

Содержание

Предисловие	7
1. Пара нелестных слов о рекламных агентствах	9
2. Главное правило бизнеса	13
3. Забудьте про «впаривание»	17
4. Ошибка, которая стоит вам ежемесячного рекламного бюджета	21
5. Начинаем отслеживать ключевые индикаторы вашего бизнеса, или Как маркетинг из затрат превратить в инвестиции	25
Две главные цифры вашего бизнеса	26
Стратегия доминирования над конкурентами	28
Пять точек приложения для увеличения прибыли, или «Забывтые» КРІ	29
Какие показатели как считать	31
Как выявить слабые звенья в системе продаж	46
Простейший способ вести отчетность	47
Самое большое препятствие к увеличению прибыли	49
Самый простой способ увеличить прибыль... ..	51
С чего начать увеличивать прибыль	54
6. Выжимаем максимум из цен	57
Пять мифов о ценообразовании, «благодаря» которым вы ежедневно теряете прибыль	58
Как выйти из ценовой конкуренции	67

7. Увеличиваем конверсию	99
Конверсия рекламы и продающих текстов.	100
Конверсия со звонка на визит	101
Конверсия при продаже вживую	103
Вредный креатив	104
Лечение vs. вакцина	106
Продавайте концепт, а не продукт	107
Эффективная рекламная брошюра	108
Повторение — мать продаж	111
«Я гарантирую это!»	114
Телефонный «этикет продавца»	120
Усилители продаж по телефону	124
Самый простой способ продать — «доллары со скидкой» ...	128
10 тысяч леммингов не могут ошибаться	131
«Бумеранговый» купон	132
Что общего между продажами и мезтью	133
Двухшаговые продажи	135
Обучающий маркетинг	139
Бонусы	144
Продавцы всегда в тонусе	145
8. Увеличиваем среднюю сумму покупки.	151
Магнит сверху	152
Ложные скидки	153
«Невыгодные» комплекты	153
Попробуйте дороже... или дешевле	154
Перекрестная продажа	156

Абонемент	159
Системы мотивации персонала	160
9. Увеличиваем количество повторных продаж.	165
Почему клиенты перестают покупать	169
Способы сбора контактов	170
Мелочь, приносящая в 4 раза больше продаж	173
«Соблазноподобные» продажи	174
Что делать с собранными контактами	179
Был бы список, а повод найдется	181
Первая «доза» бесплатно. Или очень недорого	183
Магазинная «сберкнижка»	184
Ключевые клиенты	185
«Бракованные» клиенты	187
Компенсировать — выгодно	188
Звонок после покупки	192
Закрытые распродажи	194
«Фальшивые» деньги	196
Попутные предложения	198
Реактивация клиентов и лидов	199
10. Привлекаем больше новых клиентов	207
«МММ» не от Мавроди	208
Критерии для оценки СМИ	209
Идентификаторы действия	212
Продавая всем, не продаешь никому	219
Задача: понять	220
10 золотых правил рекламы	223

«Горсправка» и «имидж бренда»	224
Три обязательные составляющие эффективной рекламы . . .	227
Заголовок-капкан	233
Чек-лист эффективного рекламного объявления	237
Как заставить прочитать вашу рекламу несколько раз	240
Реклама в СМИ не за деньги	241
Несколько способов снизить расходы на рекламу, не уменьшив ее объем	243
Правильная радиореклама	246
Реклама, которая платит сама за себя	248
Bait & switch	249
Продающий сайт	251
Троянская реклама	254
Я бы в спонсоры пошел — пусть меня научат	256
Стратегические партнерства, или Joint ventures	258
Аффилиатная система	262
Как контролировать агентство «ОБС»	264
Бесплатный пиар в СМИ	269
Продающие визитки	272
11. Систематизация процесса продаж	275
Книга продаж	278
Возражения и их проработка	282
«Программирование» звонков, или Зачем вам телефонные скрипты	282
Речевки	285
Блоки продающего текста и свайп-файл	286
12. Самая важная глава книги	289
Об авторе	293
Как увеличить продажи прямо сейчас и без значительных затрат	294
Кто мы?	295