фирма осуществляет лучшие в своей сфере услуги, заключается в обратительном маркетинге. Но стоит отметить, что для успеха недостаточно просто быть известным. Если хотите уничтожить предприятие в области обслуживания, привлекайте как можно больше потребителей к некачественному продукту.

Вторая ошибка – разработка критериев для определения качества продукта на основе мнения экспертов, а не клиентов.

Возьмем, к примеру, рекламу, юриспруденцию или архитектуру. В рекламном бизнесе, если творческий работник говорит: «Это очень хорошая реклама», – он подразумевает при этом не то, что эта реклама может реально повысить доход клиента. Он просто имеет в виду, что она обладает броским заголовком, хорошим видеорядом, то есть то, что она хорошо сделана. Отлично. Классно.

Первый шаг к эффективному маркетингу – создание профессиональной услуги, которая может иметь небольшие изъязны.

Начните разработку рекламной кампании продукта. Если после недели раздумий лучший проект выглядит слабо, стоит переключиться с объявления на совершенствование сер-

виса.

Если обслуживание – сердце компании, то маркетинг – ее мозг. Одного сердца недостаточно для полноценной работы организма. Если мозг не функционирует, скоро откажут и остальные органы.



# 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.