

«Банк Идей: Вы хотите, чтобы вас клиенты ненавидели?»

Здравствуйтесь, NAME!

Сегодня мы к Вам – с маркетинговым десертом. Пока конкуренты прохлаждаются в отпусках, наслаждайтесь новыми идеями – по-летнему легкими и аппетитными, применяйте их на практике для развития себя и своего бизнеса.

Сколько можно сэкономить на календаре или буклете?

Типография [Global Marketing](#) напоминает, что через 14 дней начинается **жаркий сезон в полиграфии**. Наступит осень, и число заказов будет расти в геометрической прогрессии. А значит и цены на полиграфию вырастут.

Вы сейчас можете сэкономить. Если Вы уверены, что к новому году вам понадобятся календари. Если Вы точно знаете, что через месяц выставка и нужен буклет. То не откладывайте дело в долгий ящик. **Еще 14 дней действует акция «-20% на все»**. Позвоните по телефону (495) 737-30-45 и узнайте стоимость Вашего заказа. Или кликните по ссылке < <http://www.poligrafi.com/>> и удивитесь нашим ценам.

Текущий опрос: «Любите ли Вы получать подарки?»

Да

Нет

Люблю дарить

[Проголосовать](#)

Как выжать клиента до последней капли

Сколько можно заработать на одном клиенте? Вот переговоры завершены, сделка заключена, деньги получены. Клиент «отработан», но потенциал отношений еще ого-го! Как продолжить общение? Предлагать услуги – навязчиво. Вы уверены, что сможете искренне общаться, не демонстрируя коммерческий интерес? Звонить «по личному» - фамильярно.

Есть простой способ остаться в поле зрения и при этом не вызвать раздражение. [Узнайте о том, как держать клиента на крючке к его удовольствию и вашей выгоде.](#)

Реклама, которую ненавидят: заработать на ней или профукать миллионы?

Абсолютное большинство рекламы раздражает. Но некоторая - просто бесит. И как любой выводящий из равновесия фактор, она может Вам мешать или помогать.

Вы не спите ночами, готовя фееричное воплощение искрометной концепции, а потребитель кривит рот. Продажи падают.

Вы допускаете ужасный ляп и с ужасом ждете увольнения, а реклама запоминается и идет в народ. А клиенты – в магазины. [Узнайте, что в рекламе раздражает больше всего, и когда есть смысл сыграть на нервах.](#)

Сколько стоит 1 рекламное слово?

Копейки! Не спешите с оценками. Сила цепи определяется самым слабым звеном.

Знакомы вам ситуации? Вы запускаете контекстную рекламу, а кликов нет. Вы делаете СМС-рассылку, а реакция получателей нулевая. Сколько стоит одно рекламное слово?

Никак не копейки, а тысячи рублей, которые вы вложили в рекламу. И именно от этих нескольких слов СМС-текста или контекстного объявления зависит результат - траты или инвестиции, потери или заказы. [Узнайте о том, как заставить работать каждое слово в рекламе.](#)

Полезное чтение:

Почему традиционная реклама не работает и какая вам от этого польза?

Сегодня многие эксперты утверждают, что традиционная реклама не работает. Они предлагают новые инструменты и разрабатывают оригинальные схемы. Например, модный тренд - продвижение в FaceBook. Но, как это ни прискорбно, не одни мы такие умные. В том же FaceBook'е работают с «целевой аудиторией» и эксклюзивная сеть отелей The Ritz-Carlton, и кетчуп Heinz.

Другими словами, Ваши конкуренты, как и Вы, читают советы экспертов и их придерживаются. Вы и они делаете одинаковые шаги. Что делать? Стать экспертом – самостоятельно проанализировать ситуацию и разработать оригинальные и эффективные ходы. В этом вам поможет книга

«Расцвет PR и упадок рекламы», авторы Эл Райс, Лора Райс

Мы пришли к такому этапу, когда будет совсем не лишним вспомнить основы, принципы и вообще с чего все началось, что такого было в тех пресловутых традиционных методах рекламы, что они перестали вдруг работать. Именно такой познавательный экскурс можно совершить, прочитав (или – перечитав) книгу «Расцвет PR и упадок рекламы» Эла Райса, написанную в соавторстве с его дочерью Лорой Райс.

Следующий выпуск «БАНКА ИДЕЙ» выйдет 07 сентября 2010. Не пропустите!
До встречи в эфире!

Вот так всегда! На самом интересном месте

Этот выпуск рассылки подошел к концу, но не полезные и интересные материалы. В блоге "Банка Идей" всегда есть что-то новенькое или хорошо забытое, но очень актуальное старенькое. Заходите, читайте, комментируйте <http://blog.poligrafi.com>.

Какие из материалов действительно полезны и интересны Вам? О чем бы Вы хотели узнать еще? Ваше мнение действительно очень важно для нас, [пишите](#) нам!

С уважением,
Команда типографии Global Marketing
<http://www.poligrafi.com>
+7 (495) 737 30 45