

СОДРУЖЕСТВО



Январь '14

Малобюджетный маркетинг или партизанский бой за клиента.

Как поднять продажи, не вкладывая ни копейки?



Вы можете увеличить чистую прибыль SUN Studio на десятки процентов, а иногда и в разы, используя несложные в реализации и недорогие (либо вообще бесплатные) приемы из инструментария партизанского маркетинга. Эти приемы не заменяют собой остальной маркетинг, но неплохо его усиливают, принося дополнительные деньги без дополнительных затрат.

Термин «партизанский маркетинг» («guerilla marketing») ввел в оборот американский маркетолог Джей Левинсон. Этот человек в 1951 году придумал «ковбоя Marlboro», один из самых успешных брендов в мире. Потом Левинсон обобщил свой маркетинговый опыт в книге «Готовься, целься, пли!», где впервые был упомянут guerrilla marketing. «Guerrilla» в переводе с испанского -

«партизанская война». Это слово вошло в обиход после Пиренейской войны 1808-1814 годов, когда армия генерала Веллингтона одержала победу над Наполеоном. Великому полководцу катастрофически не везло на партизан, в России, например, он даже жаловался Кутузову, что, дескать, воюют они нечестно.

Высший класс партизанского маркетинга - когда идея или товар «цепляют» настолько сильно, что потребители сами становятся каналом его продвижения. ПМ предполагает, что вы тратите на рекламу мало денег или вообще их не тратите. Его главная задача - запомниться потенциальному покупателю, побудить его сделать определенное действие, но сделать это нужно с минимальными денежными затратами - в необычном и позитивном контексте. Главным объектом для инвестирования здесь являются время и нестандартное мышление.

Принципы партизанского маркетинга

Основной принцип ПМ связан с убеждением, что нельзя строить маркетинг только на собственной реальности, потому что каждый человек (потребитель) обладает своей собственной, полностью отличной от других, реальностью. Отсюда использование в ПМ психологии и законов человеческого поведения.

Остальные принципы можно сформулировать следующим образом:

- Нацеленность на каждого потребителя персонально, а не на группу (например, при рассылке обратиться по имени).
- Приоритет личных взаимоотношений с клиентом (вы знаете не компанию, а лю-

дей, работающих в ней).

- Продумывание каждого слова в общении с клиентом (одной лондонской компании, принимавшей заказы по телефону, удалось в два раза сократить число претензий клиентов, попросив менеджеров вместо фразы: «Мы не сможем вам помочь» говорить: «Сегодня мы не сможем вам помочь»).
- Предоставление как можно большего количества услуг бесплатно - например, предложение той или иной информации.
- Постоянное освоение новых технологий.
- Ориентированность на диалог с потребителем.
- Использование как можно большего числа маркетинговых инструментов одновременно.

Как работает партизанский маркетинг?



В этой статье мы опишем несколько ярких примеров ПМ. Естественно, вы должны понимать, что каждый бизнес уникален, поэтому скопировать эти идеи в большинстве случаев будет проблематично. Однако, несмотря на это мы надеемся, что многие из них помогут вам подключить фантазию и сгенерировать свои, не менее эффективные партизанские приемы.

Пример №1:

Увеличение оборота пиццерии в Нефтеюганске. В ассортимент добавили соусы к пицце - томатный и соевый, но люди их не брали (Вы сами часто едите пиццу с соусом?). Официанта обучили 8 волшебным словам: «Какой соус будете с пиццей - соевый (указать рукой) или томатный (указать рукой)?» Время на внедрение - 5 минут, затраты нулевые. В результате в первый же месяц после внедрения этой фразы средний чек (и, как следствие оборот) в пиццерии вырос на 16.5%

Пример №2:

Соучредитель компании «Кухни Беларуси» изменил порядок показа шкафчиков консультантами в торговом зале: показывать сперва самый дорогой из всех вариантов, затем самый дорогой из оставшихся... и так далее. Время на внедрение - 10-15 минут, затраты нулевые. Средний чек вырос на 17%.

Пример №3:

Андрей Пометун, маркетолог, проводил для Сбербанка в Перми и Прикамье акцию по привлечению клиентов на кредиты для малого бизнеса. Он использовал методику «маркетинга точно вовремя». Стоимость разработки, производства и размещения рекламы составила 30 тысяч рублей, в результате акции Сбербанк получил заявок на кредиты на 1.5 млрд. рублей, план по выдаче кредитов малому бизнесу был превышен в несколько раз. Как ему удалось этого достичь?

Как рассказал сам Андрей в своем блоге, 80% потенциальных кредиторов Сбербанка — торговые организации. Для того, чтобы привлечь их, он задал себе следующую

щие вопросы и сам ответил на них: «Где отовариваются малые бизнесмены? Правильно, на оптовых базах. Что им выдают вместе с товаром? Правильно, накладные.»



Было принято решение изготовить специальную бумагу для печати накладных (с информацией о кредитах Сбербанка на обратной стороне) и подарить её бухгалтериям оптовых баз.

Таким образом, каждый клиент базы при получении товара знал, где взять денег на очередную партию товара. Сравните стоимость печати листовок на обычной бумаге в один цвет со стоимостью размещения рекламы в традиционных СМИ. Разница получится очень внушительная. При этом такой носитель

попадал точно в руки потенциальному клиенту именно в тот момент, когда он думал о деньгах.

Еще один партизанский ход, который использовал Андрей - кросс-промоушн со смежным бизнесом. Также одним из каналов для него стали цифровые типографии. Именно там малые предприниматели заказывают листовки, визитки, прайсы и подобную продукцию. Типографии получили специальные наклейки с информацией о кредитах, которые размещались на упаковках с малотиражной продукцией.

И еще несколько ярких примеров ПМ в картинках:

100% попадание в целевую аудиторию совершило агентство EURO RSCG, разместив рекламу противокариесного ополаскивателя для рта на потолке стоматологических клиник:



Надписи на потолке: «Хочешь снова уставиться в этот унылый потолок?»; «Теперь ты будешь больше думать о своем ополаскивателе для рта?»

Агентство Arriba Media Group провело рекламную кампанию для продвижения пентхаусов одного из застройщиков элитной недвижимости. Пентхаус - специфический товар для определенной категории потребителей, поэтому рекламировать его стандартными методами довольно сложно. Поэтому была выбрана идея адресной рассылки, в результате которой целевая аудитория (собственники крупного бизнеса) получили посылку с необычным содержанием. Каждому в определенный день курьер лично в руки отдавал коробку из плотного черного картона. Открыв ее, сложно было не удивиться:



Лишь убрав пух и перья, человек обнаруживает непосредственно рекламный буклет.
Надпись: «Вы не умерли. Просто небеса стали ближе».

Рекламное агентство Rethink из Канады запустило партизанскую кампанию для рекламы защищенной пленки для стекол Scotchshield. В городе были установлены три прозрачных «сейфа», с применением «противовандальной» пленки Scotchshield. В каждой витрине лежало по 1 млн долларов и надпись: «Реклама сверхпрочного стекла! Деньги - настоящие! Кто разобьет - тот и заберет»:



Нестандартный подход впечатлил многих рекламистов. Да и простые люди бурно обсуждали, как достать такую кучу денег из-под стекла. Бить по сейфу можно было руками и ногами. Использование специальной техники или оружия не разрешалось. За соблюдением правил следили бдительные охранники, которые находились на дру-

гой стороны улицы. Многие пытались достать эти деньги, но стекло так и осталось неповрежденным.

В итоге, рекламный трюк стоил всего 6 тыс. USD и был признан очень успешным: его освещали во многих СМИ, фотографии этого стенда можно найти на многих ресурсах интернета по маркетингу и рекламе.

Приемы партизанского маркетинга

В завершении этой статьи предлагаем вам несколько недорогих или вообще бесплатных способов партизанского маркетинга, которые с успехом может использовать ваш арт-центр SUN Studio для привлечения новых клиентов.

1. Реклама на счетах. Программу 1С можно настроить так, чтобы на выставленном счете снизу отображалась информация о SUN Studio. Таким способом можно продавать готовую продукцию или готовые решения: часы, сувениры, обои и т.д.

2. Ароматизаторы для автомобилей. Реклама SUN Studio может оказаться и в таком месте, как автомобиль, если вы напечатаете её, к примеру, на ароматизаторе. Это интересное рекламное место, недорогое и довольно эффективное.

3. Стикеры на упаковку. Напечатайте наклейки с информацией о вашей SUN Studio, спецпредложениях, возможностях печати. Наклейки можно размещать на упаковку с запечатанной вами продукцией - стекло, МДФ или ЛДСП. Подумайте, кто может стать адресатом такой рекламы.

4. Листочки для записок - что бы вы на них ни написали, люди привыкли что на этих цветных квадратиках размещается важная информация, и вашу рекламу заметят.

5. Надписи на дверях - Развесьте в своей студии новые таблички на всех дверях - с теми же значками и надписями, но плюс ваша бизнес-информация и адрес сайта.

6. Привлекайте внимание - пусть у дверей вашего офиса соберется пикет с плакатами: «Этот бизнес слишком хорош», «Эта компания чересчур профессиональна».

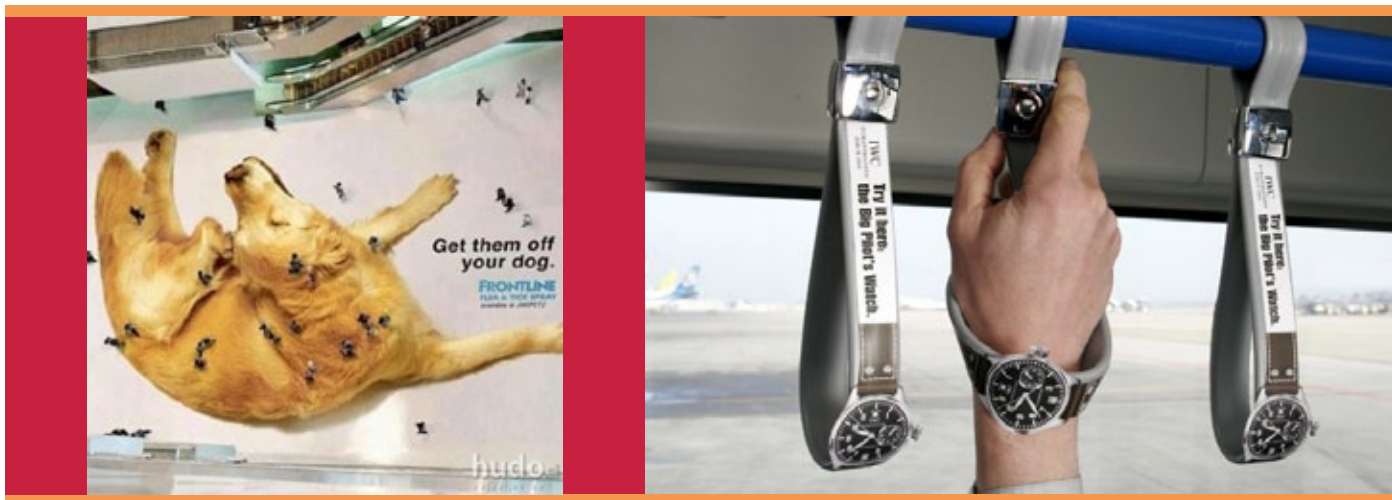
7. Комментарии - комментируйте все, что найдете по вашей теме в других блогах, это может быть даже лучшим пиаром чем собственный блог, так как менее агрессивно.

8. Визитки - в партизанском маркетинге все используется нестандартным образом. Идите в библиотеку, найдите секцию книг по теме вашего бизнеса, и разложите визитки по книгам.

9. 10 причин выбрать именно вас - вместо листовок распространяйте «10 причин выбрать именно нашу фирму», они должны быть совершенно правдивы, сформулированы с юмором и легко запоминаться.

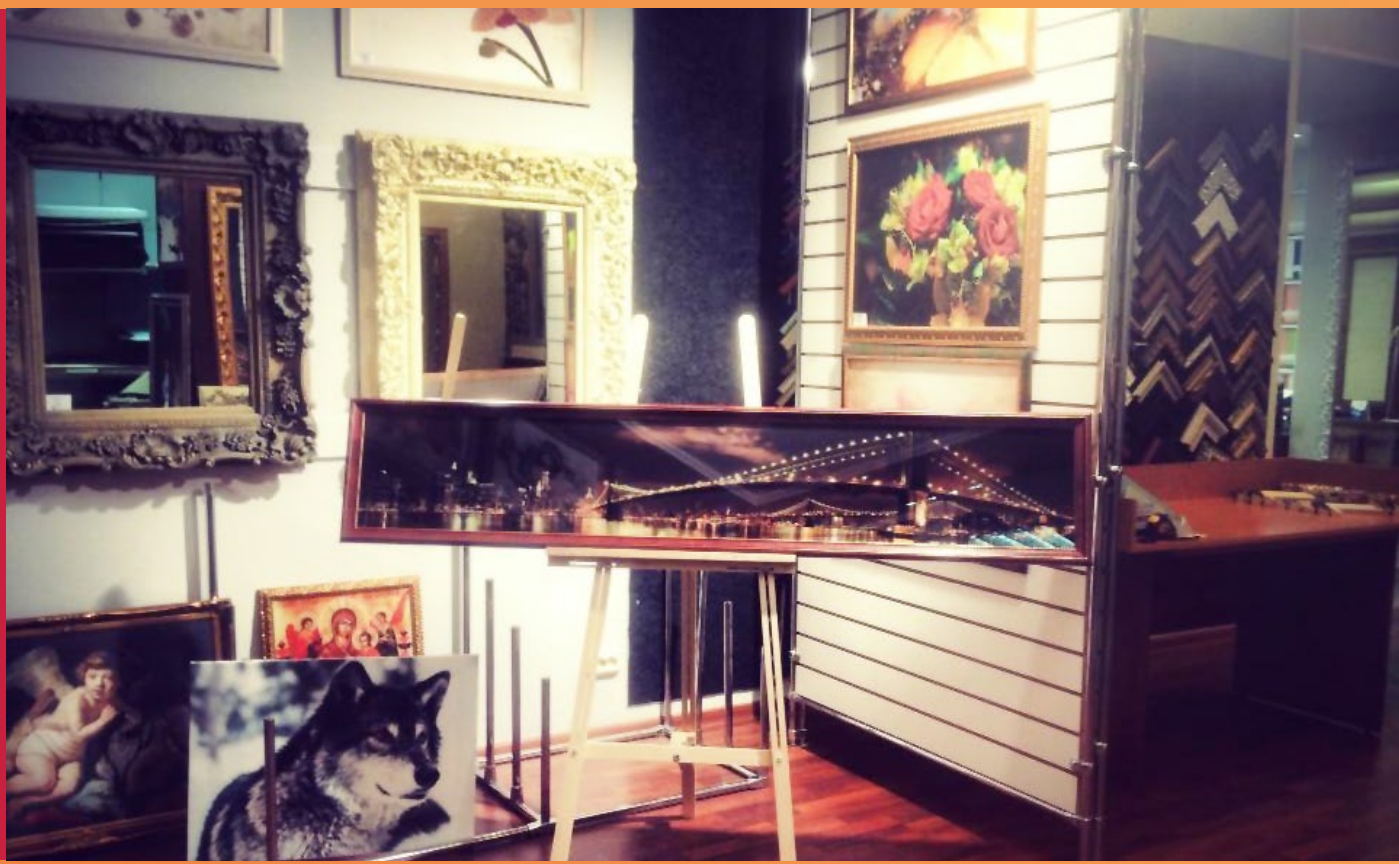
10. Календарики и календари - это полезная вещь, и ее скорее всего не выбросят, если вы угадали с дизайном. Если календарь повесят в офисе, считайте что офис стал бесплатным пиар-агентом.

Мы не утверждаем, что все результаты, которых добиваются успешные компании, это заслуга только партизанских методов. Мы уверены в одном: совмещение традиционных и нестандартных способов продвижения продукта позволяет значительно сократить рекламный бюджет и, при этом, достичь впечатляющих результатов.



При подготовке статьи использованы материалы:
www.avora.ru; www.snob.ru; www.obiznese.com.

Печать на стекле



Стильный интерьер.
Картина на стекле станет изюминкой любого интерьера. Печать выполнена SUN Studio Abakan.



Печать на стекле



Брызги.
Оформление элитного магазина сантехники. Изображение нанесено на стекло с белой подложкой. Работа SUN Studio Orel.



Оттенки осени.
Стеклянная ваза, декорированная SUN Studio Kamensk-Uralsky (Скарабей).

Печать на стекле



Цветочное настроение.

Печать на кухонном фартуке и на мебельных фасадах от SUN Studio Komsomolsk-on-Amur.



Печать на стекле



Глубина цвета.
Витраж на стекле выполнен SUN Studio Krasnodar.



Оригинальный подарок.
Фотография на стекле в подарок друзьям. Заказ SUN Studio Samara.

Печать на стекле



Украшение для дома.
Стеклянные вставки для декора интерьера
от SUN Studio Stavropol.

Печать на стекле



Дары лета
Яркая печать на кухонных фартуках от SUN Studio Obninsk.



Печать на стекле



Городские мотивы.
Работа SUN Studio Sochi.



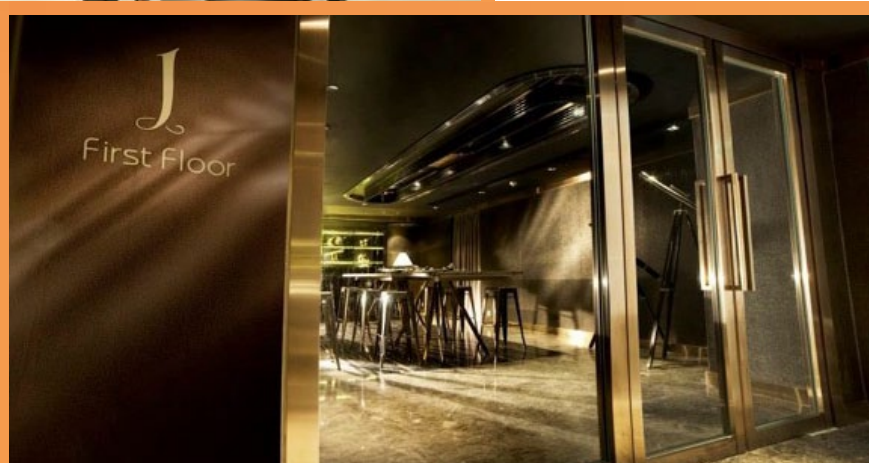
Вкус тропиков.
Сочные кокосы на кухонном фартуке от SUN Studio Krasnoyarsk.

Печать на стекле



Этажи.

Печать на стекле для проекта Boutique hotel. Работа SUN Studio Hong Kong.



Печать на стекле



Огненный закат.
Лучи закатного солнца на песке. Печать SUN Studio Rostov-on-Don.



Солнечное настроение.
Заказ SUN Studio Rostov-on-Don.

Печать на стекле



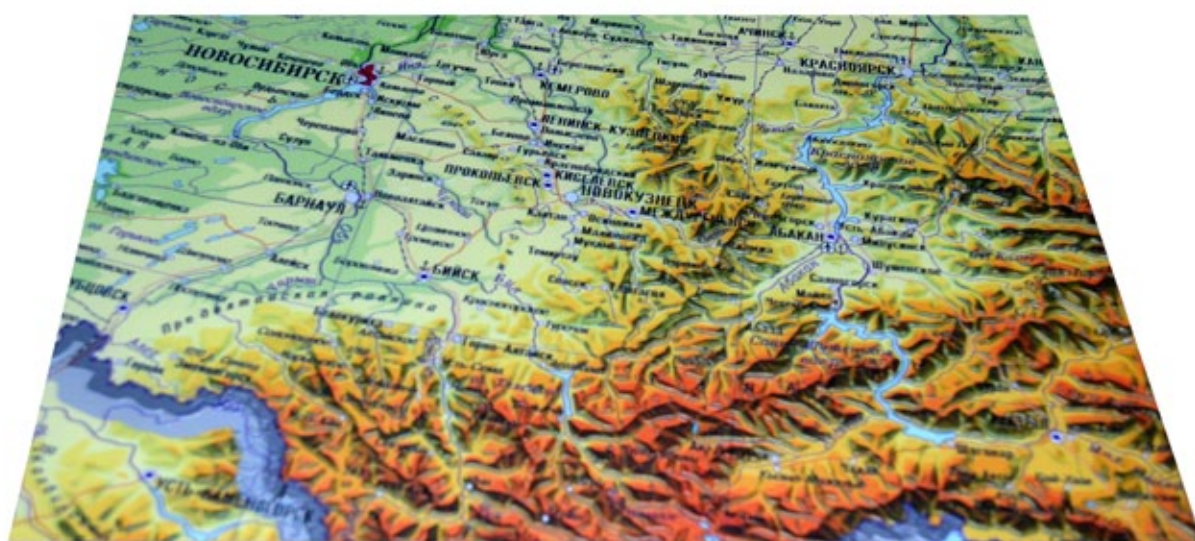
Ветви.
Коллекция кухонных фартуков от SUN Studio Yaroslavl.



Печать на стекле



Ох уж эти женщины.
 Картины на стекле с фотографиями красоток. Работа SUN Studio Yaroslavl.



С чего начинается отпуск.
 Фрагмент алтайских гор на карте из стекла. Печать SUN Studio Novosibirsk (Александр Шостак).

Печать на зеркале



С легким паром.
Печать на зеркале для бани. Работа
SUN Studio Stavropol.

Печать на МДФ, ЛДСП, дереве



Атрибуты компании.
Печать на деревянных табличках. Заказ SUN Studio Mongolia (Suncore).

Печать на пластике



С улыбкой.
Работа SUN Studio Abakan.

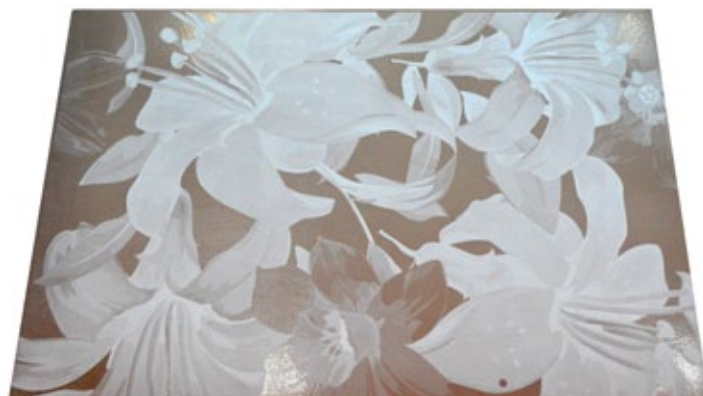


Супергерои.
Имитация дерева и изображение героев знаменитых комиксов на чехлах для мобильных телефонов.
Работа SUN Studio Obninsk.



Роза и жемчужина.
Заказ SUN Studio Novosibirsk (Александр Шостак).

Печать на акриле, оргстекле



Цветочные контрасты.

Растительный орнамент может быть и пастельно-нежным, и ядовито-ярким. Печать SUN Studio Novosibirsk (Александр Шостак).



Трудовые будни.

Печать на вывеске выполнена SUN Studio Kamensk-Uralsky (Скарабей).

Печать на акриле, оргстекле



Акценты.
Работы SUN Studio Krasnodar.



Печать на металле



Рисунок авторучкой.
Печать на радиаторе выполнена SUN Studio Obninsk.



Песчаный трек.
Печать на рольставнях для магазина спецтехники. Заказ SUN Studio Yaroslavl.



Печать на жалюзи



Большой город.
 Прекрасный городской пейзаж на жалюзи.
 Работа SUN Studio Obninsk.

Печать на ПВХ



Кто есть кто.
 Печать на табличках от SUN Studio Kirov.

Печать на керамической плитке



Нежность.

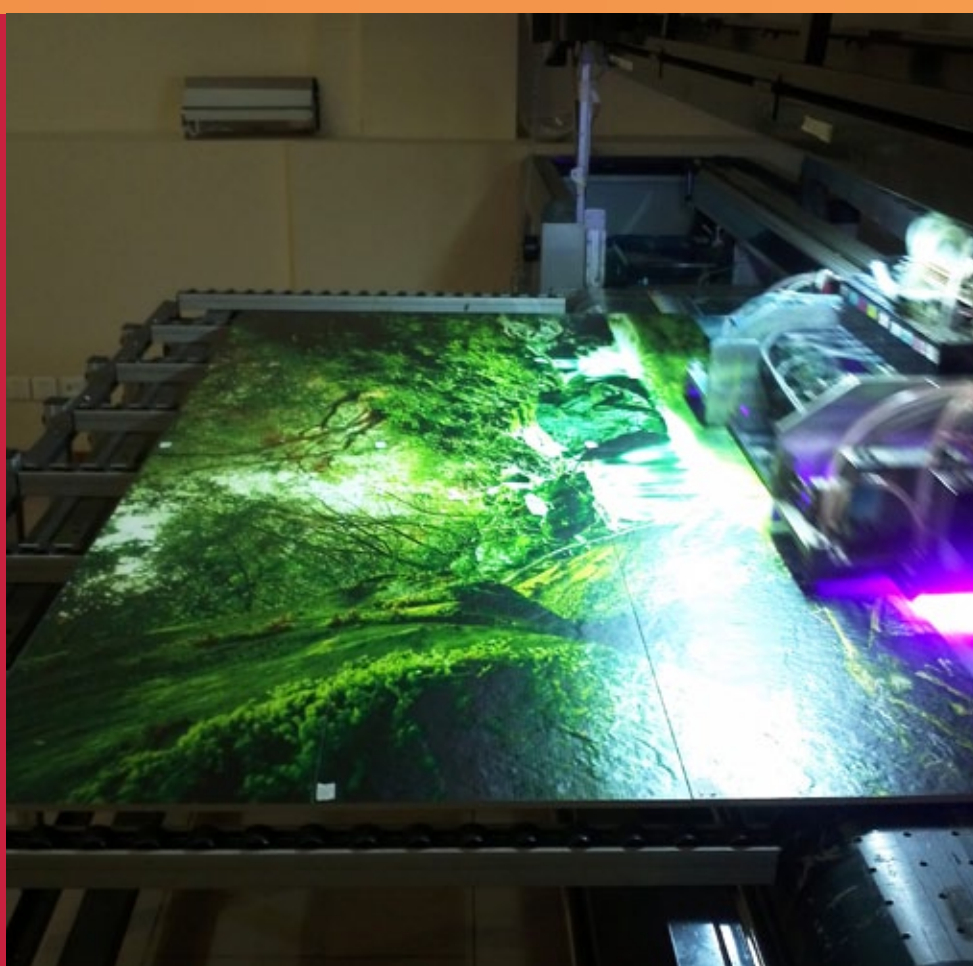
Дизайн ванной комнаты для молодой семьи. Заказ SUN Studio Kirov.



Магия воды.

Заказ SUN Studio Obninsk.

Печать на керамической плитке



Волшебная стихия.
Великолепные пейзажи на керамической плитке от SUN Studio Kamensk-Uralsky (Скарабей) (фото сверху) и SUN Studio Mongolia (Suncore) (фото снизу).

Печать на пленке



Ангелочки.
Работа SUN Studio Obninsk.



Незабываемый отпуск.
Печать SUN Studio Kamensk-Uralsky (Скарабей).

Печать на холсте



Анатомия цветка.
Модульная картина на холсте. Работа SUN Studio Abakan.



Заснеженный город.
Печать на холсте с эффектом объема выполнена SUN Studio Abakan.



Карта.
Изображение карты Хакассии с эффектом объема. Заказ SUN Studio Abakan.

Печать на готовых вещах и сувенирах



Загадки Востока.
Светильники с печатью SUN Studio Astrahan. В качестве материала использован натяжной потолок, внутри расположены светодиоды.

Печать на готовых вещах и сувенирах



Для влюбленных.

Печать на свадебных свечах. Заказ SUN Studio Kamensk-Uralsky (Скарабей).

Дорогие коллеги!

Компания IQDEMY искренне надеется, что этот номер стал для Вас одинаково приятным и полезным. Приглашаем Вас к профессиональному разговору, к продуктивному обмену опытом и идеями на страницах «Содружества».

Надеемся, что мы с Вами достигнем новых высот и головокружительных успехов! С удовольствием выслушаем Ваши пожелания к темам журнала или вопросы, которые Вы хотели бы обсудить.



Мишенина Оксана

PR-менеджер IQDEMY

+7 (383) 363-35-33

Skype: o.mishenina_iq

o.mishenina@iqdemy.pro