

— ENDI SERNOVIS —

SARAFAN MARKETING



AQILLI KOMPANIYALAR QANDAY QILIB O'ZLARI HAQIDA
GAPIRISHGA MAJBUR QILISHADI

Odamlar doimo tovar va xizmatlar to'g'risida gapirishadi: soch uchun bo'yoqlar, mashinalar, kompyuterlar, teledasturlar, tozalovchi vositalar haqida. Ular bu narsalarni tanqid qilishlari, qo'shnilari va do'stlariga tavsiya qilishlari mumkin yoki internetda sizning millionlab mijozingiz bo'lishi mumkin bo'lgan odamlarga qoyilmaqom qilib izoh yozishlari mumkin. Mana shu narsa haqida siz orzu qilmaysizmi?

Bunday natijaga oson enshish mumkin. Buning uchun marketing donosi bo'lish yoki ko'p pul sarflash shart emas — hammasi siz o'ylaganingizdan ko'ra oddiyroq. Oddiygina sarafan radioni yoqish yoki o'chirishni o'rganish kerak. Bu qanday qilinadi? Sizning oldingizda odamlarni sizning mahsulotingiz haqida gapirishga undash va qanday qilib ushbu so'zlashuvlarni harakatlanish texnologiyasiga aylantirish bo'yicha oddiy va tushunarli amaliy boshqaruv turibdi.

Mundarija

Seta Godinadan so'zboshi	12
Muallifdan	14
Yaxshi marketing bu — oson	15
Va'da	17
Muqaddima	18
Oddiy marketingdan ko'proq	19
Umumiy qoidalar bo'yicha o'yin	20
Gap internetda emas	22
Sarafan marketing bizni haqqo'y qiladi.	23
Siz haqingizda aliaqachon gapirishyapti	24
Bu kitob qanday o'qiladi?	26
Nimadan boshlash kerak	26
Misollar, hikoyalar va ma'lumotlar	26
Qo'shimcha ma'lumotlar	27
1. Sarafan marketing nima?	29
O'zingiz haqingizda gapirishlariga majburlang	29
Hamma gap «M» harfli so'zda	30
Nima uchun hozir?	30
Marketingdan ko'ra kengroq (balki, umuman marketingmasdir)	32
Sarafan marketingning 4 ta qoidasi.	36
1-qoida. Qiziqarli bo'ling	36
2-qoida. Sodda bo'ling	37
3-qoida. Odamlarni baxtli qiling	39
4-qoida. Ishonch va hurmat qozoning	40
Siz haqingizda gapirishlarining uch sabab	43
1-sabab. Siz: ular sizni va mahsulotingizni yaxshi ko'rishadi	43

2-sabab. Men odamlar bilan gaplashib o'zimni yaxshi his qilaman	46
Biz aqilli ko'rinishni xohlaymiz	46
Biz boshqa odamlarga yordam berishni xohlaymiz	47
Biz o'zimizni kerakli ekanligimizni his qilishlarini xohlaymiz	48
3-sabab. Biz: biz guruh aloqalarini his qilamiz	48
Sarafan marketing qanday to'xtatiladi?	50
Mukofot va rag'batlar	50
Ortiqchalik	52
Siz haqingizda nima uchun gapirishayotganini unutmang	52
Sarafan marketing elementlari: NMIIK.....	54
1. Notiqalar: Siz haqingizda gapiradiganlarni toping	56
2. Mavzu: Odamlarga gaplashish uchun bahona bering	58
3. Vositalar: Ma'lumotlarni tez va uzoq muddatda ovoza bo'lishiga ko'maklashing	57
4. Ishtirok: Suhbatga kirishing	59
5. Qidirish: Siz haqingizda nima deyishayotganliklarini va ko'rsatkichlarni aniqlang	60
Amaliyotdagi holat: Intuit — NMIIQdan foydalanish	61
Sarafan marketing – aldov emas	63
Sarafan marketingni soxtalashtirish mumkin emas	64
Faqatgina o'zingizda bo'ling	65
Halol bo'lib qolish oson	66
Oddiygina yo'q deb ayting	67
Sarafan marketingning etikasi: Esdalik	69
Sarafan marketing doimo eng samarali bo'lgan (Bor-yo'g'i siz bu haqida bilmagansiz)	70
1-muammo. Biz uni o'z nomi bilan atamaymiz	71
2-muammo. Nolga bo'lish qiyin	73
Marketing yetimlari	74

Endi sarafan marketing sizning biznesingiz uchun qanchalik ahamiyatli ekanini bilasiz..	76
2. Chuqur mulahazalar: 6 muhim g'oya	77
Endi boshqaruv xaridorlarda - bunga odatlanishga to'g'ri keladi	77
Ommaviy ishtirok: Barcha aqldan o'zganiga o'xshab fikrlarni yog'diradi.....	78
Men kabi odamlar.....	79
Keng ommalashish so'zlat barcha tomonlarga ovoza bo'ladi	80
An'anaviy OAV va sarafan radio ilm-fanni egalladi.	82
Marketing bu ish, so'z emas	86
Sizning «shaxsiy ishingiz»	89
«Shaxsiy ishini» to'g'irlaymiz	89
Qanday qilib soatiga 8 dollardan yaxshi foydalanish mumkin?	90
To'g'riliklik - sarafan marketingning mohiyati..	91
Sarafan radio marketingni halol qiladi..	91
Matematika – mijozlarning hayratlanishi	91
Ucha matematik vazifa	95
1-masala	95
2-masala	95
3-masala	96
Tiyin rublni qilolmaydi.	97
Eng muhimi.	98
Sarafan marketing ko'proq pul keltiradi	99
3. Sarafan marketing manifesti (hujjat)	101
4. NMIQ harakatda	102
Sarafan marketingga singuvchi reja yaratamiz	102
Sizning OTIULOingizga joylashamiz	102
Sodda bo'ling	104
Amaliyotdagi holat: FreshBooks - miriad tangalari	106
5. Notiqalar: Siz haqingizda do'stlarga kim gapiradi?	108

Sizning vazifangiz —siz haqingizda gapirishni yoqtiradigan odamlarni topish	108
Kim ular bizning notiqalar?	109
Notiqalar bu - oddiy odamlar.....	110
Notiqalar har doim ham ko'p pul sarflashmaydi..	112
O'zingizning notig'ingizni toping.....	114
1-notiq. Mamnun xaridorlar.....	114
2-notiq. Internetdagi odamlar.....	115
3-notiq. Logotip ishqibozlari.	116
4-notiq. Mahalliy xodimlar	116
5-notiq. Tinglovchilar	117
6-notiq. Muxlislar va ishqibozlar.....	117
7-notiq. Mutaxassislar	118
Qanday qilib yaxshi notiqalarni aniqlash mumkin?.....	120
Qo'rquv.....	120
Obro'.....	120
Aloqa.....	121
Imkoniyat.....	121
Sizning notig'ingiz xususiyati.....	123
Notig'ingizning ko'rinishi yarating	123
Aloqa o'rnatish rejasini tuzing	125
1-qadam. Ruxsatnoma va aloqa ma'lumotlarini oling	126
2-qadam. Aloqa vositasini yarating	126
Notiqalarni ta'minlang	127
Ko'ngillilar darsi: Notiqalarni qanday ruhlantiriladi?	128
Notiqalarga tashakkur izhor eting	131
Shaxsan minnatdorchilik bildiring	132
Oshkora minnatdorchilik bildiring	133
O'z dasturingiz bilan hurmat qozoning	133
Notiqalar uchun dastur ishlab chiqing.....	135
Fan-klub	135
Sizning elchilaringiz.	136
Mijozlarning mukammal maslahatlari	137

Sarafan marketing

Sodiqlikka undang..	138
Oddiy narsa tashkillashtiring	140
6-mavzu: Suhbat nima haqida ixtyopli?	143
Sizning vazifangiz odamlarga suhbatlashish uchun sabab berish	143
Imkonni missiya bilan chaqashtirmang	143
Yaxshi mavzuni qanday topiladi?	146
Yaxshi mavzular juda oson	146
Yaxshi tabiiy mavzular	148
Yaxshi mavzuni taqqitish oson	148
Ajoyib mavzu kutilmaganda paydo bo'ladi..	149
Qanday qilib yaxshi mavzuni qo'llab-quvvatlash mumkin?	151
O'z mavzuingizni tekshiring	151
Yangiligicha saqlang	151
Mavzudan uzoqlashmang	152
1-qadam. Bugun foydalanish mumkin bo'lgan mavzu toping	154
Arzon narxda sotish	154
Ajoyib xizmat.	155
Ahmoqlik qiling	157
Xayriya tashkilotlari bilan hamkorlik	158
2-qadam. Siz haqingizda gapiradigan jamoani ishga tushiring	160
Qayta takrorlanadigan reklama	160
Virusli kompaniya	161
Tekin axborot.	163
Ahmoqona tryuklar	164
3-qadam. Munosib gap-so'zli kompaniya bo'ling	166
Ajoyib mahsulot	166
Noyoblik	167
Unutilmas xaridlar.....	168
O'z brendingizga mavzu yarating	169
Harakat rejasi: sizning mavzuingiz qanday topiladi?	172

7. Vosita: ma'lumotni tarqatishga qanday yordam beriladi?	175
Sizning vazifangiz: shunday qilingki, siz haqingizda gap-so'zlar oson tarqalsin	175
Shiddatli oqim	176
Internet- eng kuchli vosita	177
Sarafan marketingning 3 majburiy vositasi	177
Siz haqingizda gapirishlarini so'rang	177
Elektron xat yozing	179
«Do'stingga aytib ber» havolasi.	181
Bo'lishishda yordamlashing	182
Bittaning narxiga ikkita	185
Megavirusli veb-sahifa yarating	186
Sarafan marketingni mahsulotga integratsiyalashtiring.....	187
Tarmoqli samaraga erishing.....	188
Qanday qilib ulashish kerak?.....	189
Elektron materiallar	189
Tekin namunalar va tarqatma materiallar	190
Muqovani bezang	191
Asal oyi uchun to'plam	192
Oson tushunib olishlari uchun	193
Namunalar yarating va eking	194
Brend mahsulotlarning kuchi.	196
Suhbatlashish uchun kichkina imkoniyatlar	197
Reklama bo'lishish uchun	198
Bloglar	199
Bloglar xabar tarqatishda yordam beradi..	199
Bloglar yangi mavzularni yaratadi	199
Bloglar suhbat joyi bilan ta'minlaydi..	200
Bloglar mavqeni oshiradi	200
Jamiyat va ijtimoiy media	201
O'z jamiyatingizni yarating	201

Qanday qilib ijtimoiy mediani sarafan marketing vositasiga aylantirish mumkin?.....	202
Foydalanuvchilarga profili va shaxsiy sahifa yarating....	203
Ijtimoiy mediaga moslashing.....	204
Notiqlardan sizga qo'shilishlarini so'rang.....	204
Noyoblik, sirlar va kutilmagan narsalar.....	205
Noyoblikdan foyadalaning.....	205
Maxfiylikka rioya qiling.....	206
Yopiq namoyishlar tashkil oling.....	207
Mayli, notiqlar qayta ishlash jarayonida ishtirok etishsin....	208
Shaxsiy tajriba haqida hikoyalari va xaridorlarning murojaatlari.....	210
Ijobiy shaxsiy tajribalar haqidagi hikoyalarni ko'paytiring.....	210
Tavsiya qiluvchi saytlar bilan ishlash.....	212
Passiv gap-so'zlarni qo'lga oling.....	213
B2B sarafan marketing.....	214
Siz allaqachon buni bajaryapsiz.....	215
Sizning mijozlaringiz ham buni bajaryapti.....	215
Sarafan marketing B2Bning eng yaxshi usullari.....	216
Konferensiya va ko'rgazmalar.....	218
8. Ishtirok: suhbatga qanday kirishiladi?.....	220
Sizning vazifangiz: suhbatda ishtirok etish.....	220
Suhbatga qanday kirishiladi?.....	222
Suhbatlashish joyini toping.....	222
Javob bering va fikr bildiring.....	223
Sizga yaxshi munosabatda bo'lganlarga minnatdorchilik bildiring.....	224
Muammoni hal qiling va mijozlarni hayratlantiring.....	224
Oddiygina qo'shiling.....	225
Ishtirokchini to'g'ri tanlash.....	228
Kim blog yuritishi kerak?.....	229
Bu xavfli emasmi?.....	229

Kilometrlab ustunlar va yo'l panjaralari	230
Nimadan boshlanadi?	231
Yaxshi usullar	232
Hech qachon sotmang	232
Qoidaga amal qiling.....	232
O'zingizni nomlang: bir nechta sehrli so'zlar.	233
Sarafan marketing jarayonidagi axborotlarning oshkoraligi. «Qanday qilib pand yeb qolmaslik mumkin?»	234
Mamnun mijozlarning buyuk kuchi	236
Ahmoqona mish-mishlar bilan ishlaymiz	241
G'alaba muhim emas	242
To'rtta himoya strategiyasi	243
1. Sizga munosib bo'lmaguningizcha mavqe uchun kurashing	243
2. Kulbadagi chiqindi.....	244
3. Qo'yavering buni muxlislar bajarishsin	244
4. Vaziyatni qo'ldan chiqarmang	245
Ahmoqona mish-mishlarga qanday munosabat bildirish kerak?	246
Asosiy javob qaytaruvchi strategiya	246
Ahmoqona, noto'g'ri fikrlar va niqoblangan raqobatchilar.....	242
Bloglar chirpirak bo'ldi.	248
G'alaba doim siz tarafda	249
9. Qidiring: Odamlar siz haqingizda nimanı gapirishmoqda	251
Sizning vazifangiz: Mish-mishlarnı eshitish va xulosaqilish	251
Ilg'or texnologiyalarning o'zgarishi	252
Oddiy usullar siz haqingizda gapirishayotganini aniqlab beradi	254
Onlayn vositalardan foydalaning	254

Sarafan marketing

O'zaro aloqalarni qo'llab-quvvatlang	255
«Do'stingga aytib ber» namunasiga e'tibor qarating	256
Siz qanchalik suhbatga loyiq ekaningizni aniqlang	257
Odamlarga qo'shiling	257
Odaliy va elektron pochta jo'natmasi	258
Sof qo'llab-quvvatlash indeksini hisoblang	259
Sarafan marketing ahamiyati qanday aniqlanadi?	260
Maxfli statistikalami oydinlashtiramiz	260
Daromadidan sarafan marketing uchun investitsiya ajratamiz	261
Tavniyalar bo'yicha savdo qilish	261
«Do'stingga aytib ber» namunasi bo'yicha mijozlar kelishi	262
Yaxshi xizmat ko'rsatish natijasidagi savdo	262
Jamoatchilikda ishtirok etishdagi tejamkorlik	263
Xulosa. Sarafan marketingning rad etib bo'lamaydigan 16 usuli.	264
Harakat rejasini tuzamiz	266
Sizning tanlovingiz eng yaxshisi bo'lishi mumkin	267
Minnatdorchilik	268
Gay Kavasakining xotimasi..	270
Muallif haqida	272

Seta Godinning so'zboshi

Endyni muhokama qilishardi. U qanday sohada bo'lmasin, qanday sohada ishlamasin Endy Sernovitz suhbat mavzusi bo'lar endi.

Bu uning siri edi. Hamma mavzuga ijobiy munosabat bo'lardi (hattoki to'xtating deb yoki boringlar deb qarshilik qilmasdi). Endy suhbatlarga mavzu bo'lishga va bunday suhbatlarning davom etishiga ko'maklashuvchi tashkilotni yaratishda mehnatsiz erishishni yoritib berdi. U sarafan marketingning nafas oluvchi tirik namunasi edi.

Bu ushbu mavzudagi birinchi kitob emas (Men 11 yil avval «G'oya-virus? Epidemiya!»ni yozdim va o'shanda havaskor emasdim). Balki, bu ham oxirgisi bo'lmas. Ammo bu kitob sizga ikkita narsani taklif qiladi. Birinchisi, Endyning zaiflikdan to yetuklikkacha bo'lgan ish maydonidagi uslublarni; ikkinchisi, doimo sizning boshlig'ingiz gapiradigan g'oyatda oddiy noprofessional jargonda ta'rif olasiz.

Sarafan marketingning samaradorligini oshiradigan odamlarga yangi imkoniyatlarni orzu qilish uchun qandaydir assotsiatsiya kerakmi? Shaxsan bunga shubhalanaman. Agarda haqiqatan ham kerak bo'lsa, hech qachon ajoyib narsalar ixtiro qilishdan to'xtamaydigan, doimo bir-birini harakatga undaydigan va albatta suhbatlar mavzusi bir bo'ladigan mahsulot ishlab chiqaruvchi odamlar guruhi bor va Endy bunday odamlar sirasiga kiradi.

Rohatlaning.

Set Godin «Binafsharang sigir» kitobi muallifi

Agarda sen haqingda ko'p gapirish yoqimsiz bo'lsa, umuman gapirishmasa, undan ham battar bo'ladi. Oskar Uayld, «Dorian Grey portreti»

¹ Bu yerdagi va keyingi tarjimalar M.Abkinaga tegishli