7 «фишек» для вашей компании
(руководство к действию)

Школа Продашь!

Содержание

7 «фишек», которые выделят вашу компанию 3

«Фишка» №1. Необычная визитка 4

«Фишка» №2. Документы – это не скучно! 5

«Фишка» №3. Нестандартные рекламные носители 6

«Фишка» №4. Нестандартные рекламные носители - 2 7

«Фишка» №5. Упаковка, или «провожают по одежке…» 8

«Фишка» №6. Дарите подарки! 9

«Фишка» №7. Важные мелочи 10

Если нужны еще «фишки», мы рекомендуем! 11

7 «фишек», которые выделят вашу компанию

Основная особенность применения «фишек» в бизнесе – это возможность выделиться среди конкурентов.

«**Фишка»** – это «небольшой, недорогой (почти бесплатный) прием, с помощью которого можно увеличить ценность предложения в глазах клиента, выделить вашу компанию среди конкурентов» (Игорь Манн, книга «Маркетинг без бюджета»).

Для этого нужно определить, чем именно вы отличаетесь от них, что нового, особенного можете предложить клиенту.

Это могут быть:

- качественный товар;
- широкий ассортимент товаров/услуг;
- высокий уровень обслуживания;
- низкие цены;
- ***уникальное предложение*** – этот пункт мы выделили, потому что он имеет непосредственное отношение к «фишкам», а точнее, «фишка» – это и есть разновидность уникального предложения, или УЭП.

Уникальное эмоциональное предложение (УЭП) – это эмоциональные характеристики товара, услуги или бренда. Это непосредственное обращение к эмоциям потребителей, создание у них «вау!»-эффекта, и именно это позволяет компании выделиться среди других и запомниться своему клиенту.

«Фишки» – это необычный подход! «Фишки» – это креативно, современно, это вызывает радость, восторг у ваших клиентов, и они возвращаются к вам снова и снова за новой порцией радости!

«Фишка» №1. Необычная визитка

Пусть ваша визитка будет необычной! Уникальная визитка – это хорошая возможность выделиться среди конкурентов. Она должна «зацепить» потенциального клиента.

Как выделить свою визитку среди остальных?

Нестандартная форма, например, квадрат, овал или визитка в форме открытки – такие визитки будут стоить дороже, но их заметят на 100%.

Необычный материал. Сейчас возможно изготовить визитки из пластика, дерева и даже металла!

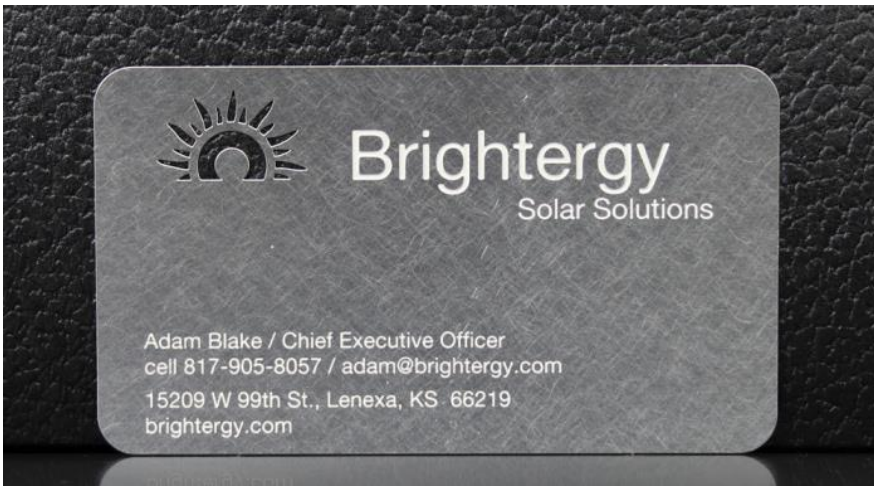
Визитка на магните – еще одно нестандартное решение. Место для такой визитки – на холодильнике вашего потенциального клиента, где она наверняка будет замечена!

Полезная визитка. Вы хотите увеличить срок жизни визитки? Сделайте ее полезной, например, превратите в дисконтную карту или разместите на оборотной стороне визитки информацию о ваших товарах или акциях.

Прозрачная визитка

© http://butik-dostavki.livejournal.com/

Визитка на металле



© http://www.coolwebmasters.com

«Фишка» №2. Документы – это не скучно!

Что вы видите, когда получаете счет на оплату продукта/услуги?
Только цифры!

Коммерческие предложения чаще всего отправляются в корзину для мусора, вместе с прайсами от компаний. Что можно сделать, чтобы ваш прайс-лист не постигла такая же участь, а обычный счет работал как рекламный инструмент?

Информация о скидках и новинках, которую вы разместите на прайс-листе, привлечет к нему дополнительное внимание (если это таблица, ячейки со скидками или новинками можно выделить цветом).

Разместите **рекламный слоган** на фирменном бланке или в прайсе.

Дополнительное предложение. Всегда предусматривайте для клиента следующий шаг.
Высылая счет на оплату услуг или продукции, сделайте подпись внизу документа: «Вас могут заинтересовать…» или «Наша фирма также предлагает…».

Цветная печать сделает ваши документы, а значит, и вашу компанию, не похожими на другие, запоминающимися.

Оформление документа для клиентов (пример из семинара И. Манна)

«Фишка» №3. Нестандартные рекламные носители

Любая реклама, какой бы хорошей она ни была, со временем «приедается», ее перестают замечать. Чтобы выделиться, нужно постоянно искать новые пути.

Нестандартные рекламные носители – это один из способов решения этой задачи.

Конечно, нестандартный подход – это определенный риск, но не меньший риск – «вкладываться» в традиционные рекламные средства, которые, возможно, не будут замечены.

Начните с мелочей, которые будут радовать ваших потенциальных клиентов и практически ничего не будут стоить вам.

Вот несколько примеров нестандартного размещения рекламы:
пластиковые стаканы и трубочки;
реклама **на фартуках** в парикмахерской;
скамейки;
напольная и потолочная реклама (в том числе реклама на пешеходных переходах, канализационных люках и т. п.).

Рекламная кампания кофе

До:

После:

© http://www.tumix.ru

«Фишка» №4. Нестандартные рекламные носители - 2

У нас оказалось так много примеров нестандартных рекламных носителей, что мы не могли отказать себе в удовольствии включить эту «фишку» еще раз.

Реклама на скамейке о рекламе на скамейке

Реклама на тротуаре

© http://www.tumix.ru

«Фишка» №5. Упаковка, или «провожают по одежке...»

Вы уже продали товар своему покупателю. А во что вы его упаковали?

Упаковка – это то, что ваши клиенты уносят с собой, помимо покупки и (надеемся!) хорошего настроения. Они могут тут же выбросить ее, но если она им понравится, – то может еще долго напоминать о вас клиенту и его друзьям(!).

Так что выбирайте:

обычный пакет или **пакет с вашей оригинальной рекламой**? А может быть, на пакете будет указан полезный совет по использованию продукта?

простая картонная коробка или **подарочная коробочка, перевязанная лентой?**

а как вам маленькая **открытка** с пожеланиями, прикрепленная к упаковке?

Помните о том, что упаковка должна соответствовать товару, его стоимости.

Немного фантазии – и отличная реклама вам обеспечена!

Прекрасный пример креативного пакета

© http://nibler.ru/

Дорого, но очень красиво и хорошо (мед)

© http://nibler.ru/

«Фишка» №6. Дарите подарки!

Один путешественник получил в подарок от компании, в которой он брал напрокат автомобиль, календарь на следующий год. Он хотел уже выбросить его, но тут внимание привлекла одна необычная деталь. На каждой странице календаря было вставлено его имя, а день рождения был отмечен маленьким тортиком! Такой необычный подход не остался без внимания и, конечно, собираясь в следующее путешествие, он обратился именно в эту компанию!

© http://zaplatnikov.blogspot.de

Большинство людей утверждает, что они не суеверные, но тем не менее подарок «счастливая монета», который приносит удачу, всегда пользуется огромной популярностью.

© http://monetka-ufa.blogspot.ru/

Важнее не то, какие вы будете дарить подарки, а то, как вы их преподнесете! Отнеситесь со вниманием к вашему клиенту, сделайте искренний подарок, чтобы у него осталось приятное ощущение после посещения вашей компании.

«Фишка» №7. Важные мелочи

Владелец одного кафе поставил у входа старый самовар, в который прохожие могли бросить монетку и потереть «на удачу» его бок. Это кафе стало быстро пользоваться популярностью.

Самовар на счастье

© http://edstolbov.blogspot.ru

В отеле Benjamin есть меню подушек! После открытия отеля его руководители решили предложить гостям широкий выбор подушек, создав их меню. Вы предпочитаете подушку из гречихи или гипоаллергенную подушку? А может быть, вам больше по душе полноразмерная пуховая подушка? В их меню одиннадцать разных подушек.

Меню подушек (фрагмент)

© http://www.thebenjamin.com/PillowMenu.aspx

А зачем?

Людям это нравится. Необходимо помнить о том, что любая мелочь может повлиять на мнение клиента. Одна-единственная улыбка может всё изменить! Так что не жалейте улыбок для ваших клиентов, и вы получите взамен постоянных благодарных клиентов.

Если нужны еще фишки, мы рекомендуем!

- Сарафанный маркетинг by Энди Серновиц.
- Маркетинг без бюджета by Игорь Манн.
- Анатомия сарафанного маркетинга by Эмануил Розен.
- Больше денег от вашего бизнеса by Александр Левитас.

Звоните: 8-800-250-65-58.
Пишите: you@prodasch.ru.
Читайте: www.prodasch.ru.
В гости: Российская Федерация, Алтайский край,
г. Барнаул, ул.Пушкина, 38, оф. 306.

Еще больше полезных знаний:
www.facebook.com/prodasch;
www.vk.com/prodasch.