

Продвижение на первом месте

Когда мы пытаемся справиться со спадом в продажах после праздников, в «не сезон» или другим кризисом в компании, то первое, что мы начинаем делать – это экономить. И, с одной стороны, это логично. Мы начинаем сокращать все затраты, включая рекламу и продвижение, что, как правило, ведет нас к еще большему сужению, так как откликов и обращений клиентов становится меньше. «Продавать некому», «старые клиенты сами без денег», - постоянно слышим мы от наших продавцов. И так далее, пока не становится нечем платить за аренду и зарплату и когда, в конце концов, не посещает мысль о том, не проще ли закрыться?

Однако можно оглядеться и посмотреть, что делают в «кризис» крупные и стабильные компании. Они продолжают себя продвигать! В «Макдоналдсе» почему-то очереди не уменьшаются, и щиты продолжают висеть по всему городу.

«Да,- скажете вы,- мы – не «Макдоналдсы»! Это правда. Но мы должны быть умными, предприимчивыми и уметь адаптироваться для того, чтобы выжить и процветать. И, может, не стоит делать то, что делают многие, кто ворчит и причитает, сваливая все на тяжелые времена или затянувшийся кризис, оправдывая свое падение.

Выход есть, он не всегда очевиден, хотя и очень логичен. Есть определенная технология выхода из критических ситуаций. Эта технология описана Л.Р. Хаббардом на основе 30-летнего наблюдения и изучения менеджмента предприятий по всему миру.

Л.Р.Хаббард описал формулу выхода из чрезвычайного положения или критического состояния, которая состоит из последовательных и логичных шагов.

И первый из них и он же самый важный – это *продвигать*. Это первое действие, вне зависимости от того, что еще вы делаете и это первое на что вы должны направить свое внимание. Что же в точности представляет собой продвижение? *«Продвигать – это значит делать что-либо известным, выпускать что-либо, делать себя известным, выпускать свою продукцию».*

Зачастую, когда мы пытаемся справиться с ситуацией, справиться любыми возможными способами, мы погрязаем в рутине и проблемах, мы перестаем эффективно продвигать свою компанию. А это самое важное, что можно и нужно делать, не тратя при этом огромных денег на рекламу. Такой способ имеет название - малобюджетный маркетинг.

Каким образом можно осуществлять малобюджетный маркетинг:

1. Устройте мозговой штурм с сотрудниками.
2. Составьте список абсолютно всех способов рекламы и продвижения, которые придут вам в голову, абсолютно всех идей, неважно насколько реалистичными или нереалистичными они покажутся.

3. Поставьте бесплатные или самые дешевые способы продвижения на первые места.

4. Отметьте в первую очередь те действия, которые сотрудники могут осуществлять своими силами, например:

- Звонки (отдельно расписать, сколько и кому звонить потенциальным и старым клиентам, постоянным - с какими акциями и предложениями)
- Электронные письма клиентам
- Факсовые рассылки
- Встречи
- Рекомендации от других клиентов
- Участие в мероприятиях, выставках, «тусовках» и тому подобное, то есть везде, где могут быть ваши клиенты

5. Составьте подробный план продвижения: все конкретные задачи для сотрудников и сроки завершения, чтобы отслеживать выполнение.

6. Составьте список по продвижению компании в целом, аналогично способам рекламы продукта – на 1 место самые незатратные способы. Кроме того, назначьте ответственных и определите сроки выполнения.

К малобюджетному способу продвижения относится в первую очередь Интернет. Почти во всех сферах бизнеса это - самый эффективный на сегодня способ. Что можно делать в контексте данного способа продвижения:

- Продвигать сайт.
- Регулярно обновлять сайт.
- Писать статьи, пресс-релизы, анонсы и размещать их на различных досках объявлений и сайтах.
- Обмениваться баннерами.
- Регистрироваться и создавать различные диалоги на форумах и различных порталах.
- Размещать контекстные объявления в «Яндекс Директ», «Google» и других поисковых системах.

Все это требует времени и ответственного человека, но это дает отличный результат.

Еще одна идея - работать со СМИ, публикуя интересные статьи, а не просто рекламу. Интересные статьи часто печатают бесплатно.

Можно также разработать свою партнерскую программу со своей системой взаимодействия с клиентами и журналом, где Эксперты продвигают компании и их продукцию, то есть тех, кто вошел в партнерскую программу. Это - не прямой способ рекламы, так как специальные люди

делают это за вас, данный способ не является затратным, однако работает лучше, чем когда рекламируешься сам.

Способов «продвигать» и рекламировать дешево – масса. Необходимо только творчество и обмен идеями. Самое главное – это не останавливать продвижение, когда ваши отклики от клиентов и показатели продаж начнут расти, так как то, что вызывает рост, необходимо анализировать и закреплять.

На сегодняшний день самым популярным и работающим является не агрессивное продвижение или реклама, а партизанский или доверительный маркетинг. А также грамотно выстроенная в компании система маркетинга и продаж.

2. Следующий шаг в формуле выхода из критического состояния - изменить основу ведения дел.

Необходимо что-то изменить в вашей компании, что вы, скорее всего и делаете: реорганизуете, снижаете расходы, переходя к следующему шагу. Что-то, что вы делали раньше, и что приводило к успеху, возможно, вы перестали делать. Или ваши способы продвижения устарели. Или вы что-то не делаете, что нужно делать именно сегодня. Вам определено, что-то нужно поменять, так как привычный способ действий не работает, или не достаточно работает, раз он привел вас в критическое состояние

3. Третий шаг: Экономьте. (Обратите внимание, что это идет третьим шагом, а не первым.)

Экономить нужно не только деньги, но и время. Старайтесь управлять компанией наиболее эффективно, с наименьшими затратами. Используйте в первую очередь Ваш интеллектуальный потенциал.

4. Четвертый шаг: Приготовьтесь предоставлять. Создавайте все условия для безупречного предоставления своей продукции или услуги, так, чтобы это было высочайшего качества, настолько, насколько это возможно на данный момент. Это приведет к тому, что клиенты будут делать повторные заказы и рекомендовать вас своим друзьям и знакомым.

5. И последний пятый шаг: Укрепите дисциплину в компании.

В наши беспокойные дни мы должны быть высокоорганизованны, чтобы выжить. Как на корабле, когда за бортом шторм – мы не расслабляемся и не греемся на солнце. Только жесткая дисциплина и четкие правила, которые нельзя нарушать, помогут выжить компании и процветать.

Используя эти простые шаги, вы всегда можете справиться с критическим состоянием в вашем бизнесе и стабилизировать ваш доход.

Лариса Бердникова, Президент
тренинговой компании «Персонал Эсто», предприниматель, бизнес-тренер,
Консультант WISE.

