

МАРКЕТИНГ

КОТОРЫЙ ПРОДАЕТ



Мирослав Радкевич

Мирослав Радкевич

Маркетинг, который продаёт

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=63421536

ISBN 9785005183880

Аннотация

Пособие с подробным описанием 8 нестандартных работающих инструментов по увеличению продаж за счет маркетинга в разных сферах бизнеса, проверенных и испытанных на прочность на практике.

Содержание

После прочтения вы будете знать	10
Русская рулетка «Верни 100% денег обратно» в рекламе производителя мебели	11
Конец ознакомительного фрагмента.	13

Маркетинг, который продаёт

Мирослав Радкевич

© Мирослав Радкевич, 2020

ISBN 978-5-0051-8388-0

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

Он был еще совсем маленьким, когда смог создать систему, соединившую несколько домов, где проживали его друзья. При помощи этого изобретения они смогли переговариваться, не покидая собственных спален. Именно этот «ребёнок электроники» спустя несколько лет, сидя в гараже, создаст продукт, с которого начнется история всемирно известного бренда. Однако это устройство так и могло бы остаться в закромах темного помещения, если бы не его бо-соногий друг, настоявший на создании фирмы.

Сейчас продуктами этой уже крупной международной корпорации пользуются миллионы людей по всему миру. Что помогло ей стать такой? Конечно, это качество производимых продуктов, но немаловажное значение имела маркетинговая стратегия, продуманная Стивом Джобсом. Благо-

даря этому компания Apple вышла из тени гаража, и о изобретениях Стива Возняка узнал весь мир.

Теперь у меня вопрос к вам. Хотите ли вы, чтобы и ваш бизнес начал приносить прибыль, стремитесь ли вы к расширению и увеличению заработка? Уверен, ваш проект заслуживает того, чтобы о нем узнали. Если вы согласны, то я готов с вами познакомиться и представить 8 инструментов по увеличению продаж, проверенных и испытанных на прочность. Сейчас у вас есть выбор: закрыть этот текст и заняться другими делами или же прочитав и начав применять эффективные приемы, результат которых уже был доказан. Думаю, вы не ошибетесь в расстановке приоритетов.



Итак, меня зовут Мирослав Радкевич, и я являюсь перформанс-маркетологом, креативным маркетологом, консультантом, предпринимателем и инвестором. Моя команда работает в двух направлениях: таргетированная реклама в Facebook/Instagram и внедрение коллаборативных цепочек между бизнесами в целях оптимизации расходов на маркетинг и увеличения среднего чека и продаж. Мы выполняем важную миссию – помогаем людям выбрать оптимальный маршрут и продумать необходимые шаги к успеху. Именно так, как когда-то это сделал Стив Джобс.

Думаю, вы уже ощутили на себе влияние пандемии и первые признаки кризиса. Многие из вас сейчас думают о том, что делать дальше, как продолжать успешно развиваться в условиях высокой конкуренции. Кто-то выйдет из этой рыночной игры победителем, другие останутся у разбитого корыта. Могу вас поздравить, ведь, если вы читаете этот текст и готовы укреплять иммунитет своего бизнеса, вас ждет первый вариант развития событий. И я помогу вам это осуществить.

Сейчас особую важность приобретают инструменты маркетинга. Ваше положение на рынке во многом будет зависеть от того, какую стратегию вы определите для себя на данном этапе. Неизвестный вирус требует эффективных средств, его не поборошь обычным набором таблеток.

За последние 6 месяцев я провел 54 консультации и помог

предпринимателям привлечь клиентов и увеличить средний чек благодаря принятию нестандартных маркетинговых решений. Ниже несколько примеров моих кейсов.

Компания MODERNIST занимается производством и продажей мебели. Их доход, который в начале нашего сотрудничества, составлял 1,16 млн., уже через два месяца дошел до 11,29 млн. рублей, то есть увеличился на 973%. Февраль считается не самым благоприятным периодом ввиду сезонности, однако именно тогда владельцы бизнеса смогли увидеть значительное повышение прибыли. А в мае сумма от продаж мебели составила 17,4 млн. рублей, несмотря на пандемию. Секрет кроется в правильном подходе к маркетингу.

Для компании Green-Wheel, дилера электротранспорта, я создал автоворонку, которая за 2 недели принесла 758 000 рублей в виде прибыли от продаж, а общая сумма заявок на предзаказы достигла 3 млн. рублей. При этом их расходы на маркетинг составили всего 10 560 рублей.

Мне удалось добиться результата и в сфере красоты (наращивание ресниц, перманентный макияж, косметология), уменьшив стоимость заявки с 352 до 73 рублей с сохранением качества лидов.

Настройка таргетинга стала эффективным инструментом для компании Nch-design, которая благодаря моей помощи за 1 месяц увеличила продажи на 581% (с 100 тыс. рублей до 581 тыс. рублей).

Думаю, имя Аяза Шабутдинова вам знакомо. Я выступил в качестве автора части блока по маркетингу в антикризисном цикле его вебинаров по нестандартным способам привлечения клиентов.

И всё это стало возможным благодаря постоянной прокачке навыков нестандартного решения маркетинговых задач.

В процессе работы я пришел к следующему выводу: существует прямая зависимость между количеством людей, которым я помогаю, моим доходом и качеством моей жизни и жизни близких мне людей. Это мотивирует меня предлагать вам наиболее эффективные решения, которые приведут вас к максимальному результату.

Сейчас пришло время поделиться теми самыми инструментами, которые помогут увеличить доход в любой нише, несмотря на кризис, вирус и прочие неприятности.

После прочтения вы будете знать

- Как повысить чек и мотивировать клиентов приобретать продукт по новой цене в онлайн и оффлайн;
- Как снизить стоимость клиента в сфере услуг;
- Как применять кроссмаркетинговые схемы для увеличения среднего чека и создания низкобюджетного трафика в бизнесе;
- Какие существуют низкобюджетные партизанские инструменты.

Готовы действовать? Тогда начинаем!

Русская рулетка «Верни 100% денег обратно» в рекламе производителя мебели

Заголовок сулит верную смерть для предпринимателя, не так ли? Однако не все так плохо. Мы долго думали, как можно наиболее эффективно использовать этот инструмент. У меня сохранилась ссылка на крутой сервис, который помог нам в реализации стратегии. Он позволяет генерировать колесо рулетки и создавать нужное количество полей. При этом вы можете заранее добавить необходимую информацию об акциях в каждый сектор. Я готов поделиться этой ссылкой, если вы напишите мне в инстаграм. Вы сможете просто отправлять её клиенту. Ему останется нажать одну кнопку, и колесо фортуны начнет крутиться.

Согласитесь, сейчас использовать скидку в размере 5 или 10% для привлечения клиентов бесполезно. Это шаблон, которому слепо следуют большинство компаний, но он уже давно не привлекает потребителей. И тут на поле боя выходите вы, предлагая клиентам поучаствовать в розыгрыше и заполучить заветную скидку. Да, её размер остается тем же, меняется способ предоставления и, как следствие, отношение покупателей. Даже 5% выглядит не как очередная подачка, а как настоящий джекпот. И это действительно круто.

Конечно, среди вариантов на колесе крутится и возврат в размере 100%, и это вызывает опасения у предпринимателей. Однако на практике за два месяца ни один клиент так и не попал на это заветное поле. Здесь работает теория вероятности в чистом виде.

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.