

Русская Модель Эффективного ИТ Бизнеса

07.07.2008

РМЭИТ

www.rmeit.ru



Вниманию владельцы малых и средних ИТ компаний.

Вы представляете ИТ компанию, которая пришла к пониманию того что необходимо выстраивать эффективную систему продаж своих продуктов и услуг?

Вы хотели бы эффективно продавать свои существующие продукты и услуги, включая техническую поддержку, но не знаете, как продвигать их на рынок? Не испытываете уверенности в том, с чего именно необходимо начать и какой метод принесет Вам самые значимые изменения в ближайшем времени? Или Вас не устраивает то, как организованы Ваши продажи, Вы хотели бы разобраться в этом также профессионально как и в своей предметной области и получить рост доходов, который отразится на банковском счете Вашей компании?

Система РМЭИТ разработана для малых и средних ИТ компаний, у которых стоит вопрос повышения оборота и прибыли бизнеса.

На что направлены стратегии, которые содержатся в системе?

- Создание эффективных рекламных кампаний.
- Привлечение большего количества потенциальных клиентов в ваш бизнес.
- Построение систем, которые позволяют избежать конкуренции на основе цены.
- Система по извлечению дополнительной прибыли из существующих клиентов.

В результате использования стратегий из системы РМЭИТ **через три месяца** вы получите:

- Увеличение прибыли компании минимум на 25%.
- Постоянный и устойчивый поток потенциальных клиентов в вашу компанию.
- Эффективные рекламные кампании.
- Автоматизированную машину продаж.
- Полностью избавитесь от конкуренции на основе цены. И наконец, выйдете победителем из ценовых войн, продавая свои продукты и услуги **ДОРОЖЕ** конкурентов.

Система разработана, как коучинг в коробке с *гарантией результата*. То есть сам себе консультант. Результат гарантируется тем, что в случае если вы не достигнете оговоренных результатов, **мы возвращаем вам все ваши деньги**.

Цель системы РМЭИТ, дать **проверенные и эффективные инструменты для малого и среднего ИТ бизнеса**. Крупные компании и большие системные интеграторы, могут себе позволить нанимать дорогостоящих консультантов, которые занимаются только развитием бизнеса. В малом и среднем бизнесе, зачастую отсутствует такая должность, как Директор по развитию бизнеса.

Наши стратегии и инструменты разработаны, что бы помочь малому и среднему бизнесу выжить в нелегкой конкурентной борьбе, в таком тяжелом и сильно конкурентном рынке как ИТ.



Уважаемый Коллега, знакома ли вам следующая ситуация?

В ваш город приходит крупный сетевой магазин и *начинает продавать компьютерную технику по ценам, по которым вы закупаете ее оптом.*

Конкуренты ведут жесткую **ценовую войну**. В тендерах и конкурсах приходится работать на грани рентабельности.

Компаньоны или менеджеры по продажам уходят к конкурентам или открывают свой бизнес и **уводят с собой ваших клиентов**.

Вы достигли определенного уровня оборота, и что бы вы ни делали, не можете добиться роста, больше чем 15-25 процентов год и ***не удается пробить эту планку.***

Вложения в рекламу не окупаются. По рекламным объявлениям не приходят потенциальные клиенты.

С каждым днем ваши сотрудники **хотят работать меньше, а получать больше**. И одновременно с другой стороны ваши клиенты считают, что вы должны дать им больше, а заплатить за это необходимо меньше. И вы оказываетесь фактически между молотом и наковальней.

Вы все больше **времени проводите на работе, все больше ресурсов вкладываете в бизнес**, но не получаете взамен, какого либо стоящего результата.

Если вам знакомы ситуации, описанные выше, значит вам необходимо обратить внимание построение в вашей компании, таких систем, которые помогут избежать таких ситуаций с одной стороны, и приведут к увеличению прибыли с другой стороны.

В каких случаях необходима РМЭИТ?

Если вы **начинаете свой бизнес в сфере ИТ**. Вы наверняка знаете печальную статистику, что 80% бизнесов не переживают трех летний рубеж. Инвестиции в правильные системы, это САМЫЕ важные инвестиции, которые Вы только можете сделать.

Если **Вы владелец ИТ компании**, то вам стоит, может помочь РМЭИТ только в том случае, если вы уже поняли для себя, что для дальнейшего продвижения вперед вам необходимо начать работать НАД процессами в своем бизнесе.

Если **отвечаете за продажи в вашей компании, начальник отдела продаж или отвечаете за развитие бизнеса**, то стратегии из РМЭИТ это самый короткий путь, вывести вашу компанию на другой уровень, и достичь тех оборотов, которые были запланированы.

Если вы осознали те проблемы, которые есть у вас в бизнесе, вы уже проделали половину работы по их решению. У вас должен быть список всех проблем, которые необходимо

Русская Модель Эффективного ИТ Бизнеса

<http://www.rmeit.ru>



решить. Система РМЭИТ поможет поочередно разобраться с каждой проблемой связанной успешным бизнесом в сфере ИТ.

Мы специализируемся в предоставлении небольшим реселлерам, поставщикам ИТ решений, компаниям по оказанию услуг поддержки и консалтинга подготовленных, специально для них **проверенных систем привлечения новых клиентов** и увеличения доходности. Наши системы, состоящие из специализированных продуктов, позволяют охватить новые области бизнеса, эффективно продать Ваши услуги, решения, программное обеспечение, оборудование, техническую поддержку без затрат на традиционную дорогостоящую рекламу.

Мы не случайно подчеркиваем, малый и средний масштаб бизнеса, на который мы ориентируемся, потому что системы и методы продвижения продуктов и услуг, а также привлечения клиентов для таких компаний существенно отличаются от систем и методов, которые разработаны для больших корпораций. Системы продаж и работы с клиентами, разработанные для большого бизнеса и популярно изложенные во множественных изданиях, семинарах и тренингах, плохо работают для малого и среднего бизнеса.

Система РМЭИТ вобрала в себя успешные практики продаж и привлечения клиентов именно для SMB (Small and Medium Business) компаний, и именно поэтому она так эффективна при внедрении. Кроме этого, ***продажи в ИТ специфичны сами по себе***, и поэтому так мало хороших решений, которые можно взять на вооружение малым и средним ИТ компаниям.

В чем причина трудностей ИТ компаний?

Сложная ситуация, которая сложилась на сегодняшнем рынке информационных технологий, имеет несколько причин.

Специфика ИТ рынка сама по себе очень высоко конкурента. Каждый студент, который может собрать компьютер из комплектующих и установить операционную систему считает себя обязанным начать оказывать услуги на этом рынке. Причем за счет того что работает он зачастую в серую, и не несет расходов на офис, рекламу и так далее, он **демпингует ценой**. Именно поэтому так тяжело привлечь вам клиентов из малого и среднего бизнеса. У каждого такого директора есть кум, брат, сват, которые занимается поддержкой его компьютеров.

Уверенная атака в регионы крупных сетевых магазинов (таких как Эльдorado, Техносила и другие), тоже вносит свою лепту. Имея за спиной многомиллионные бюджеты на рекламу, они **могут себе позволить масштабные рекламные кампании** и продавать продукции по **ОЧЕНЬ НИЗКИМ** ценам. Цель всех этих действий вытеснение с рынка всех местных компании, таких как Ваша.

Следующая причина, это общая коррумпированность нашей экономики. При каждом крупном предприятии есть карманная ИТ компания, которая либо ***платит немаленькие откаты***, либо принадлежит одному из руководящих лиц. Честно пробиться в такую компанию практически невозможно. Не говоря уже про те тендеры которые устраивают бюджетные организации. Даже по условиям тендера видно, что устраивают их специально под карманную компанию.





Что можно сделать уже сегодня?

Если вы так же как и мы хотите приступить к работе НАД своим бизнесом, то наверняка думаете с чего начать, и что можно предпринять.

Согласитесь, что даже ИТ профессионалы высокого класса не всегда могут справиться с эффективными продажами, и в этой области Вам трудно опереться на свой профессиональный опыт, технические навыки и знания!

Мы считаем, что вполне реально для Вас овладеть специфическими для ИТ стратегиями продаж, которые мы предлагаем.

Во-первых выделите три области над которыми вы можете работать в своем бизнесе.

1. **Процесс привлечения в вашу компанию потенциальных клиентов.** Это те клиенты, которые еще ничего не купили у вас, но потенциально, нуждаются в ваших продуктах и услугах. В этом блоке необходимо работать на стратегиями и системами, которые увеличат количество звонков в ваш офис.
2. **Сам процесс продаж.** То есть, как ваши менеджеры по продажам общаются с потенциальным клиентом. Какое предложение вы делаете. Как происходит процесс закрытие продаж. Вам необходимо мерить так называемый процент конверсии. То есть процент людей, которые сделали покупку, из позвонивших вам в офис.
3. **Процессы внутри вашей компании.** Как происходит доставка услуги до клиента. Менеджмент внутри вашей компании.

Вам необходимо разработать план по выводу вашего бизнеса на другой качественный уровень.

Вот что Вы можете сделать сразу:

- Разработать непреодолимое предложение.
- Хорошо описать продукты и услуги вашей компании. Поднять ценность ваших продуктов в глазах клиента.
- Внедрить Up Sell и Cross Sell системы в вашей компании.
- Внедрить продажи в два этапа.
- Построить систему, которая будет доносить до вашего потенциального клиента, почему необходимо купить у вас.
- Разработать уникальное торговое предложение.
- Разработать и протестировать рекламу, которая на самом деле работает и приносит вам новых клиентов.
- Формула успешной рекламы – ОДП
Offer – предложение, которое хорошо описывает ценность ваших продуктов.
Deadline – ваше предложение должно быть ограничено по времени.
Призыв к действию – что именно необходимо сделать потенциальному клиенту.





- Разделить ваши продукты и услуги на front end и back end
- Разработать систему постоянных коммуникаций с вашими потенциальными клиентами.
- Разработать систему по сбору контактных данных потенциальных клиентов.

Бесплатное составление маркетинг - плана для развития вашего бизнеса.

Очень часто, приходится сталкиваться в жизни с тем, что встречаешься с людьми и волею, неволею приходится их консультировать. Потому что построение их бизнеса так сильно режет глаз, как криво построенный дом для строителя.

Безусловно, до тех пор, пока не попросят совета, насильно никто их не дает. И само собой, за это никакой платы не берется.

Но, что удивительно, зачастую даже той информации, которую успеваешь выдать за короткий промежуток времени, достаточно, для того, что бы человек пошел в верном направлении, и стал получать первые результаты.

Единственное условие, это внедрять.

В связи с тем, что наша команда работает на результат, мы предлагаем такую услугу.

БЕСПЛАТНАЯ Коучинг Сессия.

Цель данной услуги, дать вам понимание того, куда необходимо идти, где прикладывать свои усилия, и как повысить эффективность. Мы понимаем, что короткое время, невозможно дать полноценный консалтинг. Но той информации, которую вы получите, хватит, что бы начать получать ощутимые результаты. Скажем так, мы даем 20% той информации, которая дает 80% результата.

Длительность сессии от 15 до 45 минут.

Бесплатной данная услуга является в период тестирования. В будущем, этот сервис будет предоставляться за 5000 рублей.

Количество бесплатных консультаций, не бесконечно. Наше время ограничено. Поэтому мы можем дать только 4 консультации в месяц. По одной каждую неделю.

Как заказать вашу бесплатную консультацию.

Для этого вам необходимо описать проблему, которую вы хотите решить, как можно полней, и вместе с заполненной формой выслать ее на адрес trapeznikov@gmail.com Письма с одной строчкой «Хочу больше денег» или «Проблема поднять оборот» идут в корзину.

Чем более полно опишите задачу, тем более полный результат получите.





Обязательно необходимо указать следующую информацию:

- ФИО
- Название компании
- Сайт (если есть)
- Город
- Отрасль
- Что именно продаете.
- Контактный телефон

После этого, мы запланируем время телефонного звонка.

В результате коучинг сессии, вы получите:

- Маркетинговый план для развития своего бизнеса.
- Первые три – четыре шага, которые вам необходимо сделать.
- Две три стратегии, внедрив которые вы сможете получить мгновенный результат.
- Описание системы продаж, для вашего бизнеса.

Получая бесплатную сессию, вы соглашаетесь, на то, что запись разговора, может использоваться в материалах системы РМЭИТ. По договоренности, мы уберем конфиденциальные данные, если это необходимо. Если вы не даете такое согласие, то стоимость услуги для вас будет 7000 рублей.

Дополнительные подробности можно выяснить по скайпу

Skype: Ivan.trapeznikov





“Да! Я Хочу Зарезервировать БЕСПЛАТНУЮ Коучинг Сессию”

Пожалуйста, зарезервируйте для меня одну бесплатную коучинг - сессию. Я принимаю, что заказывая данную бесплатную сессию, я ни коим образом не обязан покупать какие либо продукт или услуги..

Пожалуйста, заполните и отправьте форму:

Имя: _____

Должность: _____

Компания: _____

Адрес: _____

Город: _____ ул.: _____ Индекс: _____

Тел.: _____ Факс: _____

E-mail: _____

Сайт _____

Примечание _____

Отправить по почте: rmeit@rmeit.ru
Позвонить мне напрямую: +7 926 2636 109

Эта форма ДОЛЖНА быть отправлена к нам в течении 7 дней.





В чем отличие РМЭИТ?

За рубежом очень многие компании практикуют обращение к консультантам для решения своих проблем и для увеличения оборота своего бизнеса. Фактически это целая отрасль бизнеса. Яркие примеры таких консультантов это Джей Абрахам (<http://abraham.com/>), Дэн Кеннеди (<http://dankennedy.com/>). На сегодняшний день аналогов системы в России не существует. Но существуют другие программы, которые тем или иным образом могут влиять на прибыль вашей компании.

Давайте подробнее рассмотрим каждую из них.

МБА

Направлен в первую очередь на специалистов, которые хотят делать карьеру в крупных компаниях. Обучение общее, знания в основном применимы только в больших корпорациях. Основная польза для владельцев малого и среднего бизнеса, это связи, которые приобретаются в процессе обучения.

Отличие РМЭИТ

Направлена и разработана для малого и среднего ИТ бизнеса. Стратегии РМЭИТ разработаны не для больших компаний.

Российские Бизнес школы

Дают фундаментальные и теоретические знания рассчитанные на бизнес в общем. Охватывают все области бизнеса. Знание полезны для понимания основных законов бизнеса и экономики.

Отличие РМЭИТ

РМЭИТ в основном направлена на построение систем продаж. Главный упор не на бизнес в общем, а на компании, работающие на рынке информационных технологий.

Тренинги по продажам, семинары и курсы

В первую очередь направлены, на манипуляцию, зачастую использование методов НЛП, для того что бы закрыть продажу. В результате тренинга, менеджер по продажам начинает закрывать больше продаж. Эти тренинги не дают ответа на вопрос «Как входящий поток клиентов в бизнес?»

Отличие РМЭИТ

Не дает манипулятивных техник. Выстраивается система, когда необходимость таких техник отпадает. Нет необходимости искать звезд продаж. Система строится таким образом, что бы человек который к вам пришел, уже сам себе все продал. И задача менеджера по продажам, только выставить счет.



Консалтинговые компании



Не секрет, что большинство консалтинговых компаний торгуют бумагой. То есть главным результатом работы такой компании является килограммовый отчет о проделанной работе. Но никакой результат не гарантируется.

Отличие РМЭИТ

Результатом по которому оценивается эффективность системы является количество денег на вашем банковском счету. Никакой «воды», только выжимка в виде работающих стратегий.

Бизнес литература

Одни книги пишут одно, другие пишут прямо противоположное. Кто же прав? Дело в том что разные книги описывают разные модели. Можно упорно тестировать каждую модель на своем бизнесе и выбрать наиболее эффективную.

Отличие РМЭИТ

Дается проверенная, оттестированная модель.



Кто наши клиенты.

Мы работаем с клиентами, которые:

Работают на рынке информационных технологий. Мы собрали опыт работы успешных ИТ компаний в России и за рубежом.

Имеют штат сотрудников от 10 до 40 человек. Именно такие компании, получают наибольший эффект от внедрения систем.

У вас есть база существующих клиентов не меньше 50. Одни из самых эффективных стратегий, это стратегии работы с существующей клиентской базой.

Оборот компании от \$400 000 до \$3 000 000. Мы не можем гарантировать успех стартапа. Иначе, любой мог бы начать свой успешный бизнес. Но если вы достигли определенного уровня, система поможет вам перейти на новый уровень.

Осознают задачи, которые стоят перед их бизнесом и готовы их решать. Понимание проблем, которые необходимо решать, половина работы. Аналогично, правильно заданный вопрос, содержит половину ответа.

Имеют цели минимум **поднять прибыль на 50%.** Если у вас нет целей, наша система ни чем вам не поможет. Кораблю у которого нет цели, ни один ветер не будет попутным.

Готовы действовать. РМЭИТ не волшебная таблетка. Внедрение системы не потребует от вас больших вложений денежных средств. Но потребует от вас уделить лично время построению систем продаж в вашем бизнесе.

Не звоните нам если вы:

Недостаточно **серьезно** настроены по поводу вашего желания внедрить эти стратегии в вашем бизнесе.

Вы не собираетесь выделить время для работы НАД вашим бизнесом, вместо того что бы крутиться как белка в колесе ВНУТРИ вашего бизнеса. Мы не собираемся делать всю работу за вас. Мы сделали большую часть работы, по созданию этих стратегий, написанию маркетинговых компаний, разработке коммерческих предложений и проведем вас через весь этот процесс. Но вы должны понимать, что это ваш бизнес и вы в первую очередь должны быть заинтересованы в получении результата.

Вы не готовы взять на себя ответственность за ваши ошибки, не умеете учиться на них, и исправлять. Мы не хотим работать ни с кем, кто имеет менталитет «жертвы». Если вы не готовы тестировать данные стратегии в своем бизнесе, не подписывайтесь на участие в нем.

Ленивы. Если у вас мышление лентяя, не подписывайтесь на тренинг и не тратьте наше и свое время попусту.





О системе РМЭИТ - предпосылки создания

В чем секрет успешных бизнесов

Система РМЭИТ является проектом российской компании ISTL, которая работает в области ИТ и телекоммуникаций и предлагает решения сложных задач, которые находятся на стыке бизнеса и технологий.

По мере того как мы работали с различными заказчиками, которые продают сложные технологические продукты, решения и услуги (а это такие области, как телеком и ИТ), мы наблюдали одни и те же проблемы развивающегося ИТ бизнеса, которые повторялись с удивительным постоянством.

Рано или поздно ИТ компания сталкивается с тем, что ей нужно обеспечить предсказуемый поток новых клиентов и контрактов от существующих клиентов. 95% фирм в этой ситуации поступают совершенно однотипным образом - принимается на работу первый sales-менеджер, публикуется реклама, проводятся презентации у заказчиков. Однако эти вроде бы очевидные шаги не дают ожидаемых результатов.

Если Вы - владелец бизнеса, то наверняка задавались вопросом, почему один бизнес более успешен, чем другой. Почему один извлекает большую прибыль, а другой, работающий в той же области и предоставляющий на рынок те же продукты и услуги, едва покрывает свои затраты.

Лучше не поддаваться соблазну искать причину в том, что у других лучшие поставщики, или в том, что у другого бизнеса клиенты лучше. Причина совсем в другом. У каждого владельца бизнеса есть свои ноу-хау, которые зарекомендовали себя на практике. Это секреты того, как он строит свой бизнес, как организует продажи в своей компании - все то, что не заметно постороннему взгляду и что привлекает клиентов работать именно с ним.

Наверняка такие же ноу-хау есть и у Вас. Вы тоже многое опробовали в своем бизнесе; какие-то вещи были успешными, что-то не пошло. Методом проб и ошибок Вы выявляете самые результативные системы и стратегии в своем бизнесе.

Зачастую это - набор или комбинация небольших на первый взгляд нововведений, которые, тем не менее, могут сильно поднять продажи в компании. Например, внедрение стратегии Upsell может поднять оборот компании от 30 до 50%, а на первый взгляд нелогичная система двухходовых продаж неожиданно приносит Вам новых клиентов, которые хорошо платят.

Мы уверены, что Вы хотите знать эти принципы и методы, но владельцы успешных бизнесов совсем не стремятся делиться своими секретами и учить своих конкурентов. Это можем сделать мы. Обобщая опыт побед и поражений в ИТ продажах, теперь мы можем предложить Вам комплексную систему, у которой только одна задача - с неутомимостью машины продавать то, что у Вас есть.



Так сложилось, что все идеи и практики, относящиеся к инновациям бизнеса приходят к нам с Запада. Зачастую сейчас мы используем те маркетинговые технологии, которые считались новыми в странах со зрелым рынком лет десять назад. То что приходит к нам сейчас - от игр со ставками на ТВ до социальных сетей и продаж продуктов через Интернет - все это работало на западном рынке достаточно давно.

Даже такие престижные у нас образовательные системы, как МВА, на западе уже становятся объектом критики из-за того, что уже не отвечают современным рыночным реалиям. Из этого можно сделать вполне логичный вывод, что для тех задач и проблем, которые сейчас стоят перед нашим бизнесом, уже были найдены эффективные решения - нужно только брать их и использовать, но только с учетом реалий российского бизнеса.

До недавнего времени такие высокотехнологические услуги, как телеком и ИТ, были дефицитными. Никому и в голову не приходило заниматься поиском клиентов - они стояли в очереди. Сейчас ситуация изменилась. Происходит насыщение рынка продуктами и услугами, и в бизнесе получает преимущество только тот, кто выигрывает борьбу за клиента. Те компании, которые не пришли к этому пониманию - обречены. Поэтому система РМЭИТ так своевременна - учитывая зрелый опыт ИТ бизнеса стран Западной Европы и США, она начинает быть востребована и в России.

Взгляните, какие модели сейчас работают на западном рынке. Лучшие коучи мира, такие как Дэн Кеннеди (консультант номер один в мире) и Джей Абрахам (один час его консалтинга стоит свыше 1000 долларов) мало кому известны в России. О тех стратегиях, которые они успешно внедряют, в России тоже практически никто не знает. Да и на западе о них не пишут в книгах - сейчас все меньше бескорыстных энтузиастов, которые бесплатно публикуют эффективные технологии по современным продажам. Полезная информация выдается в закрытых мастер - группах за довольно существенные деньги.

Один из трех авторов РМЭИТ - Андрей Парабеллум является учеником Дэна Кеннеди и внес неоценимый вклад в формирование системы РМЭИТ. Стратегии, которые были эффективно применены Андреем в собственном ИТ бизнесе в США и Канаде, с участием других авторов системы - Назима Алиева и Ивана Трапезникова были органично встроены в систему с учетом особенностей развития российского бизнеса.



Как построена система РМЭИТ

«Русская Модель Эффективного ИТ Бизнеса» - это не просто набор приемов и ноу – хау для увеличения продаж. Это законченная система продаж для Вашего бизнеса с пошаговыми руководствами, с шаблонами хорошо продающих текстов и всех необходимых документов. Система состоит из текстового материала и аудиозаписей, в которых подробно изложено как использовать каждый конкретный метод в вашем бизнесе.

Мы уверены, что Вы полностью осознаете важность такого направления Вашего бизнеса, как продажи. И мы уверены в том, что Вы хотите знать, каким образом можно увеличить продажи в вашем бизнесе без дорогостоящих затрат.

Как мы уже сказали, система появилась благодаря усилиям трех людей – Андрея Парабеллума, Назима Алиева и Ивана Трапезникова и развивается как отдельный проект компании ISTL. Объединив более чем десятилетний опыт работы на российском ИТ рынке и уникальный опыт по поднятию прибыльности промышленных компаний на западном рынке, мы создали для Вас стратегии, внедрив которые Вы через три месяца увидите результат в Ваших отчетах по продажам и прибыли.

Окончательный вид данная система получила в 2007 году, но это не означает что она не развивается. Мы постоянно тестируем на практике новые методы и стратегии и самые успешные из них включаем для Вас в РМЭИТ.

Вы можете задать любой вопрос о системе, связавшись с нами:

rmeit@rmeit.ru



Авторы системы

Андрей Парабеллум

Бизнес-тренер. Бизнес-консультант. Практик. Гуру инфобизнеса.

Один из наиболее знаменитых тренеров в СНГ по продвинутым методикам организации, маркетинга и продажи услуг и информационных продуктов.

Убежденный сторонник практических навыков против теоретических знаний.

Автор и разработчик:

методики организации и продвижения инфобизнеса (бизнеса по продаже информации);

методики 2хшаговых продаж;

методики работы с VIP клиентами и Премиум сегментами рынка;

методики организации и автоматизации бизнеса;

методики удваивания прибыльности промышленных предприятий.

Человек, который, решив изменить свою жизнь, бедным студентом эмигрировал в Канаду, и, не просто смог “найти себя” в незнакомой стране, но и достиг невероятных высот в бизнесе. Учился у лучших западных тренеров и коучей, среди которых: Anthony Robbins, Dan Kennedy, Jim Rohn, Michael Gerber, Robert Allen и многие другие. В настоящее время – владелец софтверной и консалтинговой компаний, известный в Канаде и в США (а теперь – и в России) консультант по инфобизнесу и автоматизации бизнес-процессов. В бизнесе с 1996 года. Живет и работает в Торонто (Канада), Орландо (США) и Москве (Россия).

Назим Алиев и Иван Трапезников

Управляющие партнеры компании ISTL (консалтинг для операторов связи) и успешные консультанты в области практического консультирования по ИТ маркетингу.

Креативные проекты, пятнадцатилетний опыт работы в телекоме. Стартапы и сложные продажи. Практический консалтинг по продажам OSS/BSS решений

Десятилетний опыт работы в ИТ сфере. Опыт выстраивания ИТ сервиса. ITIL и ITSM процессы.

Практическое консультирование в области маркетинга для ИТ компаний.

Авторы методик:

- Русская модель эффективного ИТ бизнеса
- Двух-ходовые продажи в ИТ бизнесе
- Технология пакетирования услуг для операторов связи
- Методика динамического и социального пакетирования для ИТ бизнеса.
- Методика удвоения прибыльности ИТ компаний.
- Методика увеличения оборота услуг ИТ аутсорсинга.



Четыре способа, как мы можем помочь вам повысить оборот компании.

1. Живые Тренинги и Семинары

Мы проводим на регулярной основе тренинги и семинары, на которых показываем, как выстроить стройную маркетинговую систему по привлечению новых клиентов. Маркетинговая система даст Вашему бизнесу качественных клиентов, новые продажи, новые возможности для повышения оборота, легче и быстрее, чем Вы делали до этого.

2. Русская Модель Эффективного ИТ Бизнеса

"РМЭИТ базовый" - это самодостаточная пошаговая маркетинговая система. Для консультантов, реселлеров, ИТ компаний. В ней Вы найдете пошаговое описание системы и все необходимые шаблоны, которые вы можете внедрить уже сегодня.

Если Вы из тех, кто ищет способ увеличить продажи, не вкладывая при этом в рекламу и маркетинг большие средства, то эта система - то что Вы искали. Мы гарантируем, что Вы привлечете больше клиентов и сделаете больше продаж, будете более эффективно работать с существующими клиентами, или в противном случае эта система обойдется Вам БЕСПЛАТНО.

3. Мастер группа

Мастер группа, это еженедельные обсуждения, ответы на вопросы, новые техники, стратегии. Если вы хотите постоянно получать новые технологии для увеличения прибыли и всегда иметь возможность задать вопрос и получить на него развернутый ответ, тогда это для вас. Все участники Мастер Группы имеют дополнительные скидки на все продукты РМЭИТ. Часть новых продуктов участники мастер группы получают бесплатно.

4. Индивидуальный Коучинг и Разработка Маркетингового Плана

Если Вы владелец или генеральный директор ИТ компании и хотите, чтобы мы разработали маркетинговый план персонально для Вас, то начните отсюда. В зависимости от программы, которую Вы выберете, мы будем персонально работать с Вами и с Вашим бизнесом. Вы узнаете, как заменить существующие стихийные и неэффективные системы продаж, на стратегию с низким уровнем риска, низкой стоимостью, которая обеспечит Вам твердый возврат Ваших инвестиций.



Case study

ИТ консалтинг

“С тех пор как я начал внедрять эти стратегии, мой доход от консалтинга вырос на 201% и моя общая прибыль от всех продаж выросла на 51%. Это были лучшие инвестиции, которые я делал!”

— Чарли Мейерг, президент компании "Кантри Компьютер"

Продажи ПО

“Поистине впечатляющий результат. Внедрение стратегий дало увеличение на 658% скачиваний программы с сайта. Сегодня наш сайт приносит нам 73% всех наших потенциальных клиентов и 45% всех клиентов”

— Джим Симпсон, президент компании "ЗипТек"

Конверсия клиентов из посетителей

“Мы нуждались в немедленном увлечении количества клиентов с каждого посетителя. Мы получили план как достичь этого, без вложения дополнительных средств и ресурсов и сразу же увидели результат. В течении 30 дней мы увеличили на 300 количество потенциальных клиентов в неделю и в течении 60 дней наши продажи выросли на 25% в месяц. В последующие 60 дней наши продажи выросли почти на 50%”

— Джим Гудбоди, CEO, компания "Планета обучения"

10% роста немедленно

Вот две цели, которые я достиг:

- 1) Больше заботиться о моих клиентах
- 2) Развивать более глубокие взаимоотношения. (продавать им больше)

Раньше я считал, что мое влияние ограничено и конечное решение принимает клиент. В моем бизнесе по технической поддержке, я считал что нужно просто давать правильные и толковые советы и избегал отношений с клиентом, вместо того что бы все делать правильно.

Две области, которые я решил развить. Это бэкап и защита от вируса. Эти направления не были раскручены, и я решил, что они будут хорошим индикатором моих отношений с клиентами.





Запланировал встречу с каждым клиентом, для того что бы поговорить об этих двух направлениях. Сделал ревью того что в данный момент у клиента было, и что им было необходимо. Я также добавил такую услугу как онлайн бэкап для того что бы улучшить свой сервис, исследовал когда кончается срок годности у кассет в ленточных накопителях и внедрил ежемесячное обновление антивирусной базы.

Во время встречи, они все хотели увильнуть от этого разговора, ссылаясь, что они слишком заняты. Тогда я ясно разъяснил им, что не обязательно работать со мной, и предложил помочь в поиске другого поставщика услуг. Они помолчали, пристально на меня посмотрели, и каждый из них принял верное решение.

В отношении моего бизнеса это выразилось тем, что ежемесячные платежи выросли на 10%, что позволило тестировать несколько других идей из системы.

— Woolfolk Systems



Что говорят о РМЭИТ

Доступность и структурированность

“Хотелось бы поблагодарить авторов за действительно ценную информацию. Особенно понравилась доступность и структурированность подачи материала. В скором времени как раз рассчитываем нанять sales - менеджера на холодный обзвон, оттестировав методику РМЭИТ, и составив пошаговые инструкции менеджеру. Это будет на самом деле просто, так как в этой системе даны именно пошаговые инструкции делай раз — делай два. Спасибо!”

— Антон Молодой. Генеральный директор ООО «Мобайл Медиа», г.Санкт-Петербург

Методику можно с успехом делегировать

“Холодные звонки - для многих достаточно нелюбимая вещь, поэтому хорошо, что дана информация не только по непосредственно речевым техникам, но и по самомотивации. Система раскрывает основные этапы продаж при холодном обзвоне.

Что особенно ценно:

- речевые модули (что сказать секретарше, что сказать каждому типу директора),
- как себя подать, в каком статусе, и чего можно ожидать если с этим ошибешься,
- те вещи, до которых не всегда доходишь сам, даже практикуясь.
- более полное описание процесса продажи со стороны КЛИЕНТА.

Элементы тайм - менеджмента, мотивации и планирования, взятые в совокупности, позволяют, прослушав этот тренинг и поняв методику, с успехом ее делегировать, что и требуется счастливому владельцу бизнеса) ”

— Дмитрий Подпросветов

Интересная штука с промо-CD.

Вот это понравилось очень. Мощно. Учитывая дешевизну болванок и простоту отправки по почте, понимаешь, что технические вопросы это на самом деле такая фигня по сравнению с тем, чем наполнена эта болванка и что будет с человеком, когда он посмотрит все это. Классная идея. Кстати, все больше **убеждаюсь в ценности информации. Если вдумчиво конечно слушать...**

—Павел Дашкевич. Минск

Новая информация о речевых методиках

“Во времена оные, примерно год назад, когда я пыталась открыть РА и соответственно обзванивала и обхаживала разные фирмы, часть фишек я узнала. но не все. Чуть более четко структурированный вид этой методики есть в одной или нескольких статьях на triz-gi.ru, но! - речевых фишек, статусности и типов директоров там нет”

— Елена Русанова



Очень полезная информация

"Внимательно осваивала несколько раз. Очень хорошо структурированная информация, годится для любого вида бизнеса. Здорово, что сложная задача разбита на маленькие нестрашные кусочки-шаги, которые можно "глотать" один за другим. Так что спасибо! Очень вовремя! "

— Элина Арсеньева. Санкт Петербург

Полная картина ИТ бизнеса

Информация, действительно, полезная и нужная. Дает совсем другое видение ситуации и перспектив бизнеса в ИТ. Сразу открываются его возможные интеграции в другие сферы. Понравился разбор маркетинговых техник, после объяснений сразу в голове четкая картина что и как...

А , вообще, курс укладывает в голове все по полочкам и позволяет сделать шаг вперед, потому как ты видишь, что будет дальше!

Спасибо за тренинг, буду активно применять предложенные схемы!

—Дмитрий Белешко. Санкт Петербург

Структура уровней клиентов.

Один из таких просветляющих моментов для меня.

Вот здесь услышал много интересного. Слушал внимательно, если мысль какая-то уходила в сторону от идущего контекста, перематывал назад. Не хотел упустить суть. Хоть тут практических советов делать так-то и так-то не давалось особо, все равно понятно, что делать, потому что ясно что надо получить в итоге.

—Павел Дашкевич. Минск



Часто задаваемые вопросы.

1. Для какого бизнеса разработана система РМЭИТ?

Система разработана, для малых и средних ИТ компаний, которые продают компьютерную технику, оказывают услуги по технической поддержке и аутсорсингу, строят компьютерные сети и основными клиентами которых являются такие же как и они компании малого и среднего бизнеса и физические лица. Компании - разработчики программного обеспечения, консалтинговые и обучающие компании также извлекут выгоду для себя из этой системы. Но наибольший эффект она даст именно средним ИТ компаниям, которые очень хорошо развиты технически, но не совсем представляют, как продавать свои услуги и продукты.

Если вы не уверены в том, нужна ли вам эта система, имейте в виду, что мы предлагаем 90-дневную гарантию с возвратом денег. Если вы поймете, что технологии описанные в системе по какой - либо причине не подходят для вашего бизнеса, вы можете вернуть все материалы нам и мы возместим все ваши расходы без каких - либо комиссий.

2. Сколько может стоить внедрение маркетинговых стратегий, описанных в РМЭИТ?

Некоторые стратегии вам ни будут стоить абсолютно ничего; в то время как другие могут потребовать затрат в 500 долларов и больше, в зависимости от той клиентской базы которая у вас есть, и от типа клиентов которых вы хотите привлечь. Следует иметь в виду, что эта система разработана для малых ИТ компаний, которые не имеют достаточного количества свободных денег, чтобы потратить их на маркетинг. В большинстве случаев, наши клиенты в состоянии увеличить продажи, только улучшая ТЕКУЩИЕ маркетинговые стратегии и кампании, на которые они УЖЕ тратят деньги, такие как их веб сайт, коммерческие предложения и проспекты и объявлений в справочниках и изданиях.

3. Как долго ждать результата?

Некоторые из стратегий дадут вам немедленное увеличение продаж. Другие потребуют больше времени, чтобы привести к фактическим продажам (3-6 месяцев) в ходе естественного процесса привлечения клиента и доведения его до продажи. В конечном счете, ответ на этот вопрос в значительной степени зависит от того, как быстро и до какой степени вы внедряете стратегии, содержащиеся в программе.

4. Что если на грани банкротства и не могу приобрести вашу систему?

Мы несколько раз встречали владельцев ИТ компаний, которые с трудом сводили концы с концами. Это те же самые люди, которые сопротивляются до последнего инвестированию средств в обучающие программы, семинары и тренинги, такие как РМЭИТ. И это при том, что для них знания по исправлению процессов в своем бизнесе есть САМАЯ ВАЖНАЯ вещь на этот момент времени.

Они думают: "Если бы у меня дела шли лучше, и у меня были бы свободные деньги, я мог бы инвестировать некоторое их количество в такие программы". Но истина в том, что все успешные компании и предприниматели зарабатывают больше денег именно потому, что они вкладывают капитал в изучение и рост их бизнеса, а не наоборот.



Этот же принцип верен и в ИТ, как и в любой другой области. Вам будет трудно найти успешного бизнесмена, который не вкладывал бы средства в книги, семинары, тренинги и коучинг.

Можно поспорить, что вы думаете: "Конечно, вы все это мне говорите для того что бы продать свою систему". Да, не будем кривить душой, мы хотим продать ее вам. Но кроме этого, мы пытаемся помочь вам. Если ваш бизнес идет настолько плохо, что вы не можете позволить себе нашу систему, или вы настолько сильно заняты, пытаясь как змея укусить себя за хвост, и полностью погружены в работу в своем бизнесе, вместо того чтобы воздействовать на него и управлять им, то тем более это весома причина зарегистрироваться сегодня.

5. Вы на самом деле гарантируете, что это работает?

АБСОЛЮТНО! Если вы будете внедрять стратегии, которые содержатся в системе, то вы **УВИДИТЕ РЕЗУЛЬТАТ**. Если вы не будете этого делать, то можете вернуть систему, и мы вернем все ваши деньги, без каких либо вопросов. Вы либо получаете **ПРИБЫЛЬ** от системы, либо не платите ни копейки.

6. В данный момент я очень занят, могу я заказать РМЭИТ позже?

Это действительно потребует некоторого времени, однако мы знаем многих владельцев ИТ компаний, который выжидают "подходящего" момента, чтобы начать оптимизировать свой бизнес. Но знаете в чем дело? "Подходящий" момент **НИКОГДА** не наступит, потому что всегда найдется срочный проект, проблема требующая немедленного решения, или еще тысяча мелочей, которые отнимут у вас все время.

Если вы будете ждать "подходящего момента", то вы будете вертеться как белка в колесе целые месяцы, а может быть даже **ГОДЫ** не достигая никакого прогресса. И будете настолько вовлечены в работу в бизнесе, что у вас никогда не будет времени воздействовать на ваш бизнес.

Процесс привлечения новых, выгодных клиентов **ЕДИНСТВЕННАЯ И САМАЯ ВАЖНАЯ** вещь в любом бизнесе. потому что большинство ваших проблем, расстройств и разочарований происходит от **НЕХВАТКИ** достаточного количества денег.

7. Работает ли система для нового бизнеса (start up)?

Безусловно! У вас есть два пути - Вы можете или потратить много времени и денег, делая ошибочный маркетинг получая взамен мало денег, которые вы имеете в основном на неэффективной рекламе, **ИЛИ** Вы можете получить Набор инструментов и использовать самые быстрые, самые легкие и наименее дорогие способы получить новых клиентов на блюдце с золотой каемочкой.

8. У меня ИТ компания, но я не занимаюсь технической поддержкой, аутсорсингом, инсталляцией ПК (я - web разработчик, ИТ тренер и так далее), будет ли РМЭИТ работать в моем бизнесе?

Система РМЭИТ прежде всего разработана для малых и средних ИТ компаний, которые обеспечивают сетевые решения, продажу компьютерной техники, обеспечивают услуги по технической поддержке. Однако компании, которые не попадают под этот критерий, тоже



покупают систему. Мы не преследуем цель собирать отзывы с таких клиентов, потому что они - не наша целевая аудитория. Но процесс привлечения клиентов ТАКОЙ ЖЕ, независимо от того, что вы продаете, и кому продаете. Единственная разница будет в шаблонах материалов, которые мы прилагаем к системе, которые очевидно необходимо будет изменить.

Так как в системе охвачены все области и методы привлечения клиентов в ваш бизнес, то любой бизнесмен, пробующий привлекать новых клиентов используя маленький бюджет, может извлечь выгоду из систем и процессов, описанных в системе

Некоторым нужно дать примеры, разработанные специально для их бизнеса, их клиентов, и их ситуаций прежде, чем они "увидят" ценность и просто будут применять стратегии, описанные в системе. Так как мы не знаем, в какую категорию Вы попадаете, мы предлагаем 90-дневную гарантию с возвратом денег. Если вы понимаете, что содержание системы не подходит вам, или если вы не удовлетворены по какой - либо причине, вы можете вернуть нам систему в течение 90 дней после вашей покупки с полным возмещением ваших средств.

9. Что из себя представляет система РМЭИТ? Не предложите ли вы мне создать аналогичный сайт и начать продавать аналогичную информацию?

Система представляет собой тренинг в коробке. Или, если хотите семинар. Вы получите полное руководство и описание всех предлагаемых стратегий, шаблоны всех необходимых материалов, специально разработанных для ИТ компаний, в которые вы можете только вписать ваше имя и название вашей компании и тут же начать их использование для привлечения клиентов. Вы получите аудио запись семинара, по каждому вопросу, освещенному в системе. Плюс ко всему у вас будет 40 минут бесплатной консультации, в течении которой мы ответим на все ваши вопросы по увеличению дохода вашей ИТ компании

10. Чем различаются РМЭИТ и другие Ваши продукты?

РМЭИТ - это взаимосвязанные стратегии для привлечения клиентов и продаж. Система обеспечивает создание sales - машины в Вашей компании, используя различные инструменты и методы. Другие продукты - это то что может внедряться изолированно для определенных направлений бизнеса - таких как продажа лицензионного ПО, предоставление саппорта, аутсорсинговых услуг. РМЭИТ обеспечивает платформу для остальных наших продуктов и может комбинироваться с ними

11. Вы выступаете как тренеры для ИТ бизнеса, занимались ли Вы сами реально ИТ бизнесом?

Занимались и занимаемся. РМЭИТ - одна из наших активностей, в которую мы переносим лучшие наши наработки, достижения коллег и то что работает у клиентов. Компания ISTL работает в сфере ИТ и телекоммуникаций и специализируется на ИТ и OSS/BSS решениях.



Бизнес процессы и чеклисты

Материал для самостоятельной работы.

Для того что бы вам лучше понять, где вы находитесь сейчас, и ситуацию As Is в вашем бизнесе, заполните ниже приведенные формы.

МАРКЕТИНГ:

Оцените, насколько продвинул Ваш маркетинг:

(каждый пункт должен быть оценен по 5тибальной шкале, от 1=Очень плохо, to 5=Очень хорошо.)

Мой бизнес использует эффективные рекламные компании **12345**

Мой бизнес получает большое количество новых клиентов (Lead Generation) **12345**

Мой бизнес получает новых клиентов отличного качества **12345**

Мой бизнес успешно конвертирует потенциальных покупателей в продажи (Lead Conversion) **12345**

Мой бизнес успешно контролирует расходы на рекламу, lead generation и lead conversion **12345**

Мой бизнес успешно удерживает клиентов **12345**

Мой бизнес успешно стимулирует клиентов постоянно покупать **12345**

Мой бизнес успешно стимулирует клиентов посылать к нам своих друзей и знакомых (Referrals) **12345**

УТП (Уникальное торговое предложение), позиционирование и бренд моего бизнеса понятные и широко узнаваемы в целевой аудитории **12345**

Мой маркетинг соответствует позиционированию моего бизнеса **12345**

Мой маркетинг эффективен **12345**

Мой бизнес всегда создает привлекательные предложения и причины для покупки (Offers) **12345**

Мой бизнес быстро реагирует на изменения на рынке **12345**

Мой бизнес быстро реагирует на действия конкурентов **12345**

Мой бизнес эффективно внедряет и использует новые технологии **12345**

Теперь пронумеруйте все пункты в порядке важности для Вас, по 10тибальной шкале, 10=самое важное, 1=наименее важное.

А также выделите те пункты, которые являются для Вас наиболее сложными.



БИЗНЕС-ПРОЦЕССЫ И ФИНАНСЫ:

Оцените, насколько хорошо работает Ваш бизнес и Ваши деньги:

(каждый пункт должен быть оценен по 5тибальной шкале, от 1=Очень плохо, до 5=Очень хорошо.)

Я нахожу время внедрить новые маркетинговые стратегии и улучшить существующие **12345**

Я умею включить своих партнеров, менеджеров и работников в работу по общему курсу развития бизнеса **12345**

Мой бизнес не противостоит моим попыткам его улучшить **12345**

Мой бизнес не противостоит моим попыткам улучшить его маркетинг **12345**

Я эффективно ставлю перед собой цели и их добиваюсь **12345**

Я эффективно ставлю цели, постоянно измеряю свой прогресс и добиваюсь их выполнения от других **12345**

Я управляю своим временем **12345**

Я эффективно убиваю в себе лень **12345**

Я эффективно нанимаю, тренирую, управляю и увольняю своих сотрудников **12345**

Я постоянно измеряю и сравниваю всю ключевую статистику моего бизнеса **12345**

Я эффективно ставлю премиум-цены за свои продукты и услуги и успешно их продаю **12345**

Я постоянно получаю достаточную прибыль **12345**

Я вытаскиваю достаточное количество денег из моего бизнеса для своей жизни **123 45**

Я вытаскиваю достаточное количество денег из моего бизнеса для накопления и сбережений **12345**

Я вытаскиваю достаточное количество денег из моего бизнеса для дальнейших инвестиций в свое будущее **12345**

Я достаточно времени провожу вне бизнеса (выходные, отпуска) **12345**

У меня есть проработанная стратегия выхода из моего бизнеса **12345**

Теперь пронумеруйте все пункты в порядке важности для Вас, по 10тибальной шкале, 10=самое важное, 1=наименее важное.

А также выделите те пункты, которые являются для Вас наиболее сложными.

Приложите к каждому пункту анкеты сопутствующие документы.



РЕКЛАМА И PR:

Используете ли Вы следующие стратегии в своем бизнесе?
(выберите один из вариантов ответа)

Почтовые рассылки (Direct Mail) Постоянно Иногда Редко Никогда
Факсовые рассылки Постоянно Иногда Редко Никогда
Е-майл рассылки Постоянно Иногда Редко Никогда
Телемаркетинг Постоянно Иногда Редко Никогда
Вебсайт Постоянно Иногда Редко Никогда
Продажи через интернет Постоянно Иногда Редко Никогда
Рекламу через местные газеты и журналы Постоянно Иногда Редко Никогда
Рекламу через специализированные газеты и журналы Постоянно Иногда Редко Никогда
Рекламу на местных радиостанциях Постоянно Иногда Редко Никогда
Рекламу на центральных радиостанциях Постоянно Иногда Редко Никогда
Рекламу на местном ТВ Постоянно Иногда Редко Никогда
Рекламу на центральном ТВ Постоянно Иногда Редко Никогда
PR в специализированных изданиях Постоянно Иногда Редко Никогда
PR в центральных изданиях Постоянно Иногда Редко Никогда
Свою газету или журнал (Newsletter, Ezine) Постоянно Иногда Редко Никогда
Партнерские мероприятия (Joint Ventures) Постоянно Иногда Редко Никогда
Аффилиатов (Affiliates) Постоянно Иногда Редко Никогда
Личные контакты и связи Постоянно Иногда Редко Никогда

Сколько маркетинговых и рекламных стратегий или систем Вы постоянно используете для поиска новых клиентов: _____

Сколько маркетинговых и рекламных стратегий или систем Вы используете для стимуляции дополнительных и регулярных продаж (Repeat business):

Сколько маркетинговых и рекламных стратегий или систем Вы используете для стимуляции вирусного маркетинга (Referrals): _____



ЦЕЛИ В БИЗНЕСЕ:

Опишите 5 самых важных целей, которые Вы поставили перед собой в Вашем бизнесе:

#1:

#2:

#3:

#4:

#5:

Опишите 3 самых больших постоянных источника стресса и проблем, которые мешают Вашему бизнесу идти вперед:

#1:

#2:

#3:



ЛИЧНЫЕ ЦЕЛИ: Опишите 5 самых важных целей, которые Вы поставили перед собой:

#1:

#2:

#3:

#4:

#5:

Опишите 3 самых больших постоянных источника стресса и проблем, которые не дают Вам спать:

#1:

#2:

#3:



ВАШЕ РАСПИСАНИЕ:

Опишите свое расписание

Количество рабочих часов в день _____

Количество рабочих часов в неделю _____

Желаемое количество рабочих часов в неделю _____ % продуктивного времени

Количество часов, которые Вы тратите на текучку _____

Количество часов, которые Вы тратите, улучшая свой бизнес _____

Ваш отпуск (в неделях в год): 2005: _____ 2006: _____ 2007: _____

2008: _____ Желаемый отпуск (в неделях в год): _____



Статьи

Вы не Microsoft, Dell или IBM – но почему тогда вы делаете маркетинг в вашем бизнесе таким, же образом?

Часто просматривая ИТ-прессу и изучая, каким образом делают рекламу крупные компании, снова и снова удивляешься невероятно плохому маркетингу и огромной трате денег. Это маркетинг, лишенный хороших примеров.

Ни одного значимого предложения. Ни одного неотразимого заголовка. Ни одной конкретной, рассчитанной на целевую аудиторию выгоды, чтобы побудить к покупке.

Никаких отзывов и case study. Гарантия? Вы шутите?

Что там было? Симпатичный и умный. Это объявления, разработанные профессиональными дизайнерами, но не способствующие продажам, ибо в них не включена продажа хоть чего-нибудь. Все свободное рекламное место потрачено впустую и бессмысленно, с симпатичной фотографией и неопределенными общими фразами.

Абсолютно никакой коммерческой подачи!

Мы часто задаемся вопросом, собирается ли кто-нибудь из этих рекламодателей когда-либо считать их маркетинговые доллары и быть ответственным за измеримый результат вместо закачки миллионов долларов в ужасный маркетинг под эгидой «построения бренда» и «узнаваемости»...

Как владелец малого бизнеса, вы не можете позволить себе делать такие ошибки. Если Вы тратите \$1 сегодня, вам нужно вернуть \$2 назад завтра. Ваш маркетинг должен приносить прибыль так же, как продавец: если они не продает, то его увольняют. В конце концов, как долго вы держали бы продавца в штате, который бы не делал продаж? Это стоило бы того, чтобы платить им зарплату и тратить ваше время и ресурсы, зная, что он «по крайней мере, делает узнаваемым ваш бренд»?.. Абсолютно нет! Ваш маркетинг должен быть доведен до такого же самого уровня «ответственности».

Дэвид О'Гилви объяснил, почему такие большие компании используют самоубийственные маркетинговые стратегии, когда сказал: «Они всегда были шумные и сумасшедшие, на краю рекламного бизнеса. У них в запасе этнический юмор, эксцентричные изображения, презрение к исследованию и убеждение в своем собственном самозваном гении. Они редко достигают результата, потому что стремятся к тому типу клиентов, которые, обманутые их риторикой, не считают их ответственными за коммерческие результаты».

Другими словами, плохое рекламирование существует потому, что клиенты более впечатлены умной идеей и графическим дизайном, чем самим объявлением. Таким образом, они продолжают нанимать крупные, дорогие агентства, которые придумывают эти невежественные объявления и выставляют непомерные счета за свою работу. Если бы их клиенты считали их ответственными за результаты, то они не были бы в состоянии продолжать свой бизнес – но так как клиенты столь невежественны, они продолжают



существовать.

Но большие компании, как Microsoft и Dell, могут позволить себе масштабные маркетинговые бюджеты и крупные ошибки. И они могут позволить себе проводить многомиллионные кампании марки, которым нужны годы, чтобы стать узнаваемыми. Вы не располагаете такой роскошью.

Когда это придет в маркетинг ваших услуг, вы должны не только получить внимание вашего потенциального клиента, но также и построить доверие с ним и дать ему возможность откликнуться так, чтобы он двигался в направлении покупки у вас. Это то, что мы преподаем в статьях, в различных программах и живых семинарах, которые мы проводим. Ваш маркетинг должен давать результат, такой, как продажа или возможность купить. Узнавание и встраивание бренда – хороший побочный продукт прямого маркетинга, которому мы учим.

К сожалению, многим из тех клиентов, которые к нам приходят, приходится переучиваться после того, как они научились у этих больших компаний. Они думают, что маркетинг должен быть простым и пробивным, или того хуже – забавным, чтобы продать хоть что-нибудь. Они думают, что это должно быть «профессионально» (aka «скучно»), в противном случае клиенты не откликнутся на их кампанию. Они видят так немного примеров хорошего маркетинга!

Мы все меняем.



Где обитают клиенты?

В природе существуют только 2 способа найти базу данных потенциальных клиентов, которые у Вас купят все, сразу и много:

- собрать ее самому, используя 2шаговую рекламу;
- либо «позаимствовать» ее у того, кто ее уже собрал.

К сожалению, в большинстве случаев невозможно купить свежую базу данных клиентов, которые собираются в следующую неделю купить новый мобильник, машину или самолет. (Если бы такие базы существовали в природе, на их продаже можно было бы сделать **очень** много денег :)

Поэтому, нам остается только уговорить своих конкурентов сливать Вам те контакты, которые проморочили им голову и ничего у них не купили. (Если запустить их в правильную систему множественных касаний, то им все равно можно что-нибудь продать.)

Либо использовать партнеров, у которых **уже** есть список их клиентов, которые **уже** покупают похожие товары и услуги. И которым можно продать что-то еще. Ваше.

Либо поискать те места, где кучкуются Ваши клиенты: нишевые сайты и форумы, конференции и семинары, газеты и журналы, 2шаговая реклама на которых сможет заинтересовать их что-нибудь купить у Вас в будущем.

Либо продолжать делать то, что делает пассивное большинство – просто сидеть и надеяться, когда же они все сами Вас найдут каким-то чудодейственным способом. Будь это вирусный маркетинг, цыганская почта или письма счастья.



Почему клиентская реклама зачастую не попадает в цель

В чем именно причина неэффективности рекламных кампаний?

В том, что в подавляющем большинстве случаев Ваше СООБЩЕНИЕ не совпадает с Вашим РЫНКОМ (Целевой Аудиторией).

Статистика прямых продаж показывает, что средненькое sales letter (или средненький вебсайт), которое несет в себе сообщение точно пробивающее по всем болевым точкам целевой аудитории (по всем страхам, проблемам, сложностям, нуждам и мечтаниям) продает **намного** лучше, чем замечательное sales letter, которое не попадает в свою целевую аудиторию.

Другими словами, **кому** предназначено сообщение играет намного большую роль, чем что именно в нем написано и как это все упаковано.

Еще Ден Кеннеди в свое время сказал, что голодный рынок, готовый скупить любую продукцию, которая может решить его самые важные проблемы, намного важнее всего остального. Без голодной аудитории все остальное сразу теряет смысл.





Почему Ваша реклама ничего не продает?

Для тех, кто не совсем понимает, что такое маркетинг и зачем все это нужно, попробую показать свое видение маркетинга.

Правильный маркетинг служит для того, чтобы предрасположить потенциальных клиентов к покупке, заинтересовать в своих товарах или услугах и подтолкнуть их к правильному выбору :)

Эффективный маркетинг состоит из 3х критически важных шагов:

- правильный рынок;
- правильное сообщение (под нужды конкретного рынка);
- и правильный способ донесения своей информации до этого рынка (правильный медиа).

И для эффективного маркетинга (и, соответственно, эффективной рекламы, которая будет постоянно приносить прибыль с каждой рекламной кампании) абсолютно необходимо правильное сочетание всех 3х элементов.

Самая большая ошибка, которую делает большинство бизнесов, состоит в том, что они концентрируют 90% своих усилий на выборе медиа (способе донесения своей информации до потенциальных клиентов).

Когда владелец бизнеса вдруг впадает в очередной кризис, первое, что ему приходит в голову – это увеличить рекламу. Где бы еще нарыть новых клиентов? Дать контекстную рекламу в Яндексe или Гугле? Тиснуть рекламу в газетах? А может быть флаеры по району раскидать? Или в метро рекламу купить?

И в этом случае безумное количество денег просто выкидывается на ветер из-за того, что хозяину вдруг приспичило порекламироваться. Из-за того, что вдруг стало нужно больше клиентов. Что само по себе является самой неэффективной причиной для рекламы.

Самой лучшей причиной на самом деле является правильное сообщение.

Рекламироваться нужно начинать тогда, когда Вам есть, что сказать Вашим клиентам.

Так что начинать нужно именно с этого.

А в этом и кроется та самая USP (USP – уникальное торговое предложение), которую Ваша компания должна источать из всех возможных щелей.

Вся суть Вашей компании, Ваших товаров, услуг и послепродажного сервиса должна заключаться в ярком ответе на один простой вопрос: **Почему клиент должен купить именно у Вас, а не у любого из Ваших конкурентов? И почему он вообще должен что-то купить именно сейчас, а не сэкономить деньги и не пройти мимо?**

И самое интересное в том, что большинство бизнесов сами НЕ могут ответить на этот вопрос.



Что с вашим WEB-сайтом? Пять простых способов заставить продавать ваш сайт лучше

Одна из самых больших революций в мире маркетинга – это появление онлайн-маркетинга. Стоимость разработки и хостинга сайта несоизмеримо мала сравнительно с тем количеством денег, которое он может заработать для вас (в отличие от других медиа, таких, как прямая почтовая рассылка, желтые страницы, реклама в газетах и журналах и так далее).

Веб-сайт работает 24/7/365, и результаты сразу видны. Вы также можете делать изменения в рекламной компании тотчас же, а не через день, неделю, месяц, как в других медиа.

Самый быстрый путь к получению рефералов – «сарафанное радио», когда ваши клиенты сам вас рекомендуют. Когда вы слышите про какую-то компанию от вашего знакомого, что в первую очередь вы делаете? Вы ищите и заходите на их сайт. Если вас сайт не впечатлил, то, возможно, вы купите, а возможно, и нет. Может, вернетесь на сайт еще, а может, и не захотите...

Когда ваши клиенты рассказывают кому-нибудь другому про ваши услуги, будет ли он так же впечатлен вашим сайтом? Будет ли у него причина присоединиться к вашей рассылке? Имеет ли он абсолютно четкое представление, что вы делаете? Почему ваша компания лучший выбор в любой из областей вашей компетенции?

Это большая загадка, почему настолько много ИТ-компаний НЕ ИМЕЮТ своего веб-сайта, или скучный сайт из пары страниц, на котором нет информации, которая бы «зацепила» клиента.

Если вы хотите, чтобы сайт приносил вам больше прибыли, то вот 5 вещей, которые вы можете сделать прямо сейчас, чтобы повысить эффективность.

Пункт #1. Сделайте неотразимый, интересный и захватывающий внимание заголовок на главной странице. Он точно идентифицирует, кто ваш лучший клиент и что вы можете сделать для него. Вы не представляете, как много хозяев веб-сайтов даже и не думают делать это. Будьте уверены, что вы не сделали такую же ошибку с вашим сайтом. Вот пример эффективного заголовка:

Вы Директор Компании и Устали Ждать Вашего Инженера, Пока Он Вам Позвонит, Придет и Починит Ваш Компьютер?

Вы Заинтересованы в защите Вашей Информации?

Хотели бы Вы Найти способ Сбросить Головную Боль и Проблемы с Компьютерами Раз и Навсегда?

Вы Находитесь В Нужном Месте!



Не беспокойтесь о длине заголовка. Заголовок в ЛЮБОЙ маркетинговой компании дает самый большой процент отклика. Клиент будет читать длинный заголовок до тех пор, пока он заинтересован.

Пункт #2. Используйте легко читаемый шрифт. Если вы на самом деле хотите, чтобы посетители ЧИТАЛИ ваш сайт, не делайте шрифт серым или светлых тонов, не используйте темный фон и светлый шрифт, не применяйте также очень маленький кегль и не помещайте изображения позади текста.

Пункт #3. Разместите на сайте БЕСПЛАТНОЕ предложение и ПРОДАВАЙТЕ это так, как будто если клиент экономит деньги. Не все, кто посетил ваш сайт, тут же купят продукт. Часть людей обычно сначала присматривается. В этом случае вы должны сделать что-нибудь, дать возможность посетителям подписаться на вашу рассылку, получить что-либо бесплатно в обмен на их контактные данные.

Хороший способ – это специальный отчет, но вы можете использовать и телесеминары, интервью с вами или с вашими лучшими клиентами, бесплатную услугу и так далее.

Пункт #4. Используйте большое количество отзывов клиентов и success stories. Посетителям будет не только легче читать материал, но ПЛЮС к этому – вы показываете преимущества, которые дают ваши услуги. Делаете более легким осмысление услуг, когда проецируете их на реальную жизнь: КАК ваш опыт помог другим владельцам компаний.

Пункт #5. Дайте посетителю легкий способ достучаться до вас. Это поистине удивительно, как много ИТ-компаний имеют на сайте только форму «Написать нам» и все. Как насчет тех клиентов, которым помощь нужна НЕМЕДЛЕННО? Мы сильно рекомендуем иметь «Горячую линию» или, на крайний случай, голосовую почту либо автоответчик, который сможет записать сообщение и переслать его вам. Запомните, слабая способность к реагированию на клиента – это причина номер один, почему клиенты отказываются от услуг своих текущих ИТ-компаний и начинают искать кого-нибудь еще.



Можете Ли Вы Ответить На Один Вопрос?

Есть старая карикатура, которые любят, наверное, многие менеджеры по продажам, который показывает продавца оружия, обращающемуся к генералу прежде, чем тот собирается вести армию на войне, вооруженный только вилами и мечами. Заголовок рисунка показывает общее высказывание, *“Скажите ему (продавцу), что у меня нет времени, на разговоры с ним; я собираюсь идти на войну”*

Менеджеры по продажам, любят этот рисунок, потому что они видят как продавец пытается продать товар тупому клиенту, который даже не удосужился посмотреть, что ему предлагают. Проблема в том, что есть вещь, которую они не понимают, ПРОДАВЕЦ является ИДИОТОМ! Потому что он не может правильно донести до клиента ценность, которую он предлагает.

В любой коммуникации, хоть в письменной, хоть в устной, маркетинг намного более важен в ИТ бизнесе, чем большинство людей могут предположить. Физические продукты продают сами себя. Вы можете их потрогать, оценить, использовать, прежде чем купите их. Вы так же можете легко определить, когда такой продукт сломан или неисправен, и отказаться от покупки.

Услуги намного более неуловимы. Потенциальные клиенты волнуются, что Вы дадите неадекватный или неправильный совет или консультацию, не могут заранее оценить качество ваших услуг.. Они волнуются, что Вы собираетесь запросить чрезмерную цену или продать им то, в чем, что они не нуждаются. Они боятся, что Вы не сможете сдержать свои обещания и покажите менее чем удовлетворительные результаты. Клиенты не знают как отличить хорошую услугу от плохой. И боятся, что они сделают очень дорогостоящую ошибку.

Из за этого коммуникации по продаже услуг, несут более тяжелое бремя, чем маркетинг по продаже товаров. Они должны нарисовать картину результатов, которые нельзя показать с типовым или материальным продуктом. Они должны передавать доверие. Они должны сделать услугу более осязаемой и должны устранять естественное чувство скептицизма у клиента перед покупкой. Они должны сделать ваши обещания правдоподобными.

Именно поэтому Вы должны доносить результаты в вашей системы продаж. Вы не можете говорить только о Вашей компании и о том что вы делаете. Вы должны обещать спасение клиентам от их проблем. Вы должны продемонстрировать, как Вы будете экономить их деньги, сделаете их богатыми, дадите им конкурентное преимущество, и сделаете их жизнь легче. Ваши коммуникации должны убедить их, что покупка у Вас является самым лучшим решением которое они могут принять. и что при ожидании.

Ваши клиенты интересуются собой, своей жизнью, своими проблемами и заботами. Они обращают внимание на вас ТОЛЬКО тогда, когда Вы сосредотачиваете вашу коммуникацию на НИХ. Они хотят знать ответ на старый вопрос, **“Дайте мне одну серьезную причину, почему я должен купить у вас”**

Каков ваш ответ?



Типичный ответ, *“наши специалисты намного лучше, чем другие”* или *“мы делаем лучшую работу.”*



Если это - ваш ответ на тот; насколько это правдоподобный ответ? Разве Вы не думаете, что любая другая компания не говорит то же самое? Вы действительно думаете, что даете клиенту абсолютное, чтобы нанять Вас?

Конечно, есть разница между хорошим специалистом и плохим. Но если ваша маркетинговая коммуникация точно такая же как у всех в вашей области, или в вашей отрасли, как Вы можете ожидать, что ваш потенциальный клиент знает, являетесь ли Вы некомпетентным. И как Вы можете надеяться получить измеримый результат от таких ваших маркетинговых коммуникаций?

Совет: Инвестируйте время в изучение, как быть специалистом по созданию текстов и коммуникатором. Таким образом, Вы будете доносить доверие, выгоды и ту ценность, которую приносят ваши продукты и услуги; В итоге вы получите те выгоды и тот доход, которого вы достойны, и так же сильное конкурентное преимущество.

Научится этому не так сложно как вы думаете. Исследования показывают что изучение и практика в копирайтинге в течении получаса в день, очень сильно и очень быстро повысят ваши навыки в составлении таких текстов которые будут на самом деле продавать ваши товары и услуги.

Но если Вы просто не желаете писать тексты сами, по крайней мере необходимо изучить для того, чтобы знать различие между плохим и хорошим сообщением; тогда, наймите копирайтера или маркетингового консультанта, который понимает ваш бизнес и клиентов, чтобы он помог написать все необходимые маркетинговые коммуникации для вас.

