

020. Stań za zwariowaną promocją

Jednym z największych pomysłów, o których ostatnio słyszałem, był rolnik z Anglii, który sprzedawał reklamy swoich krów. Do rolnika zgłosiła się lokalna firma produkująca lody. Zrobili banery przypominające koce, które krowy nosiły z przesłaniem: „Stąd pochodzi nasz główny składnik” (lub coś podobnego). Farma znajdowała się obok jednej z najbardziej ruchliwych autostrad w Anglii, co oznaczało, że dziesiątki tysięcy ludzi codziennie widziało te „krowy ze znakami”. To była ta mała część. Krowy reklamowe były tak niezwykle, że pojawiały się w telewizji na całym świecie. Firma produkująca lody uzyskała niesamowitą ekspozycję, a koszt promocji był minimalny, biorąc pod uwagę zainteresowanie, które wywołała. To bardzo sprytny pomysł, który ma wiele zastosowań dla każdego w biznesie. Od czasu do czasu możesz zostać poproszony o udział w jakiejś dziwacznej promocji, takiej jak konkurs całowania. Często odnotowujemy te pomysły jako zbyt daleko od planety Ziemia – znowu zgadnij. Szalone wydarzenia sportowe, takie jak Extreme Games, ogląda 250 milionów ludzi na całym świecie. Ludzie uwielbiają szaleństwo - najlepiej oceniane programy telewizyjne to najzabawniejsze domowe filmy, gliniarze, najbardziej szaleni ludzie na świecie i Ripley's Wierzcie lub nie. W większości przypadków, gdy ludzie zwracają się do Ciebie z prośbą o udział w takich promocjach, są po darowiznach produktów lub czasu. Nie skreślaj tych pomysłów na straty. Stań za nimi i upewnij się, że nazwa Twojej firmy znajduje się na całej promocji. Dlaczego nie będziesz tym, który wpadnie na ten pomysł? Upewnij się, że jest to możliwe do zdobycia i postaraj się zaangażować kilka osób w etapy planowania, aby upewnić się, że twardo stąpasz po ziemi. Najgorsze, co może się przydarzyć, to świetna zabawa.

021. Życie w kostiumie z kurczaka

To banalne i trochę zawstydzające, ale działa. Walt Disney zbudował imperium na podobnym pomysle. Z jakiegoś powodu osoba w szalonym garniturze wywołuje u nas uśmiech. Jeśli nie masz wstydu (pamiętaj, że nikt nie rozpozna Cię w kostiumie klauna) załóż garnitur, złap kilka ulotek i ruszaj na ulice. Dobrym pomysłem jest, aby kostium był odpowiedni dla Twojej firmy i postaraj się, aby był to garnitur dobrej jakości. Ciężka praca w domu może mieć odwrotny skutek i powiedzieć ludziom, że Twoja firma jest również nieco szorstka na brzegach. W większości miast jest ktoś, kto robi takie kostiumy. Jeszcze raz spójrz na poprzednie kostiumy, które wykonali, aby upewnić się, że otrzymasz profesjonalnie wyglądający efekt końcowy. Możesz zbudować całą kampanię reklamową wokół postaci, którą rozwijasz. Nie staraj się być zbyt sprytny, ponieważ postać musi być natychmiast rozpoznawalna i powinna wiązać się z Twoją działalnością. Celem jest skłonienie ludzi do myślenia o Twojej firmie w chwili, gdy zobaczą figurę kostiumu. Wiele małych firm wykształciło taką postać, która stała się ważnym elementem parad, lokalnych dni charytatywnych i wydarzeń sportowych. Wyobraź sobie bezpłatną reklamę, jaką otrzymują te firmy.

McDonald's jest prawdopodobnie najbardziej znany z Ronalda McDonalda i zespołu. Tworząc kostium, jeszcze raz skorzystaj z rad tych, którzy odnoszą sukcesy. Nie rób zbyt dużego kostiumu, bo dzieci będą się bały. Postaraj się, aby wsiadanie i wysiadanie było jak najłatwiejsze. Stroje takie jak ten mogą być bardzo gorące, co wymaga od ludzi w środku regularnych, częstych przerw.

022. Korzystaj z zalet „burzy mózgów”

Jeśli chcesz napływu pomysłów na to, co musisz zrobić, aby rozwinąć swój biznes, zrób burzę mózgów. Niedawno zadzwoniła do mnie przyjaciółka, zapraszając mnie na lunch. Wspomniała, że pojawiło się kilka osób i miał nadzieję na wygenerowanie kilku pomysłów dotyczących Lifestyle Expo, który był w trakcie planowania. Skoro to był darmowy lunch, jak mogłem odmówić? Pojawiłem się w gustownej i cichej restauracji. Było tam dziesięć osób; większość z nich znałem, ale niektórych nie. Byli sprzedawcy, menedżerowie, konsultanci i kilka innych zawodów mieszanych. Moja przyjaciółka rozpoczęła lunch

wyjaśniając, dlaczego zaprosiła tam wszystkich, wyjaśniając niektóre problemy, których doświadczała i prosząc o pomysły, które pomogłyby jej Expo odnieść sukces. Obiad trwał dwie godziny. Moja przyjaciółka wysłała z listą 44 doskonałych pomysłów, które pomogłyby w sukcesie Expo. Lunch kosztował około 300 PLN, więc za kilkaset złotych i dwie godziny swojego czasu miała biznesplan pełen świeżych pomysłów podarowanych przez profesjonalnych, inteligentnych ludzi biznesu. Może mógłbyś zrobić to samo. Niewielką odmianą tego tematu jest zebranie dziesięciu osób co miesiąc i przeprowadzenie na zmianę burzy mózgów jednej firmy miesięcznie. Nadejdzie Twoja kolej i w zamian za poświęcenie swojego czasu i energii na pomaganie innym ludziom w rozwiązywaniu ich problemów biznesowych, możesz rozwiązać swoje. Każda sesja burzy mózgów dostarczy świetnych pomysłów, które ogólnie można zastosować w każdej firmie, więc nawet jeśli nie jest twoja kolej, możesz wybrać kilka pomysłów, które pomogą. Swoją drogą, Expo się odbyło i było to sukcesem.

023. Używaj dmuchanych zabawek do budowania swojego biznesu

Ta forma marketingu zyskuje na popularności, zwłaszcza w ciągu ostatnich dwóch do trzech lat, gdy rośnie konkurencja w zakresie oznakowania zewnętrznego. Nie ma wątpliwości, że posiadanie ogromnego wysadzonego dinozaura, klauna lub balonu na dachu przyciągnie uwagę. Te nowości można wynająć, po raz kolejny stosunkowo niedrogo, w większości stolic. Można je wykorzystać na wielkie otwarcie, podczas wyprzedaży lub na każdą inną uroczystość, podczas której chcesz przyciągnąć uwagę ludzi. Mogą być szczególnie skuteczne, jeśli Twoja firma znajduje się przy głównej drodze. Kiedy zdajesz sobie sprawę, ile pieniędzy można wydać na reklamę sprzedaży, nowatorski pomysł, taki jak sterowiec, może być bardzo opłacalnym dodatkiem do Twojej kampanii marketingowej. Popularne są również flagi, które zachęcają do świątecznego nastroju na każdym wydarzeniu i można je zobaczyć z dużej odległości. Wysadzane zamki to kolejny świetny pomysł na stworzenie atmosfery, a także zajęcie się zabawą dla mamy i taty podczas zakupów. Niestety niektóre balony i nadmuchiwane postacie są często używane i zaczynają wyglądać na bardzo zużyte, brudne i odrapane. Przed podjęciem decyzji spróbuj zobaczyć, jak nadmuchiwane urządzenie jest skonfigurowane, aby upewnić się, że wszystko jest w porządku. Kolejnym punktem do sprawdzenia są przepisy władz lokalnych. Upewnij się, że możesz mieć na wystawie nadmuchiwaną zabawkę. Najlepszym miejscem do znalezienia tego typu nowości są żółte strony w sekcji „Promocje”, a jeśli jesteś poza domem i widzisz nadmuchiwany produkt, który ci się podoba, prawdopodobnie zostanie na nim gdzieś wydrukowany numer. Jeśli dojdzie do najgorszego, polecam wejść do promowanego sklepu i zapytać ich, skąd wynajęli ponton.

024. Zapamiętaj starą dobrą naklejkę na zderzak

Jedną z najprostszych koncepcji marketingowych jest niezawodna stara naklejka na zderzak. Choć ta forma komunikacji powoli umiera, ponieważ ludzie mają tendencję do prowadzenia nowych, smukłych samochodów, na naklejce na zderzaku pozostało jeszcze życie. Jest to bardzo tani i widoczny sposób na reklamowanie swojej firmy poprzez wyprodukowanie kilku naklejek i rozdanie ich przyjaciołom, rodzinie i klientom. Robiąc naklejkę na zderzak, dobrym pomysłem może być, aby była zabawna, ładna i kolorowa, a co najważniejsze, łatwa do odczytania. Postaraj się ograniczyć słowa do minimum i jeśli to możliwe, używaj tylko nazwy firmy. Innym pomysłem jest utrzymanie go w czystości (jeśli możesz), ponieważ chcesz promować profesjonalny wizerunek, a nie sprośny. Znam kilka firm, które oferują swoim klientom zniżki na produkty i usługi w zamian za naklejkę na zderzak samochodu. Widziałem, jak w ten sposób stosują blacharz, elektryk, sprzedawca opon i restauracja, co skończyło się setkami mini-reklam jeżdżących po całym mieście. Dzieci uwielbiają naklejki i jest to również sposób na zachęcenie rodziców do korzystania z Twojej firmy. Nie mogą być stosowane na zderzakach samochodowych, ale nie ma wątpliwości, że będą stosowane.

025. Użyj spruikera, aby przyciągnąć tłumy

Jeśli Twoja firma znajduje się we właściwej lokalizacji, najlepiej takiej, w której panuje duży ruch, „spruiker” może naprawdę przyciągnąć tłumy. Spruikers to ludzie po mikrofonie zwykle używanym do promowania sprzedaży w sklepie. Czasami spruiker wędruje od jednego „specjalnego czerwonego światła” do drugiego, doprowadzając tłum do szału zakupów. Spruikerzy mogą być ubrani w kostiumy, nagłośnieni, animowani na ekranach wideo lub kombinacja wszystkich, o ile są dobrzy przy mikrofonie i nie boją się wchodzić w interakcję z publicznością. Przed skorzystaniem z usług spruikera zawsze dobrze jest zapoznać się z lokalnymi przepisami, zwłaszcza jeśli Twoja firma znajduje się w centrum handlowym. Mogą występować ograniczenia dotyczące ilości hałasu, jaki możesz wytwarzać. Jedna ze znanych mi firm używa spruikera do chodzenia po centrum handlowym i rozdawania ulotek. Na jeden miesiąc zatrzymali spruiker i stwierdzili, że biznes spadł o 30 procent. Oczywiście dla tej konkretnej firmy to się sprawdza i jest uważane za istotny element działalności marketingowej firmy. Jeśli nigdy wcześniej nie używałeś spruikera i planujesz dużą wyprzedaż lub jakąś promocję, zastanów się nad tym. Jeśli używasz spruikera, spróbuj porównać dane z podobną sprzedażą, która odbyła się wcześniej, aby ustalić, czy działa ona dla Twojej firmy. Słowo ostrzeżenia: niektórzy spruikery są szokujące. Spróbuj je najpierw sprawdzić. Jeśli otrzymasz go z powrotem do swojej firmy i masz niefortunne doświadczenie, że przeraża on ludzi lub używa mikrofonu do zagadywania przechodniów, delikatnie daj im wolne do końca dnia.

026. Oferuj nagrody w konkursach

Organizacje charytatywne i kluby sportowe zawsze poszukują firm, które przekażą nagrody w formie sponsoringu. Firmom, które przekazują towary lub usługi, zazwyczaj oferuje się ekspozycję w formie reklamy, takiej jak logo na materiałach promocyjnych. Gdy takie prośby docierają faksem lub telefonicznie, większość z nas klasyfikuje je raczej jako drobne podrażnienie niż okazję marketingową. Czas przeciwżyć te myśli. Ogólnie rzecz biorąc, osoba szukająca sponsora szuka usługi lub produktu, który sprzedaje Twoja firma. Przekazując to, oddajesz coś o wartości detalicznej, za którą płacisz tylko cenę. Tak długo, jak organizacja może zaoferować ci dobrą ekspozycję (na piśmie), jest to dobre aby rozdać. Jak zawsze, im większy rozgłos zapowiada konkurs lub wydarzenie, tym większą wartość otrzymujesz za swoją reklamę. Często nagrody, które przekazujesz, również podlegają odliczeniu od podatku jako wydatek reklamowy. Następnym razem, gdy ktoś zadzwoni do Ciebie z prośbą o nagrodę lub sponsoring, zadaj sobie następujące pytania:

- Jaki jest rzeczywisty koszt nagrody, którą przekażesz?
- Jaką reklamę otrzymasz za udział?
- Ile osób zobaczy nazwę Twojej firmy (w przybliżeniu)?
- Czy możesz dotrzeć do tak wielu osób za cenę nagrody za pomocą konwencjonalnej reklamy?

Przez większość czasu zobaczysz, że tego typu sponsoring dociera do wielu osób, sprawia, że Twój biznes staje się częścią lokalnej społeczności (tak powinien być) i zwracają dobrą ekspozycję za bardzo małe nakłady. Ludzie uwielbiają wygrywać. Większość z nas rzadko wygrywa, ale kiedy to robimy, jest to świetna zabawa. Żyjemy z nadzieją na wygraną, dlatego kupujemy losy na loterię, gramy w kasynach, rzucamy na wyścigi i generalnie żyjemy w nadziei na wygraną wielkiego. Spróbuj usiąść i zorganizować konkurs, aby zachęcić ludzi do korzystania z Twojej firmy. Przed przystąpieniem do tego projektu należy wziąć pod uwagę kilka wskazówek:

- Sprawdź przepisy dotyczące gier, aby upewnić się, że możesz przeprowadzić zawody w swojej okolicy.
- Spraw, aby nagroda była czymś, co chciałbyś wygrać.

- Ułatw ludziom wejście.
- Pozwól ludziom wejść tyle razy, ile chcą.
- Upewnij się, że promujesz konkurencję.

Konkursy niekoniecznie muszą oferować ogromne nagrody, ale muszą to być nagrody, które ludzie chcieliby wygrać. Właściciel wiejskiego hotelu co tydzień rozdaje karton piwa i tacę z mięsem w loterii, do której wstęp jest bezpłatny. Ta promocja kosztuje ją około 150 PLN tygodniowo. Jednym z warunków wygranej jest to, że muszą być w hotelu, gdy nagroda zostanie rozlosowywana między godziną 17:00. i 19:00 w piątek. Jak możesz sobie wyobrazić, pub jest zatłoczony, a losowanie jest dużą częścią wieczoru. Nic nie stoi na przeszkodzie, abyś co tydzień rozdawał nagrodę, a pod pewnymi względami wiele małych nagród może być lepszych niż jedna duża, ponieważ będziesz mieć więcej szczęśliwych zwycięzców. Dość często można znaleźć sponsorów, którzy dostarczają nagrody bezpłatnie w zamian za rozgłos. Kolejną dodatkową zaletą konkursu, w którym ludzie zostawiają swoje imię i nazwisko, numer telefonu i adres pocztowy, jest to, że masz teraz listę mailingową, którą można wykorzystać w kampaniach marketingu bezpośredniego. Nigdy nie byłem w gabinecie lekarskim, w którym w nagrodę oferuje się bezpłatną konsultację lub u mechanika, gdzie jeden szczęśliwy klient tygodniowo wygrywa wykończenie samochodu lub bezpłatny serwis i tuning. Miej wyobraźnię i pamiętaj, że każda osoba, która wchodzi do konkursu, jest potencjalnym klientem.

027. Umieść swój biznes w Księdze Rekordów Guinnessa

Dla tych, którzy nie znają Księgi Rekordów Guinnessa, jest to w zasadzie oficjalny zapis wszelkiego rodzaju faktów i liczb oraz dziwacznych wyczynów. Jeśli chcesz dowiedzieć się czegoś o największym, największym, najdłuższym, najszybszym, najcięższym lub najstarszym ze wszystkiego, znajdziesz to, czego szukasz w Księdze Rekordów Guinnessa. Wydawcy tej niezwykle popularnej książki podróżują po świecie, aby weryfikować zapisy i próby bicia rekordów. Choć obejmują one wszelkiego rodzaju zjawiska przyrodnicze, obejmują również wszelkie formy ludzkiego szaleństwa. Jeśli uda ci się wpisać rekord do Księgi Rekordów Guinnessa, masz praktycznie gwarancję, że trafisz do międzynarodowej prasy. Człowiek prowadzi firmę produkującą ciasta. Firma ta istnieje od dawna i stara się sprzedawać swoje ciasta dalej. W ramach lokalnej promocji zorganizowali dzień darmowego ciasta, w którym każdy, kto przyszedł do ich piekarni, otrzymał ciasto za darmo, a w zamian zostali poproszeni o złotą monetę na cele charytatywne. Zebrali ponad 10 000 \$ w ciągu jednego dnia, co moim zdaniem było fantastycznym wysiłkiem. Otrzymali również doskonałą ekspozycję lokalnie. Aby uzyskać większą świadomość narodową, potrzebowali innego pomysłu. Dlatego zaproponowałem zrobienie największego na świecie ciasta mięsnego. Po naszych wstępnych badaniach odkryliśmy, że aby być rekordem świata, to ciasto musiałoby mieć ponad 6 metrów średnicy (to dużo ciasta). Rozmiar nie był prawdziwym problemem, ale znalezienie piekarnika wystarczająco dużego, aby zmieściło się w nim ciasto, było. W momencie pisania o tym największy placek świata był jeszcze na desce kreślarskiej, ale nie mam wątpliwości, że stanie się rzeczywistością, którą już niedługo zobaczymy w telewizji. Firma produkująca ciasto planuje pobić rekord świata i sprzedać kawałki na cele charytatywne. Po raz kolejny wszyscy wygrywają. Naprawdę nie ma ograniczeń co do tego, co możesz zrobić, aby pobić rekord świata. Kluczem jest użycie wyobraźni. Niedawno czytałam o największym na świecie dipie z guacamole. W grę wchodziło kilka ton awokado i ciężarówka chipsów kukurydzianych. Jedną ze wspaniałych rzeczy związanych z próbami bicia rekordu świata jest to, że dostawcy zwykle chętnie wspierają tego rodzaju promocje w zamian za uznanie. Ale nie myśl, że musisz być ograniczony do tworzenia czegoś. Rekordy świata odnoszą się w równym stopniu do robienia wielu rzeczy przez długi czas, takich jak zawody taneczne. Najlepszym sposobem, aby poczuć, jakie rekordy możesz spróbować, jest kupienie kopii Księgi Rekordów Guinnessa i rozpoczęcie pracy nad nią. Przy odrobinie planowania

i dobrego wysiłku zespołowego możesz znaleźć się na czele setek gazet na całym świecie. Jak więc skontaktować się z Księgą Rekordów Guinnessa? Najlepszym sposobem jest skorzystanie z ich strony internetowej pod adresem www.guinnessrecords.com

028. Wykorzystaj lokalną pizzerię do generowania biznesu

Pomysł, na który natknąłem się ostatnio, to sklep spożywczy umieszczający ulotki reklamowe w pudełkach po pizzy z dostawą do domu. Sklep spożywczy promował swoją bezpłatną dostawę do domu oraz fakt, że dostarczali również szereg produktów, w tym mleko, karmę dla zwierząt i alkohol. Sklep spożywczy płacił sklepowi z pizzą za dostarczoną broszurę, co pomogło zrekompenzować ich koszty. Ten pomysł jest dość sprytny, ponieważ już kierujesz się do klienta, który jest oczywiście zadowolony z pomysłu dostawy do domu. Rozszerzeniem tego pomysłu jest wydrukowanie reklamy na pudełku po pizzy. Pomaga to zrekompenzować koszty produkcji pudełek do pizzerii i zapewnia, że Twoja wiadomość zostanie ponownie przekazana potencjalnym klientom w Twoim regionie geograficznym. Porozmawiaj z lokalną usługą na wynos i zobacz, co mówią. W dzisiejszych czasach wiele restauracji oferuje usługę dostawy do domu, z której możesz skorzystać. Być może byłaby to kolejna okazja do promocji joint venture, w której rozdajesz ich ulotki, a oni rozdają twoje.

029. Przejmij na własność wydarzenie

Wydarzenie to inna nazwa na świętowanie jakiejś specjalnej okazji. Może to być wszystko, w tym ślub, zespół w parku, parada, koncert, kiermasz, festiwal lub jakakolwiek z tysiąca innych specjalnych okazji. Wszyscy myślą, że aby sponsorować wydarzenie, trzeba być dużą firmą telekomunikacyjną lub linią lotniczą. To nie jest prawda. Jeszcze raz spójrz na to, czym zajmuje się wielki biznes. Dlaczego sponsorują wydarzenia i konkursy? Ponieważ otrzymują doskonałą ekspozycję. Ilość reklamy jest zależna od wartości sponsoringu. Sponsoringiem wydarzenia może być wszystko, od lokalnego festynu szkolnego po igrzyska olimpijskie. Jeśli to jest dobre, wystarczy, aby firmy z listy Fortune 500 sponsorowały wydarzenia, dlaczego nie miałbyś tego zrobić? Stopień sponsorowania, jaki wnosisz do wydarzenia, może wynosić od kilku dolarów do tysięcy dolarów. Możesz oferować sponsorowanie w postaci towarów lub usług, które produkuje Twoja firma. Spójrz na region, z którego próbujesz przyciągnąć klientów, a następnie spójrz na to, jakie wydarzenia odbywają się cyklicznie i, co najważniejsze, są cyklicznie reklamowane. Wyślij list do wszystkich lokalnych szkół wyrażający zainteresowanie sponsorowaniem wydarzenia. W zamian możesz oferować gotówkę, usługi lub produkty na poziomie, który uczyni Cię głównym sponsorem. W wielu przypadkach może to być tylko kilkaset dolarów. Bądź trochę bezczelny i poproś o prawa do nazwy, aby lokalny konkurs piękności stał się teraz konkursem piękności Twojej firmy. Na przykład lokalny konkurs piękności staje się teraz „Salon Jana Beauty Pageant”. Ekspozycja, jaką można uzyskać dzięki sponsorowaniu takich wydarzeń, jest powszechna. Nie tylko jesteś dobrym biznesem do wspierania lokalnego wydarzenia, ale także jesteś wymieniany w reklamie wydarzenia, oznakowaniu wydarzenia, w komunikatach medialnych dotyczących wydarzenia i materiałach promocyjnych wyprodukowanych na to wydarzenie. Więc następnym razem, gdy ktoś przyjdzie porozmawiać z Tobą o wydarzeniu, miej otwarty umysł i spójrz na wszystkie daleko idące korzyści dla Twojej firmy w porównaniu z minimalnymi wymaganymi nakładami.

030. Pomyśl inaczej o marketingu swojej firmy

Jedną z najlepszych rad, jakie kiedykolwiek otrzymałem (i przekazałem), jest szukanie pomysłów marketingowych poza własną branżą. Może to nie brzmieć jak pomysł marketingowy, ale uwierz mi, że tak jest. Jeśli spędzasz cały dzień skupiając się na tym, co robisz, co robią twoi konkurenci i co robią twoi klienci, możesz stać się bardzo odizolowany. Efektem końcowym jest to, że wszystkie firmy w danej branży zaczynają wyglądać tak samo. Na przykład spójrz na kilka gabinetów stomatologicznych.

Wszystkie są dokładnie takie same. Wszystkie biura wynajmu samochodów wyglądają tak samo. Kancelarie prawnicze, lekarze, chemicy, rzeźnicy, piekarze i wytwórcy świeczników zaczynają wyglądać tak samo. Czy jest w tym coś złego? Nie bardzo. Jeśli jednak spojrzysz poza swoją branżę, możesz odkryć świat pomysłów marketingowych, które świetnie sprawdzą się w Twojej firmie. Doświadczyłem tego z pierwszej ręki, wiele lat temu w sklepie ze sprzętem nurkowym. W tym czasie panował trend, aby takie sklepy były absolutnie pełne sprzętu, ze zbiornikiem na ryby, starą siecią rybacką na ścianie z obowiązkowymi plastikowymi rybami i krabami oraz kilkoma całkiem fajnie wyglądającymi kolesiami prowadzącymi to miejsce z kolczykami i kucyki. Firma walczyła. Właściciel był bardzo młody i absolutnie nie miał pojęcia, jak prowadzić własne życie, nie mówiąc już o biznesie. Krótko mówiąc, był zdesperowany. Pewnego dnia pod sklep podjechał mężczyzna w czerwonym porsche. Wszedł do środka i przedstawił się mówiąc, że mój przyjaciel polecił mu zadzwonić. Zaproponował, że odwróci mój biznes za stałą opłatą w wysokości 5000 dolarów (wtedy miał szczęście, gdyby miał pięć dolarów). Grzecznie podziękował. Mijały miesiące, a biznes szedł ze złego na gorsze. W dziwnym obrocie wydarzeń dołączył do konsorcjum lotto, które było reklamowane w gazecie i wygrał 5000 \$. Zamiast płacić kilka rachunków, zadzwonił do gościa, który go odwiedził i powiedział, że potrzebuje jego pomocy tak szybko, jak to możliwe. Oczywiście po tym, jak mu zapłacił, zaczął mieć głębokie zastrzeżenia. Jego nowo odnaleziony wybawca przyszedł do sklepu i spędził kilka dni kręcąc się i spisując z furii. Nie powiedział ani słowa, tylko patrzył. Tydzień później wręczył mu mały dokument z kilkoma stronami sugestii, co powinien zrobić, aby zmienić swój biznes. Gdy przeczytał jego zalecenia, serce zamarło. Jego pomysły i zalecenia były szalone. Kilka miesięcy później był naprawdę bliski zamknięcia. Wyciągnął dokument, który otrzymałem wcześniej i przeczytałem zalecenia. Najważniejsze z nich są wymienione poniżej:

- zmniejszyć o połowę ilość towaru, który posiadamy;
- podwoić cenę wszystkiego;
- pomalować sklep na niebiesko i powiesić dzieła sztuki na ścianach;
- wprowadzić 100% gwarancję zwrotu pieniędzy na wszystko;
- pozbądź się kucyków i kolczyków i włóż cały personel w garnitur i krawat;
- rozpocząć sprzedaż sprzętu nurkowego za pieniądze;
- oferować absolutnie najlepszą obsługę we wszystkim, co robimy; oraz
- oferować bezpłatne wkłady do butli SCUBA.

Na tym etapie nie miał już nic do stracenia, więc zrobił wszystko na jego liście. Zasadniczo zmienił sklep ze sklepu ze sprzętem nurkowym w „butik nurkowy”. W pierwszym miesiącu obroty potroiły się. Zmiana była niezwykła i nauczył się prawdopodobnie najcenniejszej lekcji w swoim biznesowym życiu - umiejętności spojrzenia z zewnątrz na Twój biznes od wewnątrz na zewnątrz (jak złota rybka). Niestety kilka miesięcy później miał problemy z partnerstwem, a firma i tak została zamknięta, ale wiedział, że trend został odwrócony. Gdyby tylko dokonał zmian sześć miesięcy wcześniej (a może nie miał partnerów). Dlaczego dziwne rekomendacje doradcy biznesowego zadziałały? Ponieważ patrzył na sklep jak na biznes, a nie jak na sklep. Sugestie, które przedstawił, dotyczyły naprawienia podupadłego sklepu detalicznego, a nie podupadłego sklepu ze sprzętem do nurkowania. Krótko mówiąc, wykorzystał swoje doświadczenie we wszystkich innych branżach, aby zaproponować środki naprawcze. Jako konsultant ds. marketingu zawsze bardzo łatwo jest doradzać firmom w trudnej sytuacji, ponieważ ich problemy są dla jasne. Dla ludzi, którzy są właścicielami tych firm, ich dni spędzają na balansowaniu personelu, klientów, kont bankowych, dzieci i wszystkiego innego. Bardzo

trudno jest obiektywnie spojrzeć na to, co się robi, kiedy jest się w środku tego szaleństwa. Dlatego czasami łatwiej jest spojrzeć na inne firmy spoza własnej branży, aby zobaczyć, co robią i, co najważniejsze, co robią dobrze. Poszukaj pomysłów, które możesz wykorzystać, a następnie dostosuj je do swojej działalności, niezależnie od tego, czy jest to norma branżowa. Te pomysły nie ograniczają się do pomysłów marketingowych i obejmują wszystko, od sposobu odbierania telefonu po sposób obsługi klientów.

031. Wykorzystaj publikacje branżowe do zbierania pomysłów

Prenumeruję wiele czasopism. Często trudno jest znaleźć czas na przeczytanie ich wszystkich, ale kiedy to robię (zwykle raz w miesiącu), zawsze znajduję praktyczne, pomocne pomysły biznesowe, które mogę wykorzystać w mojej firmie. Jednym z najlepszych magazynów, jakie otrzymuję co miesiąc, jest specjalistyczny magazyn marketingowy. Nieustannie dostarcza mi źródła pomysłów do wypróbowania z moimi klientami i informuje mnie o całej branży. Publikacje branżowe mogą zawierać odpowiedzi na wiele problemów, z którymi stykasz się na co dzień. Za minimalny koszt rocznej subskrypcji możesz otrzymywać aktualne informacje, w tym dostęp do przeprowadzonych ankiet przez publikację i branżę. Ankiety te mogą często pomóc w planowaniu marketingu, dając odpowiedzi na pytania takie jak:

- Jaka grupa wiekowa kupuje moje produkty?
- Jakie jest najbardziej udane medium reklamowe dla mojego produktu?
- Jakie produkty stają się liderami rynku?

Inne informacje, które okażą się bezcenne, obejmują trendy konsumenckie, nowe produkty i technologie, informacje o rynkach zagranicznych, ogólne porady biznesowe, wskazówki marketingowe, potencjalni dostawcy nowych produktów itp. Niewiele jest branż, które nie mają własnych publikacji poświęconych konkretnym obszarom zainteresowania. Często to po prostu kwestia odnalezienia publikacji. Informacja to potężne narzędzie biznesowe i marketingowe. Jeśli masz lepsze informacje niż konkurenci, masz przewagę. Zapisz się już dziś.

032. Uruchom pudełko pomysłów marketingowych

Często wrywam reklamy z gazet i czasopism, zbieram niechcianą pocztę, która przykuła mój wzrok lub przeszukuje pudła z broszurami, które zbierałam przez lata. Jakiś czas temu zacząłem mieć dość tego, że wszystkie te nagromadzone śmieci wypadały z szafek na moją głowę, więc postanowiłem to wszystko wyrzucić. Kiedy zacząłem wyrzucać obraźliwe materiały do kosza, odkryłem, że mam mnóstwo informacji, w tym przykładowe reklamy, broszury i pomysły marketingowe, które uważałem za bardzo, bardzo dobrze zrobione. Znacząco zerwałem stos i skończyłem z pudełkiem materiału, który stanowił podstawę mojego pudełka z pomysłami marketingowymi. Ilekroć utknąłem w poszukiwaniu pomysłu, grzebię w pudełku i niezmiennie znajdę reklamę lub broszurę, która będzie idealnie pasować do mojego zamierzonego zadania. Kiedy czytam gazety i czasopisma, które trafiają na moje biurko, mam pod ręką nożyczki, aby wyciąć szczególnie skuteczną lub niezwykłą reklamę lub artykuł, który może się później przydać. Nienawidzę tego mówić, ale jeśli dom się pali, to pudełko jest pierwszą rzeczą, którą rzuciłbym ratującym strażakom (ku złości mojej żony). To pudełko przechowuje wszystkie informacje i pomysły, które nie pasują do mojego mózgu. Moja rada dla Ciebie jest prosta. Rozpocznij pudełko pomysłów marketingowych już dziś. Stale dodawaj do tego i ciągle wyrzucaj śmieci. Jeśli kupujesz coś w oparciu o reklamę lub list, który otrzymałeś, zachowaj to, ponieważ jeśli to zadziałało na Ciebie, być może zadziała również dla Ciebie.

033. Zabierz swoją wiadomość w drogę z mobilnym billboardem

Ograniczenia władz lokalnych mogą ograniczać wielkość i lokalizację znaków w miejscach publicznych. Zawsze rozważ to przed umieszczeniem jakichkolwiek znaków w głośnych lokalizacjach. Kilka lat temu zbudowałem mobilny billboard. Był dokładnie tego samego rozmiaru, co normalny przydrożny billboard, z tym wyjątkiem, że mogłem go przyczepić do tylnej części samochodu z napędem na cztery koła i holować po całym mieście. Było to bardzo popularne narzędzie reklamowe, które wynająłem za dzienną stawkę około 300 PLN. Zbudowanie billboardu kosztowało około 6000 PLN, więc szybko się zwrócił. Obecnie istnieje wiele firm oferujących tę usługę. Mobilne billboardy są akceptowaną częścią każdej zewnętrznej kampanii reklamowej. Zawsze możesz to zrobić na mniejszą skalę, umieszczając kilka znaków z boku przeciętnej przyczepy skrzyniowej i parkując ją w pobliżu swojej firmy. Jak wspomniano, samorzady mogą nie być z tego zadowolone, ale w większości przypadków nie mogą Cię przed tym powstrzymać. Zapamiętaj kilka punktów, aby uniknąć reklamacji – nie blokuj podjazdów lub linii wzroku na zakrętach, parkuj na uboczu po godzinach, a jeśli ktoś narzeka, zawsze przesuwaj znak. Przyjąłem te zasady wynajmując mój mobilny billboard i nigdy nie miałem ani jednej skargi. Po sprzedaniu biznesu nowy operator popełnił kilka błędów. Po pierwsze, nowy właściciel zostawiał billboard bez nadzoru przez wiele dni, często w miejscach publicznych, blokując widoczność na skrzyżowaniach i światłach. Zaczęły napływać skargi. Kolejnym błędem, jaki popełnili, była promocja centrum handlowego. Jedno centrum zostało reklamowane na billboardzie, a operatorzy znaku mobilnego przystąpili do parkowania go przed konkurencyjnym centrum. Spowodowało to, jak można się było spodziewać, wiele skarg, a teraz władze samorządowe prawdopodobnie zabronią operatora mobilnego billboardu. Morał z tej historii jest taki: jeśli robisz reklamy o wysokim profilu, takie jak mobilny billboard, bądź uprzejmy i rozważny, w przeciwnym razie będzie to krótkotrwałe. Z drugiej strony mobilne billboardy mają duży wpływ, są bardzo wizualne i stosunkowo niedrogie.

034. Użyj tablicy, aby zwrócić na siebie uwagę

Niedawno jechałem do domu koleżanki na grilla. Po drodze zauważyłem ogromną tablicę na poboczu drogi przed lokalnym żłobkiem. Na tablicy widniał napis: „Poszukiwana - jedna żona. Proszę aplikować do środka”. Pomyślałem, że to zabawne i oczywiście jakiś żart. Kilka dni później podniosłem gazetę, a napis i mężczyzna, który ją napisał, znalazły się na pierwszej stronie. Wieczorem był w wiadomościach. Naprawdę szukał żony i postanowił upublicznić swoje zamiary. Jego żłobek otrzymał tyle darmowej reklamy, że prawie się wstydziłem. W końcu znalazł żonę i wszyscy byli szczęśliwi. Wszystko to stało się z powodu jego tablicy na poboczu drogi. Za każdym razem, gdy przejeżdżam obok jego firmy, muszę chichotać. Tablice dają poczucie spontaniczności i wartości. Są one zwykle używane do wskazania specjalnego lub innego przedmiotu zainteresowania, który regularnie się zmienia - stąd potrzeba tablicy. Restauracje bardzo skutecznie korzystają z tablicy, a większość z nas zdaje sobie sprawę z tablicy z ofertami specjalnymi, którą w ciągu dnia wożono z jednej strony restauracji na drugą. Możesz używać tablic do tego samego efektu w każdej firmie. Umieść jeden w swoim sklepie, aby wskazać ofertę dnia. Umieść tablicę na ścianie na zewnątrz swojej firmy, aby wyróżnić nowy produkt lub specjalną usługę. Być może zrób małą tablicę kanapkową w tablicę i umieść ją z przodu swojej firmy, aby zwrócić na siebie uwagę. Firmy żeglugowe często umieszczają prognozę dnia na tablicy wraz z małym komunikatem podprogowym, takim jak krem przeciwsłoneczny i napoje, które można kupić na pokładzie. Tablice to niedrogi sposób na przekazanie wiadomości. Pamiętaj jednak, że nic nie wygląda gorzej niż tablica, która wygląda tak, jakby została napisana przez pięcioletnie dziecko. Są setki ludzi, którzy są artystami kredowymi. Mogą stworzyć bardzo profesjonalnie wyglądającą tablicę, której możesz użyć, a może zrobią trochę grafiki i zostawią miejsce pośrodku, abyś mógł zaktualizować swoją cenę lub ofertę specjalną. Ci kredowi artyści są niedrogo, a jeśli zobaczysz tablicę, która została wykonana profesjonalnie i podoba ci się jej wygląd, prawdopodobnie znajdziesz nazwisko artysty w jednym z rogów. Jeśli planujesz umieścić tablicę poza swoim lokalem, powinieneś sprawdzić przepisy lokalnych władz. Czasami będziesz musiał zarejestrować znak.