

Spis treści

Wprowadzenie	9
1. Czym jest marketing?	13
Produkt czy usługa?	14
Kim jest klient?	15
Jak nakłaniać ludzi do wydawania pieniędzy?	17
Czy cena jest najważniejsza?	20
Cechy produktów a korzyści dla klientów	20
Segmentuj rynek klientów	21
Rozwojowe segmenty na rynku konsumentów	24
Rozwojowe segmenty na rynku klientów biznesowych	25
Wyróżnij Twój produkt spośród innych	26
Oferuj więcej niż jeden produkt	27
Pozycjonowanie	28
Polowanie na niszę	31
Sieć dystrybucji	31
Marża, czyli jak wyjść ponad koszty	33
Tożsamość marki	35
Ścigaj kluczowych klientów	37
Przynosząca zyski polityka cenowa	38
Polityka cenowa	39
Marketing usług — dyscyplina specjalna	44
Cykl życia produktu	48
Miks marketingowy	51
Lokalizacja	52
Plan marketingowy	53
Podsumowanie	61

2. Badanie rynku	63
Skąd czerpać informacje o rynku?	65
Inne źródła informacji	68
Prasa branżowa	69
Targi i wystawy	70
Znaki handlowe, patenty i zarejestrowane projekty	70
Sytuacja konkurencyjna	71
Testowanie akceptowalności produktu	74
Szukanie nowych rynków sprzedaży	76
Badanie rynku — lista sprawdzająca	78
3. Internet	83
Po co tworzyć stronę internetową?	85
Ile kosztuje stworzenie strony internetowej?	86
Nazwy domen	87
Dobry projekt strony internetowej	88
Wyszukiwarki	94
Grupy dyskusyjne i listy wysyłkowe	96
Jak budować markę w internecie?	97
Jak mierzyć siłę oddziaływania strony internetowej?	98
Sprzedaż online — e-commerce	98
Jak testować stronę?	100
Spraw, by klienci do Ciebie wracali	100
Potencjał strony internetowej	101
Podsumowanie	102
Więcej o stronach internetowych i e-commerce	103
4. Reklama	105
Myśl o klientach	107
Jak wyznaczać cele?	107
Pozycjonowanie	109
Gdzie zamieścić reklamę?	111
Które medium reklamy wybrać?	116
Żargon techniczny w reklamie	119
Jak korzystać z usług agencji reklamowej?	121
Jak zaprojektować reklamę samodzielnie?	123
Najczęściej popełniane błędy	126
Techniki reklamy	134
Wkładki mogą być najlepszym środkiem reklamy	140

Bezpłatna infolinia	144
Jak to powiedzieć...	144
Współpraca w reklamie	145
Problem Żółtych Stron	147
Jak projektować wizerunek korporacyjny?	148
Jak drukować?	152
Desktop publishing	156
Żargon techniczny w projektowaniu grafiki i drukowaniu	157
Zdjęcia	159
Wiarygodność produktu	161
Opakowanie i punkt sprzedaży	162
Franchising (franczyza)	164
Podsumowanie	165
5. Marketing bezpośredni	167
Gdzie jest ukryty zysk?	171
Sprzedaż wysyłkowa	172
Dlaczego mailing bezpośredni jest tak efektywny kosztowo?	180
Profil adresata	186
Jaki wysłać materiał?	187
Jak napisać skuteczny list sprzedażowy?	189
Testuj i jeszcze raz testuj	198
Ile to wszystko kosztuje?	202
Po co rozwijać mailing bezpośredni?	204
Jak przygotować katalog wysyłkowy?	205
Dostarczanie materiałów reklamowych pod drzwi	206
Jak stworzyć klub?	208
Prezentacje w domach klientów	209
Kolportaż przez lokalny urząd pocztowy	209
Użyteczne adresy	210
Telemarketing	210
Marketing sieciowy	211
Podsumowanie	211
6. Public relations	213
Cele public relations	214
Jak myślą dziennikarze?	215
Inne techniki PR	227
Podsumowanie	233

7. Sprzedaż i promocja sprzedaży	235
Ludzie kupują ludzi	236
Jak ustalać cele?	238
Poznaj Twoje produkty	239
Planowanie to oszczędność czasu	239
Sekretarka nie do przejścia?	242
Prezentacja	243
Jak przekonać klienta?	245
Naucz się słuchać	246
Jak radzić sobie z trudnymi klientami?	247
Jak rozpoznać, że klient chce kupić?	247
Ustępstwa	248
Jak rozwiązać wątpliwości klienta?	248
Jak przekonać klienta, żeby zmienił dostawcę?	250
Jak sfinalizować sprzedaż?	251
Inne produkty i inni klienci	256
Sprzedaż albo zwrot	256
Jak prezentować produkt?	257
Sprawy prawne i księgowe	258
Pośrednicy i agenci	262
Telesprzedaż	264
Jak troszczyć się o klienta?	269
Promocja sprzedaży (PS)	270
Manipulowanie ceną	271
Jak wzmacniać lojalność klientów?	272
Konkursy	273
Podarki promocyjne	273
Podsumowanie	274
8. Wystawy i pokazy	277
Jak wybrać właściwą imprezę handlową?	278
Określ Twój cel	279
Ile to kosztuje?	280
Jak zaprojektować stoisko?	282
Zdobądź rozgłos jeszcze przed imprezą handlową	288
Szkolenie personelu i sprzedaż	289
Prezentacja Twojej firmy na imprezie handlowej	290
Drogie broszury i inne materiały przeznaczone dla poważnych klientów	291

Trzymaj klasę	292
Po imprezie handlowej	292
Podsumowanie	293
9. Jak rozpocząć działalność eksportową?	295
Jak eksportować, nie wyjeżdżając z kraju?	298
Jak eksportować, wyjeżdżając z kraju?	299
Usługi spedytorów	302
Dokąd eksportować?	302
Formy płatności w obrocie zagranicznym	305
Internet	305
Minisłownik terminów eksportowych	306
10. Nowe produkty — Innowacje, patenty, licencje i projekty	309
O jakie pomysły chodzi?	310
Bądź realistą	310
Jak zapewnić poufność informacji?	311
Własność intelektualna	311
Sprzedaż licencji	315
Czy opłaca się wdrażać innowacje?	316
Historia z morałem	317
I wreszcie — moich 12 złotych zasad	317
Skorowidz	319