

Uvod

Svi u biznisu teže jednoj stvari: ostvarivanju profita kroz prodaju! U ovoj knjizi, s vama ću podeliti mnoštvo tehnika i alatki koje će vam pomoći da unapredite kvalitet i kvantitet prodaje. U stvari, cilj ove knjige i jeste da vam pomogne da potpuno razvijete i primenite marketinški plan, uključujući oglašavanje, ličnu prodaju, publicitet, objavljivanje brošura, umrežavanje u relacionom marketingu, te mnoge druge elemente koji doprinose poboljšanju prodaje.

Šta danas možete učiniti da povećate prodaju, privučete nove kupce i zadržite stare? Pa, za početak, možete pročitati ovu knjigu i obavezati se da ćete raditi na svom marketinškom programu! U drugom izdanju knjige *Marketing za neupućene (Marketing Kit For Dummies)*, nudim informacije, primere i obrasce neophodne svakom aktivnom marketaru, prodavcu ili menadžeru. Štaviše, prateći CD je krcat šablonima za pravljenje planova, projekcija prodaje, raznih istraživanja, analiza profitabilnosti kupona i sličnog, da nabrojim tek nekoliko korisnih stvari.

O knjizi

Drugo izdanje knjige *Marketing za neupućene* pokriva širok spektar tema i nudi značajnu pomoć svima u biznisu, te uključuje:

- ✓ Uvid u to kako uspešno realizovati prodaju kroz poboljšane tehnike prodaje i marketinga
- ✓ Ogroman broj alatki koje možete koristiti – na računaru ili na stranicama knjige! – kako biste s još većom lakoćom obavili korisne prodajne i marketinške aktivnosti
- ✓ Obilje ideja, primera, saveta i šablona kako bi vaš prodajni i marketinški materijal izgledao sjajno – i bio funkcionalan
- ✓ Odgovarajući marketinški softver koji sam napravio kako bih vam pomogao da brzo i dobro obavite svakodnevne obaveze
- ✓ Kolekciju šablona za oglašavanje, brošure, pa čak i šablone za memorandum firme i vizitkarte
- ✓ Marketinške planove i revizije marketinških aktivnosti – sa šablonima, obrascima i uputstvima
- ✓ Mnoštvo priručnih alatki i aktivnosti – mnoge od njih sam koristio na seminarima i u radionicama za obučavanje zaposlenih u kompanijama na visokom nivou – pomoći će vam da unapredite sopstveni učinak u prodaji i marketingu.

Knjigu *Marketing za neupućene* napisao sam za sve vas koji želite da preuzmete odgovornost za sve aspekte prodaje ili marketinga u vašoj organizaciji – bilo da je to mala preduzetnička firma s jednim zaposlenim ili ogromna međunarodna korporacija.

Ova knjiga je namenjena stotinama hiljada čitalaca mojih prethodnih knjiga o marketingu; mnogi su me zvali telefonom ili poslali elektronska i obična pisma kako bi sa mnom podelili svoje zanimljive izazove i dostignuća u prošlosti. U ovoj knjizi naći ćete novu, zanimljivu građu koja će vas odvesti dalje no ikada. Ona je, takođe, namenjena i novoj generaciji marketara – od preduzetnika na Internetu do mladih marketing menadžera, od direktora velikih kompanija do vlasnika porodičnih preduzeća, od prodavaca i osoblja s kojima kupci prvo kontaktiraju do menadžera zaduženih za podršku kupcima.

Marketing za neupućene teži da čitaocima pomogne da bolje komuniciraju sa svojim kupcima. Bez obzira na to da li se komunikacija odvija licem u lice, preko pisma, telefona, brošure, lokacije na Webu ili na neki drugi način, komunikacija sa kupcima ima vitalnu ulogu za uspeh vašeg posla. Celokupna knjiga je protkana ogromnom količinom informacija, dodatne građe i šablona koji će vam pomoći da poboljšate komunikaciju s kupcima i celokupan poslovni imidž. Privirite u sadržaj CD-a i videćete na šta mislim! (Ali ne zaboravite da koristite ovaj vredan CD – samo letimičan pogled neće biti dovoljan – ako ga ispravno koristite, uočićete razliku između profitabilnog posla i nikakvog posla.)

Konvencije korišćene u knjizi

Dok čitate knjigu, obratite pažnju na sledeće konvencije:

- ✓ Web lokacije i elektronske adrese napisane su neproporcionalnim fontom kako bi bolje bile istaknute od ostatka teksta.
- ✓ Korisne ili zanimljive informacije koje nisu neophodne, nalaze se u izdvojenim odeljcima u sivim kutijama.
- ✓ Kad god se uvodi nov termin, ispisan je *kurzivom*, a često je uz njega dat i termin na engleskom jeziku.
- ✓ Na CD-u se nalaze brojne datoteke, a obeležene su tako da prva dva broja u šifri označavaju poglavlje na koje se odnose, a sledeće dve cifre označavaju redosled po kojem se navode u tom poglavlju.

Šta ne morate čitati

Za one među vama koji odmah hoće da pređu na stvar, evo korisne informacije: slobodno preskočite izdvojene odeljke u sivim kutijama – nećete propustiti neophodne informacije.

Polazne pretpostavke

Ne volim da stvaram pretpostavke o ljudima koje ne poznajem, ali, dragi čitaoci, pretpostavio sam neke stvari o vama dok sam pisao ovu knjigu. Nadam se da se bar neka od ovih pretpostavki odnosi na vas:

- ✓ Vi ste marketar, prodavac ili bar zainteresovani za marketing.
- ✓ Vaš posao nije onoliko uspešan koliko biste vi hteli, te želite da saznate kako to možete ispraviti.
- ✓ Znae šta treba da uradite kako biste poboljšali svoj marketinški program, ali vam je potreban neko ko će vas provesti kroz neophodno planiranje i postupke koje valja primeniti.
- ✓ Ili možda niste sigurni šta treba da uradite; morate da isplanirate ili razvijete poredničku strategiju.

Kako je knjiga organizovana

Knjiga *Marketing za neupućene* sastoji se od 21 poglavlja, dodatka i pratećeg CD-a sa primerima, šablonima, obrascima i softverom organizovanim tako da se odnosi na određeno poglavlje i predstavlja njegovu praktičnu nadogradnju. Evo kako su u knjizi organizovane sve te korisne informacije:

Deo I: Alatke za izradu odličnih marketinških programa

Stvari se bolje odvijaju kad imate plan. U marketingu, taj plan može biti sasvim jednostavan ako koristite instrumente marketing miksa (proizvod, cena, plasman, promocija i ljudi), o čemu govorim u poglavlju 1. Ili, plan može biti veoma složen kao što je to detaljna, sistematična revizija svih marketinških aktivnosti uz brižljivo napisan plan i budžet. Sve te mogućnosti objašnjavam u delu I, i prikazujem šablone neophodne za projektovanje dobrog programa koji će povećati prodaju i doneti profit.

Deo II: Unapredite marketinške veštine

Neke važne veštine se podrazumevaju u dobrom marketingu. Na primer, morate sprovesti istraživanje tržišta da biste otkrili šta kupci žele i kako im možete prodati više od svojih konkurenata. A dobra komunikacija je očigledno važna u marketingu, te se u ovom delu osvrćem i na veštinu pisanja. Isto tako obrađujem meni blisku temu: kako dobiti i upotrebiti citate i svedočenja kupaca, budući da je ova strategija jedna od najmanje korišćenih a često najmoćnijih veština u celokupnom marketingu. Ipak, zvezda ovog dela knjige jeste onaj tajni sastojak koji transformiše obični marketing u nesvakidašnju pionirsku aktivnost – kreativnost. Celo poglavlje posvetio sam tehnikama i alatkama koje se primenjuju u kreativnim radionicama koje organizuje moja firma. Pomoću njih, vaš posao dobiće onaj poseban podsticaj koji može da obezbedi samo kreativnost.

Deo III: Upravljanje reklamiranjem i dizajn

Oglašavanje je veoma važan element svakog marketinškog programa, a u ovom delu s vama ću podeliti svoja saznanja, praktične savete i alatke koji će vam pomoći da napravite privlačna oglasna rešenja za reklamnu kampanju. Reklamiranje obuhvata mnogo aspekata, uključujući planiranje i formiranje budžeta, ali i kreativnost i veštinu pisanja, te ćete za svaku od tih stavki ovde naći nešto korisno.

Deo IV: Ostale mogućnosti pored reklamiranja

Postoji mnogo načina da utičete na svoje poslovanje. Ponekad nešto tako malo i jednostavno kao što je veoma dobro napravljena vizitkarta, može biti tajna uspešnog poslovanja i povećane prodaje. U ovom delu predstavljam tu i još desetak drugih mogućnosti osim skupog oglašavanja. Posebnu pažnju posvećujem biltenima, publicitetu, katalozima, logotipima i memorandumima, te ostalim suštinskim stvarima u uspešnom marketingu. Pročitajte ovaj deo ukoliko hoćete da uštedite novac ili samo kako biste proverili da li ste uradili osnovne stvari.

Deo V: Unapređenje prodaje i odnosa s kupcima

Prodaja i marketing: tako ljudi obično govore, veštački razdvajajući ove dve prepletene aktivnosti. Zaista ne mogu da razlučim gde prestaje prodaja i počinje marketing. U svakom uspešnom poslu, te dve aktivnosti idu ruku pod ruku kako bi se uočili potencijalni kupci, uslužili postojeći, i zahvalilo kupcima s kojima se već poslovalo i to tako da oni požele da ponovo dođu. Dakle, ovaj deo o uspešnoj prodaji jeste važna dopuna ostalih delova knjige. Pročitajte ga kako biste bili sigurni da ćete naći i zaključiti što više potencijalnih poslova. Ili ga koristite da biste analizirali ili poboljšali neki proces prodaje, pošto uvek ima mesta za bolji učinak. (Uzgred, drago mi je što ću s vama podeliti nekoliko popularnih tehnika koje se tiču podrške kupcima i postupanja s teškim mušterijama, a koje moja kompanija nudi klijentima u programima za unapređenje prodaje.)

Deo VI: Sve same desetke

Možda će neki čitaoci početi da čitaju od ovog dela, budući da se u njemu nalaze korisne informacije o tome kako postati kreativniji marketar (kreativnost dovodi do uspeha u marketingu, na kraju krajeva) i kolekcija svežih marketinških ideja koje možete primeniti. Takođe, ovde ćete saznati kako da uštedite novac u marketingu, te kako da poboljšate prodaju kroz dobro kreativno korišćenje vaše Web lokacije.

Nemojte preskočiti dodatak gde objašnjavam kako da koristite prateći CD.

Sličice korišćene u knjizi



Povremeno koristim sličice kako bih istakao određene pasuse. Evo šta znači svaka od njih:

Ističe dobre ideje i prečice koje će vam olakšati posao marketara.



Svaka informacija koja je posebno važna i valja je zapamtiti, označena je ovom sličicom.



Ukazuje na greške i zamke koje treba izbeći. Kako god da čitate, ne preskačite ove pasuse!



Ističe neku metodu ili pristup temi koji se uspešno primenjuje u praksi.



Kada vidite ovu sličicu, znajte da se na pratećem CD-u nalazi odgovarajući primer, obrazac ili radna tabela.

Odakle početi

Ova knjiga je sjajna upravo zato što možete prvo okrenuti bilo koji odeljak ili poglavlje. Isto tako, knjigu možete čitati od početka do kraja, ali i ne morate. Počnite od teme koja vam je najvažnija, i ne zaboravite da koristite prateće alatke na CD-u.

Bodrim vas da odmah počnete da koristite ideje i alatke iz ove knjige kako biste poboljšali marketing i unapredili prodaju u svojoj firmi. Potpuno ćete iskoristiti sve mogućnosti koje pruža ova knjiga ako posetite Web lokaciju firme autora ove knjige na adresi www.insightsformarketing.com.

Ukoliko želite da saznate više o principima marketinga, nabavite drugu knjigu autora Alexandera Hiama *Marketing For Dummies*, 2nd Edition (Wiley). Sigurno vam neće biti *neophodne* obe knjige, ali one se dobro dopunjuju.

