



*В баре играла музыка, он сидел у окна и наблюдал, как тихо идет мерзкий осенний дождь.*

*Бренд ждал свою Аудиторию, он чувствовал себя очень уверенно. Каждый день графические дизайнеры полировали его лого-костюм, чтобы он соответствовал всем ожиданиям миллениалов и поколения Z. Маркетологи считали, сколько он стоит, и думали, как еще повысить его состояние. Больше всего он любил бренд-менеджеров. Их работа состояла в том, чтобы адаптировать его к новым рынкам, следить за его репутацией, проверять на наличие новых паразитов под названием «хейтинг» и улаживать отзывыми фан-клубов.*

*Он с безразличием наблюдал, как другие бренды забивались в узкий проход темного бара, сколько здесь было выскочек-новичков, которые приходили максимум два раза, а потом исчезали без следа, были и старики, они заказывали только виски под названием E-mail и верили в силу сарафанного радио. Были пикаперы, которые, насмотревшись плохих курсов под скучным названием «Раскрути свой бизнес за 2 месяца» считали, что смогут сразу затащить клиентку в постель после чудного оффера в формате: «Гарантирую ночью индивидуальный подход и высокое качество».*

*Больше всего Бренд не любил момент, когда разные Аудитории заходили в бар, снимали пальто, поправляли прическу у зеркала и расширяли глаза от потока взглядов, устремленных на них. А потом пытались протиснуться по узкому проходу, где каждый пытался продать себя прямо с порога.*

Он был не такой, он знал, что у него есть чувство собственного достоинства, наполненность, собственная система ценностей, концепция, которую он так любил, и миссия. Он был современным, стильным, и знал до мелочей, в чем его ценность и отличие.

Главное правило: аудитория должна сама сделать первый шаг. Бренд посмотрел на официанта и махнул головой в сторону нужного столика – да, он уже определил, где сидит именно его ЦА.

Официант с надписью на бейджике «Чат-бот» нес в руках бутылку нового итальянского аперитива «Лид-магнитус»...

Аперитив обладал потрясающим вкусом, был достаточно сладким и обладал нужным градусом полезности.

Аудитория с интересом спросила, кто ей предоставил такой замечательный подарок, официант показал в сторону Брендана и попросил оставить ее координаты, потому что в следующий раз по правилам бара ей полагаются в подарок два коктейля. Аудитория дала свой номер официанту и с интересом наблюдала за Бренданом.

Тот не спешил, он знал, что нужно выждать время, чтобы у нее проявился интерес. Допив свой бокал красного сухого вина под названием «Баннерная анτισлепота», он встал и подошел к ее столику.

Первым делом он начал задавать вопросы, чтобы понять, правильный ли выбор он сделал, в легкой форме флирта, началась игра. Игра под названием «Эффективный маркетинг»...

## ОБ АВТОРЕ

Рада приветствовать каждого из вас на страницах этой книги! Меня зовут Марта Коронкевич, и я предприниматель. У меня нет супермотивационных историй в формате «в 16 лет заработала свой первый миллион долларов» или «моим клиентом является Дональд Трамп».

Я из Беларуси, родилась в городе Слуцке, закончила школу с золотой медалью, потом поступила в университет в столице, который закончила с красным дипломом.

Именно там у меня начался период активности: я училась на факультете маркетинга и знала, что когда-нибудь у меня будет свой бизнес.

Во время учебы я создавала глупые стартапы, которые представляла на встречах инвесторов, много работала. На третьем курсе устроилась на работу маркетологом в группу лизинговых компаний. Уже через пару месяцев я полностью руководила всем маркетинговым подразделением и хорошо зарабатывала.

После университета я открыла свою компанию по доставке правильного питания и сама к себе распределилась. И вот здесь случился мой факап, который потом перерос в историю успеха...

На сегодняшний день я:

- Серийный предприниматель, за 8 лет основала 6 успешных бизнесов, некоторые проданы.

- Маркетолог №1 в СНГ в концептуальном маркетинге, как обо мне говорят.
- Автор собственных маркетинговых методик создания бизнес-концепций и позиционирования.
- Популярный бизнес-блогер и лидер мнений в Instagram.
- Автор книг, одну из них вы сейчас читаете.
- Спикер на конференциях Сколково, Сбербанка и других бизнес-форумах.

Эту книгу я буду писать как человек, который имеет практический опыт в маркетинге своих бизнесов и десятках других ниш своих клиентов.

Одним из моих проектов является маркетинговое агентство I'M GROUP ([imgroup-agency.com](http://imgroup-agency.com)). Мы современная компания, которая работает удаленно. Это позволяет нам сотрудничать с клиентами из СНГ, Скандинавии, ЕС, странами Персидского залива, США и Китая. А также дает мне возможность как руководителю создавать команду из специалистов, которые находятся в разных частях планеты и являются лучшими в какой-то узкой сфере.

Каждый важный тезис, который я озвучу в данной книге, будет подкреплён нашими кейсами и практикой.

Обязательно прочтите книгу от начала до конца, чтобы понять, как маркетинг позволит вам за несколько месяцев увеличить прибыль минимум на 40%.

Можете это воспринимать как волшебную таблетку «Виагра», которая быстро приведет в чувство и поднимет на нужный уровень всю вашу маркетинговую систему...

# ВВЕДЕНИЕ

Вы когда-нибудь проводили параллель между маркетингом и сексом?

Давайте представим бренд в образе мужчины (или женщины), который направляет своё внимание, заигрывает, флиртует, строит отношения, доставляет удовольствие, вызывает жгучее желание ввиду своей недостижимости. Либо раскрепощает своей доступностью.

## УВЕРЕННОСТЬ В СЕБЕ

Нам нравятся уверенные в себе люди, с сильной энергетикой, гармоничные, в которых чувствуется харизма.

Если переносить этот образ на бренд, то уверенность отражается в чёткой позиции, в следовании своему мировоззрению, в наличии миссии и концепта. В умении мотивировать других следовать за собой и создавать сообщества приверженцев.

## УМЕНИЕ ЧУВСТВОВАТЬ ПАРТНЁРА

Кто-нибудь имел опыт занятия любовью с партнёром-звёздочкой или с человеком, сосредоточенным только на себе? Неприятный осадок, правда?

А кто имел опыт общения с компаниями, которым было важно только продать себя и поиметь вас?

Хороший бренд создаёт максимальную персонализацию по отношению К КАЖДОМУ клиенту, умеет предвосхищать желания и превосходить ожидания.

Меньше обещайте, но делайте ВСЕГДА БОЛЬШЕ. Тогда эйфория от общения с вами будет ещё долго кружить в воздухе.

### ПЕРЕЗВАННИВАТЬ НА ЗАВТРА

Сколько женщин пережили состояние фрустрации, когда после головокружительной ночи он не перезвонил?

НИКОГДА не забывайте о тех, кто уже купил у вас! Если клиенту понравился продукт и сервис, он будет готов покупать дальше, он будет готов следовать за вами, только дайте ему то самое внимание, которое так необходимо во время выстраивания отношений. А это уже про долгую любовь без прелюдий.

### ЛЮБОВЬ С ПЕРВОГО ВЗГЛЯДА

Сейчас уже никто не верит в неё, но почему бы вам не произвести любовную революцию и не покорить свою аудиторию первым же касанием?

Я про визуальную составляющую. Сейчас среднее время просмотра рекламного сообщения поколением Y составляет 3 секунды, а поколение Z тратит на это только 1,5 секунды! Они банально не успевают прочитать, они успевают только воспринимать цвета и символы.

Новый дизайн сайтов, соцсетей, видео с учетом психологии восприятия — вот то, что позволит влюбить в себя с первого взгляда.

Вы готовы на это?

Если да, то я готова взять вас за руку и провести в чудесный мир эффективного маркетинга.

Следуйте за мной...

# ИЗМЕРЯЕМ ЛИНЕЙКОЙ СВОЙ ПОТЕНЦИАЛ

---

## Мой факап

Начну со своего грандиозного факапа, эта личная история напрямую связана с рыночной ситуацией

В 22 года закончила университет с красным дипломом по специальности «маркетинг». В это время я уже работала руководителем маркетингового подразделения в группе лизинговых компаний. Зарабатывала много по меркам Минска, тем более для студентки. Руководство уважало, моментально внедряли мои разработки, и да, у меня получалось делать так, чтобы компания зарабатывала.

НО! Каждый день, сидя в офисе, я искала идеи для своего бизнеса, я мечтала о нем с 14 лет и не хотела откладывать ни на день исполнение своего желания.

Вместо сумок Fendi, авто и квартир я трепетно собирала всю свою зарплату, снимала комнату в старенькой квартире с советским ремонтом, на всем экономила — так я зарабатывала начальный капитал.



---

## ОШИБКА 1

---

### **СОБИРАТЬ ДЕНЬГИ НА НАЧАЛЬНЫЙ КАПИТАЛ. ЕСТЬ МИЛЛИОН СПОСОБОВ ДЕЛАТЬ БИЗНЕС С НУЛЯ ИЛИ ЗА ПРИВЛЕЧЕННЫЕ СРЕДСТВА.**

---

Каждый день я анализировала рынок. Искала бизнесы, которые зарекомендовали себя в Москве, в СНГ и Европе.

Я выделяла группы интересных для себя ниш, читала аналитические сводки по рынку, смотрела запросы, высчитывала потенциал роста.

В итоге решила остановиться на проекте, связанном с доставкой правильного питания.

Концепт был прост: диетолог подбирает нужную программу питания, далее производство еды, ежедневная доставка и замеры результатов клиентов.

Сейчас таких компаний тысячи, в 2012 году в Минске не было ни одной, в Москве было три сильных проекта, которые делили рынок.

Мысль была такова: потребность есть, конкурентов нет вообще, можно ногой открывать двери и снимать сливки.

---

## ОШИБКА 2

---

### **ЕСЛИ ВЫ ДЕЛАЕТЕ БИЗНЕС НА РЫНКЕ, ГДЕ НЕТ КОНКУРЕНТОВ, ТО ГОТОВЬТЕСЬ ОДНОМУ ИНВЕСТИРОВАТЬ В СОЗДАНИЕ ДАННОГО РЫНКА И ЕГО РАЗВИТИЕ.**

---

Я открыла свое ООО сразу после получения красного диплома и начала работу.

Расписала бизнес-процессы, просчитала затраты, написала бизнес-план. Провела собеседование с технологами, поварами. Взяла людей на работу, с ними закупила оборудование на кухню, которое по большей части и съело мои вложения.

---

### ОШИБКА 3

---

## ВКЛАДЫВАТЬ СВОИ ДЕНЬГИ В НЕЛИКВИД.

---

Всё было готово: программы питания, технологии, производство, упаковка, курьерская служба, сайт и так далее.

Не было только одного — КЛИЕНТОВ (на этом месте должен быть свист негодования как в ситкомах).

Я пошла на глобальный риск — вписалась в реали-ти-шоу.

На одном из мероприятий мне довелось познакомиться с девушкой, которая руководила крупным женским онлайн-порталом: мода, стиль, форумы, здоровье, красота и прочее.

И я обратилась к ней за помощью в продвижении, у неё была высокая концентрация моей аудитории. Мы договорились сделать бартер. Она и её две коллеги-журналистки будут питаться по нашим программам и описывать на форуме каждый день свои ощущения и результаты.

Я решила, мы начали программу.

---

## ОШИБКА 4

---

### НИКОГДА НЕ ИДИТЕ В МЕДИА, ПОКА У ВАС НЕ ОТРАБОТАНЫ ВСЕ БИЗНЕС-ПРОЦЕССЫ.

---

Это почти убило мой только стартанувший проект. Было много косяков со стороны кухни, курьера, а журналистки, не стесняясь, все описывали в ярких красках. Были и хорошие моменты — они худели и при этом ели вкусно и разнообразно.

Реалити закончилось, это привело ко мне двух клиентов, из других каналов тоже пришло три человека.

Начались кассовые разрывы, у меня банально не хватало денег на рекламу и активное продвижение.

За время этого проекта я досконально на своём опыте изучила партнерский маркетинг, научилась писать релизы и многое другое.

Клиенты были, но я находилась в состоянии выживания, выделяла себе в месяц на жизнь 100\$, почти каждое утро ездила на кухню, чтобы самой мыть полы, посуду, контролировать поваров, курьеров.

Потом я превращалась в менеджера по продажам, маркетолога, бухгалтера и так до бесконечности.

В один прекрасный день я поняла, что так больше продолжаться не может. Нужно либо закрыть проект и признать свой провал, либо искать выход и что-то глобально менять.

Упрямство взяло верх, и я решила перепозиционировать проект.

Где и кому можно сразу продать большой объём еды?