

Павел Воронцов

18+

МАРКЕТИНГ

С БЛАК-
ДЖЕКОМ

И ШУТКАМИ

оставь
конкурентов
в жопе
позади



НАГРАДА

ТЕБЕ ЗА ВНИМАТЕЛЬНОСТЬ
А ЭТО ПРОСТО ВЕТОЧКИ,
КОТОРЫЕ СОЗДАЮТ ЭФФЕКТ
ПРИЗНАНИЯ КНИГИ
ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ



Вершина успеха (Феникс)

Павел Воронцов

**Маркетинг с
блэкджеком и шутками**

«Феникс»

2022

УДК 39.1
ББК 65.290-2

Воронцов П. С.

Маркетинг с блэкджеком и шутками / П. С. Воронцов —
«Феникс», 2022 — (Вершина успеха (Феникс))

ISBN 978-5-222-35385-1

В эпоху развития всевозможных стартапов и личных брендов, а также гигантской конкуренции в любом направлении бизнеса особенно важно отличаться, вызывая доверие у клиента. Как этого добиться? В этой книге описаны непопулярные методы, позволяющие избежать ошибок в развитии бизнеса. Автор рассматривает творческую сторону такого широкого понятия, как маркетинг. С одной стороны, креативные методы – это, безусловно, искусство. С другой – этому искусству можно научиться. Все представленные в книге инструменты и алгоритмы можно применить на практике и убедиться в их эффективности. Полученная информация пригодится многим – предпринимателю любого масштаба, стартаперу, маркетологу и просто тому, кто хочет научиться генерировать крутые идеи. Манера повествования автора заставляет текст оживать – никаких дидактических материалов, только реальные примеры из жизни и бизнеса – с юмором и подробными профессиональными комментариями. Книга содержит нецензурную брань! В формате PDF A4 сохранен издательский макет.

УДК 39.1
ББК 65.290-2

ISBN 978-5-222-35385-1

© Воронцов П. С., 2022

© Феникс, 2022

Содержание

Благодарности	7
Часть 1	8
Для кого эта книга?	11
Какую ценность несет эта книга?	13
Конец ознакомительного фрагмента.	14

Павел Воронцов

Маркетинг с блэкджеком и шутками



Мнение издательства может не совпадать с мнением автора.

© Воронцов П. С., текст, 2022

© ООО «Феникс», оформление, 2022

© shutterstock.com, илл., 2022

Благодарности

Хочу поблагодарить всех своих друзей за поддержку, веру, переживания и обратную связь. Димочку Рыжкова, который искренне радовался, когда я подписывал договор с издательством, и при каждой встрече душевно спрашивал: «Ну как книга, бро?»

Макса Шульца с его острым умом и готовностью вовлекаться и помогать. Шульц сказал: «Ты просто не имеешь права не написать эту книгу, не ради себя, это не вопрос выбора, это одна из твоих миссий, это ответственность перед теми, кому необходимо ее прочитать». Свою команду – за ответственность и бескомпромиссность.

Хочу выразить благодарности своим клиентам за доверие и право вмешаться в их дела. За возможность делать то, что я люблю. За принятие и терпение порой резкого и скверного характера.

Своей маме – прежде всего за ее безусловную материнскую любовь, за переживание о книге и за блинчики:)

Своей дочери Майе – за то, что она есть, и за то, что своими вопросами и детской непосредственностью помогает мне иначе взглянуть на мир и учиться у нее.

Также хочу поблагодарить отца, который привил мне любовь к труду и спорту, за его безупречную порядочность и большое сердце.

Благодарности всем, кого не упомянул поименно, но кто так или иначе присутствует в моей жизни, меняет ее, находится или находился рядом.

Часть 1

Вступление



Книги про бизнес можно писать с серьезным видом, чтобы на столе – зеленое сукно и чашка чая с бергамотом, вдоль стены – внушительного вида домашняя библиотека, а за плечами – промышленная империя, как у Хэнка Риардена из «Атланта». Лицо серьезное, во взгляде читаются многолетний опыт и тоска, мол, сейчас, мои почтенные друзья, я не спеша поведаю вам обо всех тяготах и лишениях «взрослого» бизнеса.

У меня же в руках капучино в картонном стакане из Макдональдса, на джинсах дырки в области колен и на ногах красные кеды. Часы показывают половину девятого утра, а это значит, что у меня есть немного времени до встречи с клиентом, чтобы сделать несколько заметок для книги, текст которой ждет издательство, а смысл которой, возможно, позволит вам иначе взглянуть на свой бизнес, а может, и на жизнь.

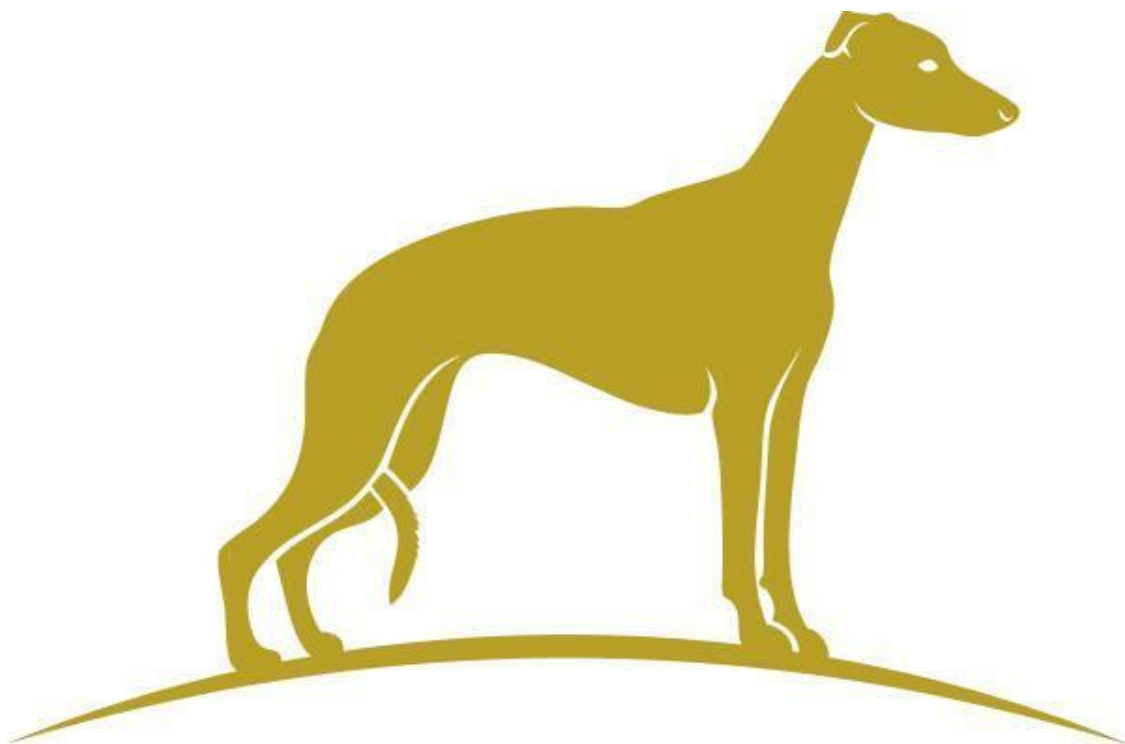
Уместно ли посещать деловые встречи в рваных джинсах? Я не знаю. Мне так удобно. Бизнес должен быть удобным для собственника и полезным для клиента, поэтому какая к черту разница?!

Еще у меня есть пес Маршалл породы уиппет, который иногда ходит на встречи со мной. Ну, а как я его оставляю дома, если он воспринимает мой дом целиком как еду? Иногда я замечаю улыбки на лицах клиентов, когда мы встречаемся в первый раз и они снисходительно списывают вызывающий внешний вид на область моей деятельности, думая, что я креативный. Рекламщик же должен быть креативным.

В коммерческой среде принято оперировать затейливыми формулировками, дабы показать свой уровень компетенции и прозвучать убедительно. Я же считаю, что важнее **донести суть** своему партнеру, или клиенту, или, как в данном случае, тебе, читателю.

Можно сказать:

«В данной ситуации первостепенное значение имеет комплекс действий, направленный на изучение количественных показателей ресурсов, обеспечивающих комфортную реализацию проекта и дальнейшее ведение деятельности в условиях малоизученной ситуации на рынке».



Я скажу:

«Чтобы не вляпаться в дерьмо, прежде чем справить нужду, убедись в наличии туалетной бумаги».

У меня нет задачи сделать классический учебник, написать текст с энциклопедическими трактовками понятий маркетинга и использованием зарубежной терминологии типа *ROI*, *RPU*, *Churn Rate*, *Hard offer*, чтобы показать, как много умных слов я знаю, в надежде произвести на тебя впечатление.

Я с радостью расскажу, **как грандиозно можно обосраться и потерять много денег** и как этого не сделать. Эффектные словечки не помогут, если на встрече клиент с миллиардными оборотами и 30-летним опытом работы на рынке скромно признается, что в их компании нет *CRM* (системы учета взаимодействия с клиентами).

То, что хорошо и необходимо для компании уровня *Coca-Cola*, может быть абсолютно неприменимо для малого и среднего бизнеса российской действительности.

В книге я расскажу о собственном опыте в разных коммерческих сферах, о своем видении, понимании и позиционировании бизнеса, о своих клиентах, об успешных рекламных кампаниях и не очень, о сильных решениях и слабых. Дам конкретные прикладные инструменты, которые вы сможете взять в работу.

В первой части я вылью ушат помоев на те ценности и методы построения бизнеса, которыми руководствуются говнокомпании. Затрону тему стратегического маркетинга и буду отвлекаться на веселые истории из своей практики.

Во второй части я с открытой душой спалю все фишки упаковки бизнеса. Это та тема, которую я активно внедряю на рынок, потому что это работает. Она позволила вырасти моему оптовому бизнесу в 2,5 раза и послужила основой для создания маркетингового агентства.

Для многих «упаковка бизнеса» – это абсолютно непонятный термин и совсем сырая услуга для российской бизнес-действительности в целом. Возможно, после выхода этой книги появятся новые молодые компании и специалисты, которые будут продавать «упаковку бизнеса», потому что в книге вы найдете отличную полноценную инструкцию «делай раз, делай

два» для совершения сего магического акта. И если они будут делать это хорошо – буду рад, что смог принести пользу.

Третья часть будет посвящена моему фетишу – решению задач. Попробуем оседлать такую вещь, как творчество, чтобы не звать музу в окно, а использовать творчество как прикладной инструмент в бизнесе. Решать самые сложные, самые нерешаемые задачи с минимальным количеством ресурсов и максимально крутым результатом.

Для кого эта книга?

Для тебя. Для предпринимателя. Для целеустремленного, амбициозного, работоспособного и мыслящего человека. Я постараюсь вас убедить в том, что маркетинг строится на оценке, анализе и мышлении, а не тупо на инструментах. Постараюсь влюбить вас в процесс изобретательства.

Эта книга для того, кому важно уметь донести ценность своей деятельности, отличать пустое от твердого, не бояться конкуренции, зарабатывать деньги и получать от этого процесса удовольствие.

Кстати, хочу отметить, что из уст обучателей бизнесу в интернетах я часто слышу фразу вроде: «Бизнес в первую очередь должен нести деньги его учредителю».

Но это всего лишь то, что хочет слышать человек по ту сторону экрана. И для того, чтобы придать вес своим словам, приводят определение предпринимательской деятельности, которое звучит как *«самостоятельная, осуществляемая на свой риск экономическая деятельность, направленная на систематическое получение прибыли от пользования имуществом и/или нематериальными активами, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг»* ... Буэ-э-э (звук блюющего меня). По сути, определение воспринимается слушателем как «главное, чтобы бабки приносил». Так вот – не главное.

Конечно же, делать бизнес – значит делать деньги. То есть извлекать прибыль из ДЕ-Я-ТЕЛЬ-НОС-ТИ, которая, в свою очередь, направлена на удовлетворение потребностей ваших клиентов, то есть бизнес должен:

- ✓ решать проблемы;
- ✓ нести пользу;
- ✓ создавать безопасность;
- ✓ улучшать жизнь;
- ✓ обеспечивать комфорт;
- ✓ приносить удовольствие;
- ✓ создавать эмоции и т. д.

Чем качественнее вы умеете извлекать прибыль из собственной деятельности, тем эффективнее и прочнее ваш бизнес.

Да что ж такое! Как будто просто буквы переставляю, а смысл где-то между строк так и плавает. Давайте так... Когда вы ориентируетесь в первую очередь на деньги, страдает вся суть вашей деятельности – ваши клиенты недовольны, ваши сотрудники не преданны, по сарафанному радио передают, что вы говнокомпания.

Когда ориентир направлен на максимально высокий уровень удовлетворения ваших клиентов, это позволяет не заработать, а зарабатывать на длинной дистанции. Растут в количественных и качественных показателях.

Деньги – это результат, который складывается из суммы:

- ✓ деятельности, направленной на ваших клиентов (качество продукта, уровень сервиса, гибкость, клиентоориентированность);
- ✓ деятельности, направленной на эффективное управление компанией (управление персоналом, планы, продажи, контроль, делегирование, масштабирование, маркетинг, реклама, обучение персонала и пр.).

И я сейчас даже не про мораль, духовность, ценности и добродетель. Я о прикладном подходе, о том, как это устроено и работает.



Какую ценность несет эта книга?

Я абсолютно уверен, что единственный способ научиться чему-либо, в том числе и творчеству, – это заработать свой опыт. Применение готовых решений – тупиковый путь. Это может помочь получить какой-либо результат, но не поможет научиться.



«Ландэн ис зе кэпитал оф Грейт Британ». Помните, как в школе необходимо было зубрить наизусть английские тексты? А потом, отвечая у доски, стоило забыть одну фразу, и вы не могли дальше сказать ни слова, в панике перебирая в голове все английские слова и фразы. Зачастую безуспешно. Знание есть. А толку? Другое дело, когда вы разобрали текст, знаете его на русском и у вас есть понимание, как строить предложения, переводя с русского на английский. И в этом вся суть. Суть – в понимании. В нашем случае – понимании устройства, задачи и принципов маркетинга.

Понимание – это способность использовать знания, это перенос из области теории в прикладную, практическую область. Понимание важнее знания.

Именно этому посвящена книга.

Принц оставался в столице, ожидая возвращения императора из похода. Друзья и даже малозначительные люди настойчиво советовали ему бежать, не дожидаясь возвращения императора. Бежать вместе с семьей, спасая свою жизнь. И предлагали помощь в бегстве. Но принц не понимал, чем он заслужил немилость.

Совесть его была чиста, и до сих пор он был верной опорой императору. Он был в смятении, и сама жизнь стала для него невыносима от непонимания происходящего. Сигналы множились, подтверждая грозящую ему опасность, но никак не проясняли происходящее. Ему сообщили, что путь морем для него уже отрезан, что медлить более нельзя. Гуляя с женой по парку, они лихорадочно перебирали все возможные причины и поводы случившегося и ничего не могли найти! И принц почувствовал, что сходит с ума, привычная и понятная связь событий рушилась с тихим шелестом, превращаясь в кучу обломков поступков и связей.

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.