

УДК 339.138
Д44

Серія «Бізнес»

Перекладено за виданням:

Dib, Allan. The 1-Page Marketing Plan: Get New Customers, Make More Money, And Stand Out From The Crowd / Allan Dib. — Miami : Successwise, 2018. — 232 p.

Переклад з англійської *Марини Черник*

Дизайнер обкладинки *Рената Куртвелієва*

Діб А.

Д44 Маркетинговий план на одну сторінку / Аллан Діб; пер. з англ. М. Черник — Х. : Віват, 2020. — 288 с. : іл. — (Серія «Бізнес», ISBN 978-966-942-862-2).

ISBN 978-966-982-126-3 (укр.)

ISBN 978-1-989025-01-7 (англ.)

Перший крок до успіху в мінливому світі бізнесу — це вдалий маркетинговий план, орієнтований на споживача. Що краще й детальніше ви розробите його, то легше і швидше збільшите свій прибуток. «Маркетинговий план на одну сторінку» — це ті бізнес-стратегії, які справді працюють, і Аллан Діб може легко це довести. Він започаткував і розвинув багато підприємств у різних галузях, зокрема в ІТ, телекомунікаціях і маркетингу. Сьогодні його тактик дотримуються як світові акули бізнесу, так і власники невеликих компаній. Ця книжка допоможе вам правильно позиціонувати свій продукт і бренд, залучити нових клієнтів і партнерів, а також вигідно вирізнятися з-поміж конкурентів і досягти неймовірного успіху.

УДК 339.138

ISBN 978-966-942-862-2 (серія)

ISBN 978-966-982-126-3 (укр.)

ISBN 978-1-989025-01-7 (англ.)

© Successwise, 2018

© ТОВ «Видавництво «Віват»», видання українською мовою, 2020

Зміст

Подяки	5
Вступ	8
I ДІЯ. ЕТАП «ДО»	39
Розділ 1. Вибір цільового ринку	41
Розділ 2. Створення повідомлення	57
Розділ 3. Залучення потенційних клієнтів за допомогою рекламних носіїв	103
II ДІЯ. ЕТАП «ПІД ЧАС»	129
Розділ 4. Залучення зацікавлених потенційних клієнтів	131
Розділ 5. Плекання зацікавлених потенційних клієнтів	141
Розділ 6. Конверсія продажів	167
III ДІЯ. ЕТАП «ПІСЛЯ»	195
Розділ 7. Забезпечення найвищої якості	197
Розділ 8. Підвищення довічної цінності клієнта	227
Розділ 9. Планування й стимулювання рекомендацій	255

Вступ

Про що йдеться?

Якби мене попросили узагальнити зміст цієї книжки в одному реченні, то воно б звучало так: «Найкоротший шлях до грошей». Я свідомо говорю про це одразу, оскільки не хочу гаяти ваш час.

Я впевнений, що це вступне речення відштовхне велику кількість людей, і, щиро кажучи, мені ліпше, щоб вони читали бізнес-видання інших авторів, сповнені милих слухові кліше на кшталт «прямуй за своєю пристрастю», «працюй наполегливо», «наймай правильних людей» тощо.

Якщо саме це вам потрібно, тоді вам на *Amazon*. Там ви знайдете силу-силенну бізнес-літератури з усіх цих захмарних понять, здебільшого написаної професійними авторами й дослідниками, але ніхто з них сам ніколи не започатковував успішного бізнесу.

Ця книжка відверто і безсоромно розповідає про те, як успішно розвивати бізнес і користатися перевагами такого успіху.

Нестача кисню завдає незручностей

Як влучно сказав Зіг Зіглар: «Гроші не головне... але їх можна прирівняти до кисню».

Так, ніщо — НІЩО — не вбиває бізнес швидше, ніж нестача «кисню» (іншими словами, грошей).

Чому я так безсоромно зосереджений на зароблянні грошей? Є кілька вагомих причин.

По-перше, у бізнесі практично не існує жодної проблеми, яку не можна було б розв'язати за допомогою більшої кількості грошей. А це зручно, адже практично в будь-якому бізнесі, мені відомому, повно проблем. Гроші допомагають давати раду з тим, що може перетворити бізнес на суцільну халепу.

По-друге, якщо ви здатні впорядкувати власні проблеми, у вас є можливість допомогти іншим.

Якщо ви прийшли в бізнес не заради грошей, то ви або каже-те неправду, або ж це хобі, а не бізнес. Авжеж, ви можете досконало створювати цінності, змінювати світ і таке подібне, але як ви збираєтеся це робити без грошей? Скільком людям ви зможете допомогти?

Перед польотом у літаках проводять безпековий інструктаж, і бортпровідники завжди наголошують таке:

У разі раптового зниження тиску в салоні літака будуть подані кисневі маски, розташовані зверху, над вашим кріслом. Надіньте маску на рот та ніс і затягніть ремінець. Якщо ви подорожуєте з дітьми або з кимось, хто потребує допомоги, спершу одягніть маску собі, а потім допоможіть іншим.

Чому необхідно спершу надіти маску собі, а потім допомагати іншим? Бо, якщо ви знепритомнієте в кріслі через нестачу кисню:

- по-перше, ви більше нікому не зможете допомогти,
- і, що ще гірше, доведеться використовувати обмежені ресурси на ваш порятунок — інакше ви можете померти.

Знати, що робити

У *The Book of Survival* («Книзі виживання») Ентоні Грінбанк пише:

Щоб вижити в безвихідній ситуації, не потрібні швидкість реакції пілота «Формули-1», м'язи Геркулеса та розум Ейнштейна. Вам просто необхідно знати, що робити.

Статистика не дає точних даних про кількість підприємств, які припиняють своє існування в перші п'ять років. За деякими оцінками, їх аж 90%. Хай там як, я ніколи не зустрічав статистичних даних, де їх було б менше від 50%. А це означає, що навіть для надзвичайно оптимістично налаштованих шанс складає 50 на 50, що за п'ять років ваші двері ще будуть відчиненими.

Та далі ще гірше. У статистиці враховуються лише ті підприємства, які повністю припиняють свою діяльність. Не враховуються ті, які застрягають на найнижчому рівні розвитку й повільно вбивають власників або змушують їх животіти.

Ви ніколи не замислювалися, чому більшість малих підприємств не просувається далі середнього рівня?

З одного боку, в цій ситуації маємо Піта — сантехніка, який працює по 16 годин на день без вихідних, ніколи не був у відпустці, але заробляє рівно стільки, що ледь тримається на плаву. А з іншого боку — Джо, який керує водопровідною компанією, де

на нього працюють двадцять сантехніків. Іноді здається, що він тільки те й робить, що рахує величезні суми грошей, які ллються йому невпинним потоком.

Досить часто малі підприємства не розвиваються вище рівня, на якому прибутків вистачає лиш на те, щоб власнику(ам) більш-менш вистачало на життя. Здається, будь-які зусилля власника(ів) зовсім марні, а спроби перейти на наступний рівень ведуть до глибокої зневіри. На цьому етапі є два варіанти розвитку подій: вони позбавляються ілюзій або ж миряться зі своєю долею, що їхній бізнес — просто низькооплачувана справа на самообслуговуванні.

Насправді ж багатьом власникам бізнесу, можливо, краще полишити бізнес і знайти роботу у своїй галузі. Там вони напевно працювали б менше годин, відчували б менше стресу, більше переваг і мали б більше вільного часу, ніж у в'язниці, яку самі собі створили. Водночас деякі власники бізнесу, здається, мають усе це. Вони працюють стільки часу, скільки вважають за потрібне, мають неймовірний прибуток від свого підприємства й постійно розвиваються.

Багато власників бізнесу, втрапивши у скруту, звинувачують у всьому свою галузь. Авжеж, деякі галузі переживають занепад — першими на думку спадають книгарні або пункти відеопрокату. Якщо ви належите до цих мертвих або ледь живих галузей, можливо, час обмежитися наявними збитками й іти далі, а не катувати себе до смерті фінансово. Особливо важко дається таке рішення, якщо ви вже давно в цій галузі. Однак зазвичай люди звинувачують свою галузь, просто шукаючи, на кого б перекласти провину. Найчастіше я чую такі скарги на адресу галузі:

- зависока конкуренція;
- занизька прибутковість;
- онлайн-дискаунтери забирають клієнтів;
- реклама не працює.

Однак провина галузі в цьому — рідкість; зрештою, є в цій царині й ті, хто почувається дуже добре. Тому виникає питання: а що ж вони роблять інакше?

Багато власників малого бізнесу потрапляють у пастки, описані у відомій книжці Майкла Гербера *The E-Myth Revisited* («Переосячення міфу підприємництва»). Ідеться про успішних у своїй галузі фахівців, таких як перукар, стоматолог тощо. Як люди з тим, що Гербер називає підприємницькою хваткою, вони починають собі думати: чому я маю працювати на боса-ідіота? Успішний у своїй справі — започаткую власний бізнес.

Це одна з **ОСНОВНИХ помилок, якої припускається більшість власників малого бізнесу**. Вони відмовляються працювати на боса-ідіота, щоб самим стати босами-ідіотами! І тут головне ось що: те, що ви технічно вправні у своїй справі, ще не означає, що ви спроможете налагодити бізнес у вашій галузі.

Отже, повертаючись до нашого прикладу, хороший сантехнік — це не обов'язково найкращий власник підприємства у водопровідній галузі. Надзвичайно важливо розуміти цю різницю, адже саме тут криється основна причина приреченості на поразку більшості підприємств малого бізнесу. Власник фірми може мати бездоганні технічні навички, але незнання основ ведення бізнесу провадить підприємство до краху.

Я це кажу не для того, щоб відмовити вас від створення власного бізнесу. Доведеться докласти багато зусиль, щоб опанувати

не лише технічні аспекти вашої справи, але й комерційні. Бізнес може бути чудовим засобом досягнення фінансової свободи й особистісної реалізації, але тільки для тих, хто усвідомлює цю важливу різницю і розуміє, що необхідно робити для того, щоб бізнес був успішним.

Якщо ви добре розумієтеся на технічних аспектах вашої справи, але відчуваєте, що вам не завадила б певна допомога в питаннях бізнесу, ви в правильному місці й у правильний час. Основне завдання цієї книжки — змінити вашу розгубленість на визначеність, щоб ви розуміли, що саме потрібно робити, щоб досягти успіху в бізнесі.

Професіонали мають план

У дитинстві мені дуже подобався серіал «Команда А». Якщо ви ніколи його не дивились, ось стислий зміст 99% серій:

1. Погані хлопці влаштовують переслідування й погрози безневинній людині або групі осіб.
2. Безневинна людина або група осіб просить Команду А про допомогу.
3. Команда А (різношерста купка колишніх військових) розгромлює, принижує й проганяє поганих хлопців.

Усі серії незмінно закінчуються тим, що Ганнібал (мозок Команди А) закурює сигару й тріумфально бурмоче: «Люблю, коли все йде за планом».



Візьміть будь-яку професію з великими ризиками — там завжди дотримуються добре продуманого плану. Професіонали ніколи не імпровізують.

- Лікарі дотримуються плану лікування.
- Пілоти авіаліній дотримуються плану польоту.
- Військові дотримуються плану військової операції.

Як би ви поставилися до того, що в одній із вище названих служб вам скажуть: «До дідька план. Імпровізуймо». Проте саме так чинить більшість власників бізнесу.

Повсякчас виявляється, що ті, хто припускається великих помилок, не мали плану. Не допустіть, щоб це трапилося з вами й вашим бізнесом. І хоч ніхто не гарантує вам успіху, наявність плану значно підвищує його ймовірність.

Ви ж не хотіли б опинитися в літаку, де пілот не подбав про план польоту, тож не покладайте своє життя та життя рідних на бізнес, для якого ви не подбали про бізнес-план. Тут ризики приблизно такі ж високі. Через зруйнований бізнес часто страждають шлюби, дружба, робота та багато іншого.

У зону ризику потрапляє дещо більше за ваше его, тому час стати профі та створити план.

Неправильний план

Починаючи підприємницьку діяльність, я був досить розумним, щоб усвідомити важливість бізнес-плану для мого успіху. На жаль, на цьому моя мудрість закінчувалася.

Скориставшись допомогою бізнес-консультанта (який, до речі, ніколи не мав власного успішного бізнесу), я зрештою став на багато тисяч доларів біднішим, зате мав документ, про який більшість власників бізнесу ніколи не задумується, — бізнес-план.

Мій бізнес-план складався з кількох сотень сторінок. Були в ньому графіки, схеми, проєкції та багато-багато іншого. На вигляд пречудовий документ, але за змістом — купа нісенітниць.

Я запхав його у верхню шухляду письмового столу і більше не бачив аж до того дня, коли переїжджав до іншого офісу й мусив звільнити стіл.

Я здмухнув із нього пил, прогортав і кинув у смітник, злий на самого себе за витрачені гроші на того горе-консультанта.

Проте пізніше, обміркувавши ту ситуацію, я зрозумів, що, хоч сам документ і містив купу нісенітниць, пройдений