

A close-up portrait of a man with a beard and mustache, smiling slightly and resting his chin on his hand. He is wearing a dark shirt and a patterned jacket. The background is dark and out of focus.

16+

25 *креативных идей* НА МИЛЛИОН

Посмотри на бизнес по-другому

ВЛАДИСЛАВ БЕРМУДА

ЭЛЕКТРОННАЯ МИНИ-ВЕРСИЯ КНИГИ «88 КРЕАТИВНЫХ ИДЕЙ НА МИЛЛИОН»

Владислав Бермуда

25 креативных идей на миллион

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=43125773

SelfPub; 2019

Аннотация

Методики, которые представлены в книге, создают сарафанное радио уже через несколько дней после внедрения акций. Вы поймёте, как зарабатывать не только на продукте или услуге, которую продаёте, но и на ресурсе, которым обладаете. Эта книга должна быть у каждого предпринимателя, который готов экспериментировать, внедрять новые инструменты и создавать wow-эффект. Многие инструменты покажутся вам слишком дерзкими, но только так в нынешних реалиях можно выделиться среди других компаний и взять лидерство в своей нише.

Предисловие

Друзья, спасибо, что открыли эту книгу. Я уверен, что вы дочитаете ее до конца. Я искренне верю, что основная ценность книг не в том, что в них написано, а в том, на какие мысли они наводят.

Вы не раз сталкивались с тем, что читаете книгу об одном, но при этом у вас появляются инсайты и лайфхаки, которые позволяют сгенерировать сногсшибательные идеи для нужной вам сферы.

Эта книга написана для тех людей, которые хотят найти новые идеи, нестандартные решения, простые, но чертовски эффективные методики, которые можно использовать в бизнесе. При этом не нужно ждать результата долгие месяцы и годы – внедрив некоторые инструменты в свой бизнес сегодня, можно получить результат уже завтра. Один день от идеи до результата. Неплохо, правда? Не нужно тратить огромные денежные суммы на привлечение клиентов, есть более простые методы, изложенные в кейсах этой книги. Это позволит увеличить прибыль вашего бизнеса от 20%.

Кейсы уникальны тем, что они помогают начать мыслить креативно и заставляют посмотреть на свой бизнес по-другому.

Я общаюсь с огромным количеством человек. В месяц я выступаю в 7 – и городах, на каждом выступлении от 200 до 15 000 предпринимателей. Я слышу от них успешные и

неуспешные истории, общаюсь с ними, мы делаем колоборации, кросмаркетинговые проекты, дальше смотрим, что работает, а что нет. Если не работает, смотрим, что сделать, чтобы заработало.

Делюсь рабочими маркетинговыми инструментами и всем наработанным мной опытом. Все гениальное просто, и нередко решения, лежащие на поверхности, кажутся слишком простыми и отметаются, и вы начинаете копать в самую глубь, тратя огромные бюджеты и уйму времени.

*Отдельно я хотел бы поблагодарить Владимира Мариновича за предоставление некоторых гениальных идей, которые вошли в эту книгу.

Приятного чтения.

Глава 1

Идеи на миллион от Владислава Бермуды

Идея №1. Как привлечь клиентов в новый тренажерный зал. Повышенная ценность первого бесплатного занятия

Ко мне обратилась девушка и сказала, что у нее студия EMS. Это умные тренажеры. Может, вы видели рекламу, где мужчина в деловом костюме бегаёт по дорожке, и у него растут мышцы.

EMS – это инновационные тренажеры. Чтобы привлечь клиентов, она раздавала первое посещение в подарок. Никто не приходил на это первое посещение, и она была очень опе-

чалена.

Она обратилась ко мне с вопросом, что же ей делать и почему к ней никто не приходит.

Сейчас большинство спортзалов раздают первые посещения бесплатно, бесплатное посещение уже не вызывает того вау-эффекта, который можно было наблюдать еще 5-6 лет назад. Этот маркетинговый инструмент уже воспринимается, как должное.

В итоге мы сделали сертификаты номиналом 2000 рублей. Раздали их в ближайшие ювелирные салоны. При покупке товара в ювелирном салоне на определенную сумму выдавался сертификат на 2000 рублей в ее инновационный тренажерный зал. Таким образом, у первого занятия появилась ценность. Причем, сертификат давали не всем подряд, а только тем, кто купил на повышенный средний чек в качестве подарка.

Когда человек получал сертификат в качестве подарка, он либо шел на тренировку сам, либо передавал его кому-то. 2000 рублей не лишние, почему бы не попробовать. Таким образом, мы сгенерировали достаточно большой поток платежеспособных клиентов в данный тренажерный зал.

Я хочу поделиться всем этим опытом с вами, потому что нередко решения, лежащие на поверхности, кажутся слишком простыми и отметаются, и вы начинаете копать в самую глубь, тратя огромные бюджеты и уйму времени.

Идея №2. Однажды я доказал, что дарить кофе на-

много выгоднее, чем его продавать

Я заключил пари с ресторатором, и в течение месяца заведение дарило кофе, а не продавало. Дарили кофе не всем вошедшим, а только тем, кто пришел по купону.

Распечатанные купоны раздавались посетителям ближайших заведений. Те же использовали их в качестве подарка при повышенном среднем чеке. Таким образом, они себе стимулировали повышение среднего чека.

Благодаря купонам в ресторан приходили люди. Себестоимость купона – в среднем 14 рублей. Если гость заказывал самый дорогой кофе, то купон обходился в 18 рублей.

Таким образом, купоны приводили трафик, который конвертируется в деньги. Любое пирожное отбивает этот кофе. По сути, лид стоил 13-18 рублей, это себестоимость кофе. Выгоды для ресторана:

- + они получают лояльность гостей
- + они получают сарафанное радио и стимулируют спрос
- + они получают свою фишку для отстройки от конкурентов.

Важно: этот прием не работает в кофейнях, где основным продуктом является кофе. Это работает только в ресторанах и кафе. Вы можете совершенно спокойно внедрять бесплатный кофе и зарабатывать гораздо больше уже через месяц.

Идея №3. Рулетка в ресторане. Ставки по чекам

Однажды ко мне обратился владелец ресторана с вопросом, как увеличить трафик в его заведении.

До этого я видел очень крутую идею в другом ресторане, вот в чем она заключалась:

После оплаты по счету есть возможность вернуть потраченные деньги. Вы ставите чек на рулетку, и если шарик падает на ваше число, то потраченные вами деньги возвращаются.

Рулетка была на выходе из ресторана.

Возврат денег происходит следующим образом: официанты выносят деньги на подносе, весь процесс сопровождается музыкой, обыгрывается шоу.

Множество фотографий в соцсетях гарантировано, т.к. рулетка вызывает интерес и вау-эффект.

Мне этот ход очень понравился, такого я раньше не видел, я много кому об этом рассказал. Как маркетинговый инструмент, стимулирующий сарафанное радио, это работает очень круто.

Идея №4. Упаковка и продвижение франчайзинговых сетей для клиентов. Продавали за 1500 000рублей, при среднем чеке на услугу в300 000рублей

Когда-то я масштабировал свой бизнес на 28 городов – мужская одежда бренда «Владислав Бермуда». Я решил, что могу масштабировать и другие бизнесы. Я пришел к своему партнеру на тот момент и сказал: «Давай масштабировать бизнесы других, будем заниматься строительством франчайзинговых сетей».

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.