

Серия «Вершина успеха»

**Павел Воронцов**

# МАРКЕТИНГ С БЛЭК-ДЖЕКОМ И ШУТКАМИ

Ростов-на-Дону  
«Феникс»  
2022

УДК339.1  
ББК 65.290-2  
КТК0970  
В75

**Воронцов П. С.**

**В75** Маркетинг с блэкджеком и шутками / Павел Воронцов. — Ростов н/Д : Феникс, 2022. — 199 с. : ил. — (Вершина успеха).

ISBN 978-5-222-36453-6

В эпоху развития всевозможных стартапов и личных брендов, а также гигантской конкуренции в любом направлении бизнеса особенно важно отличаться, вызывая доверие у клиента. Как этого добиться?

В этой книге описаны непопулярные методы, позволяющие избежать ошибок в развитии бизнеса.

Автор рассматривает творческую сторону такого широкого понятия, как маркетинг. С одной стороны, креативные методы — это, безусловно, искусство. С другой — этому искусству можно научиться. Все представленные в книге инструменты и алгоритмы можно применить на практике и убедиться в их эффективности. Полученная информация пригодится многим — предпринимателю любого масштаба, стартаперу, маркетологу и просто тому, кто хочет научиться генерировать крутые идеи.

Манера повествования автора заставляет текст оживать — никаких дидактических материалов, только реальные примеры из жизни и бизнеса — с юмором и подробными профессиональными комментариями.

УДК 339.1  
ББК 65.290-2

**Мнение издательства может не совпадать с мнением автора.**

ISBN 978-5-222-36453-6

© Воронцов П. С., текст, 2022  
© ООО «Феникс», оформление, 2022  
© shutterstock.com, илл., 2022

## Благодарности

Хочу поблагодарить всех своих друзей за поддержку, веру, переживания и обратную связь. Димочку Рыжкова, который искренне радовался, когда я подписывал договор с издательством, и при каждой встрече душевно спрашивал: «Ну как книга, бро?»

Макса Шульца с его острым умом и готовностью вовлекаться и помогать. Шульц сказал: «Ты просто не имеешь права не написать эту книгу, не ради себя, это не вопрос выбора, это одна из твоих миссий, это ответственность перед теми, кому необходимо ее прочитать». Свою команду — за ответственность и бескомпромиссность.

Хочу выразить благодарности своим клиентам за доверие и право вмешаться в их дела. За возможность делать то, что я люблю. За принятие и терпение порой резкого и скверного характера.

Своей маме — прежде всего за ее безусловную материнскую любовь, за переживание о книге и за блинчики:)

Своей дочери Майе — за то, что она есть, и за то, что своими вопросами и детской непосредственностью помогает мне иначе взглянуть на мир и учиться у нее.

Также хочу поблагодарить отца, который привил мне любовь к труду и спорту, за его безупречную порядочность и большое сердце.

Благодарности всем, кого не упомянул поименно, но кто так или иначе присутствует в моей жизни, меняет ее, находится или находился рядом.



# 1

Вступление

ЧАСТЬ 1

**К**ниги про бизнес можно писать с серьезным видом, чтобы на столе — зеленое сукно и чашка чая с бергамотом, вдоль стены — внушительного вида домашняя библиотека, а за плечами — промышленная империя, как у Хэнка Рирдена из «Атланта». Лицо серьезное, во взгляде читаются многолетний опыт и тоска, мол, сейчас, мои почтенные друзья, я не спеша поведаю вам обо всех тяготах и лишениях «взрослого» бизнеса.

У меня же в руках капучино в картонном стакане из Макдональдса, на джинсах дырки в области колен и на ногах красные кеды. Часы показывают половину девятого утра, а это значит, что у меня есть немного времени до встречи с клиентом, чтобы сделать несколько заметок для книги, текст которой ждет издательство, а смысл которой, возможно, позволит вам иначе взглянуть на свой бизнес, а может, и на жизнь.

Уместно ли посещать деловые встречи в рваных джинсах? Я не знаю. Мне так удобно. Бизнес должен быть удобным для собственника и полезным для клиента, поэтому какая к черту разница?!

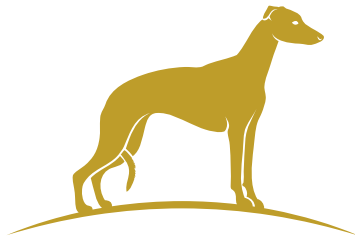
Еще у меня есть пес Маршалл породы уиппет, который иногда ходит на встречи со мной. Ну, а как я его оставляю дома, если он воспринимает мой дом целиком как еду? Иногда я замечаю улыбки на лицах клиентов, когда мы встречаемся в первый раз и они снисходительно списывают вызы-

вающий внешний вид на область моей деятельности, думая, что я креативный. Рекламщик же должен быть креативным.

В коммерческой среде принято оперировать затейливыми формулировками, дабы показать свой уровень компетенции и прозвучать убедительно. Я же считаю, что важнее **донести суть** своему партнеру, или клиенту, или, как в данном случае, тебе, читателю.

Можно сказать:

«В данной ситуации первостепенное значение имеет ком-



плекс действий, направленный на изучение количественных показателей ресурсов, обеспечивающих комфортную реализацию проекта и дальнейшее ведение деятельности в условиях малоизученной ситуации на рынке».

Я скажу:

*«Чтобы не вляпаться в дерьмо, прежде чем справиться нужду, убедись в наличии туалетной бумаги».*

## Содержание

Благодарности	3
<b>Часть 1. Вступление</b> .....	<b>5</b>
Для кого эта книга?	9
Какую ценность несет эта книга?	13
Реклама не работает!	15
Откуда растут ноги?	17
Миром правят цифры	21
Кое-что помимо цифр	28
Мелочи решают все!	32
Правила существуют, чтобы их нарушать	33
Маменька, не теребонькайте писю, дело проиграем! или Нам нужны новые клиенты	36
Кто влияет на продажи в компании?	39
До какого момента верят продавцу?	41
Приступим!	42
Самая важная часть любой маркетинговой стратегии	44
Маркетинговая стратегия «на пальцах»	46
5 принципов, чтобы начать двигаться в правильном направлении	49
Как бывает без стратегии?	58
Портрет, который не должен висеть на стене	61
Портрет клиента за 10 минут	65



Клиент — всегда человек	68
Что нужно знать о своей ЦА?	70
Что дальше?	74
Вы должны отличаться	76
<b>Часть 2. Упаковка бизнеса . . . . .</b>	<b>79</b>
Смыслы	88
Как вытащить все смыслы, ничего не упустить и не послать все к чертовой матери, разгребая все это...	92
Смысловые блоки и этапы упаковки	95
Иногда банан — это просто банан	126
Откажитесь от идеальности	130
И еще о простоте...	133
<b>Часть 3. Идеи, творчество и решение нерешаемых задач . . . . .</b>	<b>137</b>
Почему не получается придумывать и быть креативным?	142
Деятельность в условиях ограниченных ресурсов	144
Учите творчество!	152
Ответы на популярные вопросы	157
Этапы	161
У меня все в порядке!	187
И еще о решении нерешаемых задач	192
Заключение	194
Чек-лист. Книги для углубленного изучения	196



*Популярное издание*

Павел Воронцов  
**Маркетинг с блэджком  
и шутками**

Ответственный редактор: М. Басовская  
Технический редактор: Г. Логвинова

Формат 70×90/16.  
Тираж 3000 экз. Зак. № .

Импортер на территории ЕАЭС: ООО «Феникс»  
344011, Россия, Ростовская обл., г. Ростов-на-Дону, ул. Варфоломеева, 150  
Тел./факс: (863) 261-89-50, 261-89-59

Изготовлено в Украине. Дата изготовления: 09.2021.

Срок годности не ограничен.

Изготовитель: ООО «БЭТ».  
61024, Украина, г. Харьков, ул. Максимилиановская, 17