



Iz dnevnika marketinškega guruja

mag. Aleš Lisac

LISAC & LISAC



Vse pravice pridržane. Knjige ni dovoljeno razmnoževati na noben način, brez pisnega dovoljenja založnika.

Izdal in založil:

Lisac & Lisac d.o.o., Dunajska 106, 1000 Ljubljana
Telefon: 080 1509, 01 541 22 06, faks: 01 541 22 06
www.Lisac-Lisac.si

Ljubljana, januar 2008

Avtor: mag. Aleš Lisac
Lektorirala: Renata Anžič
Grafično pripravil: Jože Gvajc
Uredil: Blaž Lisac
Tisk: Kara d.o.o. , Kranj

CIP - Kataložni zapis o publikaciji
Narodna in univerzitetna knjižnica, Ljubljana

339.138

LISAC, Aleš
Iz dnevnika marketinškega guruja /
Aleš Lisac - Ljubljana; Lisac & Lisac, 2008

ISBN 978-961-6655-18-7 (zv. 1)

236955904

Vsebina

Predgovor	9
BESEDILO	
Cilj pisanja?	12
Kreativni oblikovalec	13
Dejstva pripovedujejo, zgodbe prodajajo!	14
Dobil sem sina!	16
Dnevnik ali Finance?	18
Dober oglas	20
Besede so pomembne!	22
Limona	23
Pozor hud pes!	25
Dolžina je pomembna!	26
Kako prodati 8 mačk?	27
Grde mačke po 500 SIT	28
Million Dollar Mailings	29
Kako prodati avto?	30
Inflacija napisov	32
Jay Leno je utihnil	34
Kako zmanjšati branost?	37
Pisava je pomembna	40
Velike tiskane črke	43
Leta 2008 nov hotel Palace	44
Mičo Mrkaić - guru direktnega marketinga?	45
Mojster Joe Sugarman	48

IZ DNEVNIKA MARKETINŠKEGA GURUJA

Napisi	49
Novi ali stari oglasi?	51
Odklop	53
NOVO!	55
Omega 3 moda	56
Skrivnost!	57
Pisanje ala Hemingway	60
Podrobnosti	61
Winston Churchill	62
Šamponi	63
Za krajše čakalne vrste	64
Premeteno	65
Prepovedano parkiranje!	66
Skrivnost Natalijinih prsi in še ena, pomembnejša skrivnost	69
Slišite, vidite, vohate, čutite, okušate?	72
A Passion for Winning	74
Tudi račun je marketinški dokument!	76
Turbo razprodaja, vse -70 %	77
Vašim je mukama kraj!	79
Žalostne kurbe mojega življenja	80
Žena je bila kriva!	82
FOTOGRAFIJA KOT DEL PRODAJNEGA BESEDILA	
Dva plakata	85
Slovenske novice	87
Vizitke	89
Zanimiva fotografija!	90
Naslov	92
Ko ste sami doma, se zaprete v stranišče ali ne?	93
Od »patetičnega« do »profitabilnega« marketinga!	95
Brez N_ _ _ _ _ A ni prodaje!	96

PERSONALIZACIJA

Aleš Lisac	100
Bravo, Mura!	101
Mag. Aleš Lisac bere revijo Podjetnik	102

RAZNO

Znanstveni poskus na mojem 4-letnem sinu	105
Arhitekti in oblikovalci nimajo pojma	108
Kaj je to? Leži na vaši mizi, pogledali pa ga ne boste?	112

PRIPOROČILO

Poljski letalski marketing	115
Priporočilo; Adidas; Good Year; Drnovšek;	117
Priporočilo zadovoljne stranke je najboljši marketing	119
Tiramisu?	120

VRAČILO DENARJA

»Ali pa vrnemo denar ...«	123
Vsa Slovenija pije Actimel, pa smo vseeno vsi bolni.	125

CENA

100 % več!	129
1000 kron za 40 minut?	131
All inclusive	134
Cena?	135
Cene niso pomembne, kakovost tudi ne!	136
Cene znižujejo amaterji, marketinški profesionalci pa	138
Dražja elektrika	140
Kako določiti pravo ceno, če prodajate storitve?	142
Koliko plačati za oglasni prostor?	143
Marketing leta 2025	146
Poiščite razliko!	147
Recite popustom adijo!	149

IZ DNEVNIKA MARKETINŠKEGA GURUJA

Prodajajte dražje!	150
Prodajajte dražje, 2. del	151
Prodajajte dražje, 3. del	152
Prodajajte dražje, 4. del	153
Zapravi milijon evrov	154
SPODBUDE, NAGRADE	
S puško do nove stranke!	156
100 najbolj seksi deklet v letu 2005 in brezplačno pivo!	159
Bosanec, Američan in Slovenec	161
Darilni bon	162
Al Gore	163
Dva stavka, s katerima boste prepričali (skoraj) vsako stranko	164
Gobova juha za guruja	168
Juha za guruja - drugič	169

Pozor hud pes!

Besede so pomembne! Natančen opis pomaga. Več napisov z isto vsebino tudi. Se strinjate, da si bo vsak (pismen) lopov raje izbral lažjo tarčo?

Pes pride do ograje v treh sekundah, kaj pa vi?

Tole sem poslikal na jugu Floride, za vsak slučaj kar iz avtomobila ...



Dolžina je pomembna!

Pravkar mi je moj prijatelj Drayton Bird poslal e-mail, v katerem je zapisal tudi tole:

»So my next point, number 3, is simple: try running longer copy. Much longer. Because it tends to work better in any medium. Here are the results of some tests run by a colleague of mine:

<i>Copy Length (words)</i>	<i>Response Rate</i>
<i>Število besed</i>	<i>Odziv</i>
<i>1,064</i>	<i>17.08%</i>
<i>1,999</i>	<i>19.09%</i>
<i>2,763</i>	<i>24.24%</i>

Now, if an extra profit of 41.9% doesn't interest you, please stop reading now. You are making far too much money.«

Kot vidite, je daljše običajno boljše kot krajše. Če želite, da Drayton kaj pametnega pove tudi vam, mu preprosto pišite na drayton@draytonbird.co.uk. Napišite mu, da bi radi prejeli 51 brezplačnih nasvetov in povejte, da sem jaz rekel, da mu lahko pišete. Poglejte tudi na www.draytonbird.com.

Pravkar sem napisal prodajno pismo na desetih straneh A4-formata (3,337 besed)! Če želite, mi pišite in vam zadevo pošljem.

Kako prodati 8 mačk?

8 grdih mačk prodam, po 500 tolarjev ena. 0801509.

Ja, podoben oglas sem res objavil pred petimi ali šestimi leti. Prilagam dokaz. Vas zanima, zakaj sem ta oglas objavil in predvsem kakšen je bil odziv? Boste ugibali?

tuš - WC, s polpenzionom. 00385 53
66-40-49 63006

Savudrija, Baširja - zsestni penzion
nudi namestitve po ugodnih cenah v
svojih sobah v Bašanji: 5 dnevni
polpenzion že od 113 UE oz. 26.555
SIT naprej. 003852 759191 63006

ŽIVALI

prodam

Grda mačka, Po 500 SIT, 070
217-075, Kristina 63205

Mehkodolki pšenčni torter -
mšatiški škajo na ljubeže nove
lastnike. 040-883-282 63202

Zlati prinašatelj brez rodovnika,
rojeni 10. 5., možna oddaja od 1. 8.,
55.000 SIT. Tel.: 041 75-47-73
63205

podarim

Polčko, mešančke (šnavcenterter),
stare 3 mesece, 6me barve, srednje

polaganje kantar
vašim materialu
in sten. 01 53
442-769, Joke
koroški 21. Lj.

ADAPTACIJE S
Mjut. z dobavo
in P+G okon. EU
K.d., Celovška
280-448

ADAPTACIJE, s
fasado in vsa o
dela. Izvajamo
ugodnih cenah. I
Molinci 137a,
887-180

Odgovor je na naslednji strani.

Grde mačke po 500 SIT

Sedaj pa še cela zgodba o prodaji grdih mačk. Pri tašči v Radovljici so nenačrtovano dobili 8 malih lepih muck. Ker smo jih želeli oddati, smo v Delu objavili oglas z naslednjo vsebino: »Oddamo mlade lepe mucke.« Nihče ni poklical.

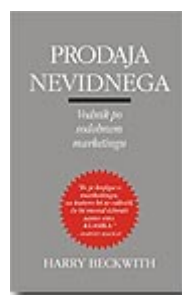
In je na pomoč priskočil marketinški guru ter malenkostno spremenil tekst: »Grde mačke po 500 SIT«. Na klice je odgovarjala ženina sestra Kristina. Odziv je bil bistveno večji kot pri prvem oglasu. Okoli 20 klicev. Med drugim so klicali tudi iz društva proti mučenju živali. Ko sem jim razložil, da gre v bistvu za prijazen oglas, s katerim želim oddati mucke, še vedno niso bili zadovoljni. Predlagali so, da damo mačko pod nož in rešimo problem prevelike mačje rodnosti! Prijazno, ni kaj.

No, mačke nam je potem uspelo oddati. Oglas je pomagal, čeprav smo jih po pravici povedano, večino oddali prijateljem od znancev ...

Nauk? Dva nauka. Prvič, z dolgočasnimi oglasi je težko kaj prodati. Moj oglas je bil drugačen, vzbudil je radovednost, zanimanje. In drugič, ideja za vse skupaj sploh ni bila moja. Nekaj podobnega je naredil avtor knjige Prodaja nevidnega Harry Beckwith. Mimoregrede, gre za izjemno dobro knjigo, ki vas bo naučila še bolje prodajati nevidno - storitve torej. Bodite leni - berite knjige in se učite na izkušnjah drugih.

Več o knjigi na:

<http://knjigarna.lisac-lisac.si/>

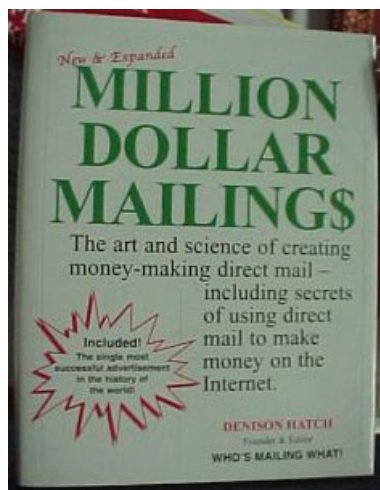


Million Dollar Mailings

Denny Hatch ni normalen ... V zadnjih 15 letih je prebral in analiziral prek 600.000 mailingov. Doma ima arhiv z 200.000 mailingi.

Knjiga, ki jo predstavljam danes, je zelo, zelo poučna. V tej knjigi je Denison Hatch predstavil samo mailinge, ki so se ponavljali vsaj 3 leta - to pomeni, da so bili uspešni. Jasno, da knjige nisem prebral (ima prek 500 strani!) v celoti. Jo pa velikokrat vzamem v roke, ko iščem kakšno idejo. Knjiga ima primerno ceno, 86 ameriških dolarjev.

Še zanimivost - Denny pravi, da se je direktni marketing rodil 11. junija, leta 1194, ko je požar uničil Katedralo Chartres. Škof Regnault de Moucon, je napisal »prodajno« pismo, s katerim je plemiče v Angliji in Franciji prosil za donacije. Vsem, ki so kaj prispevali, se je zahvalil s posebljenim barvnim oknom na obnovljeni katedrali ...



Kako prodati avto?

Kako prodati avto? Preberite vprašanje, ki mi ga je poslal Milan. Tu na vprašanje ne bom odgovoril na dolgo in široko, pač pa bom opozoril na nekaj zelo pomembnega.

Spoštovani!

Želel bi prodati svoj avto, Fiat PUNTO 1.2 sx, letnik 2000. Rad pa bi za njega iztržil nadpovprečno ceno, ker je tudi nadpovprečno ohranjen. Zanima me, kako kupci rabljenih avtomobilov razmišljajo, kaj je za njih najpomembneje. Ali je to cena (tak občutek sem dobil) ali kaj drugega? Imam občutek, da bi vsi radi zelo ohranjen avto po najnižji možni ceni, če ne kar zastonj. Ali je bolje v Salamonovem oglasu (mali oglas je omejen na približno 20 besed) zapisati vse podatke, od prevoženih kilometrov, barve ... do datuma poteka registracije in druge podrobnosti, ali je bolje oglas sestaviti drugače?

Zanima me tudi, kaj jim povedati na njihove ugovore, če na primer rečejo, da je cena previsoka, da se ta letnik dobi tudi veliko ceneje, ali da ima avto preveč prevoženih kilometrov (čeprav jih nima, 140.000 km in so realni) oz. na kakšen drug ugovor. Prosil bi vas za primer oglasa in komentar.

Hvala za pomoč in odgovor. LP, Milan

Če prodajate izdelek ali storitev, se morate vedno vprašati, koliko kupcev potrebujete. Če potrebujete enega samega, kot je v primeru prodaje avta ali stanovanja, veljajo pri prodaji druge zakonitosti, kot če za uspeh potrebujete veliko kupcev. Če iščete enega samega



kupca, lahko postavite visoko ceno, zelo visoko, in morda vam vseeno uspe. Tega dejstva se zavedajo (morda podzavestno, ne verjamem, da vsi toliko vedo o prodaji in marketingu) prodajalci nepremičnin. Navijajo cene in upajo ... Če imaš dovolj časa, takšna taktika celo utegne delovati.

Pri prodaji vedno pomagajo dobra zgodba in natančne, specifične informacije. Povejte vse o svojem avtu, povejte, kje ste ga vozili, zakaj ga imate radi. Povejte, zakaj ga prodajate in priznajte tudi kakšno napako. Tako bo vse skupaj zvenelo veliko bolj kredibilno.

Milan potrebuje enega samega kupca. Jasno, da vsi govorijo o ceni. Ampak cena je le lepa tema za diskusijo. Večino strank je strah! Bojijo se, da bodo kupili mačka v žaklju. Zato dobri prodajalci odpravijo strah. Tako da povedo celo zgodbo, tako da priznajo pomanjkljivosti izdelka, tako da ponudijo garancijo ... Kaj pa bi vi svetovali Milanu? Aja, še nekaj. Kaj je vloga malega oglasa v Salamonu? Naloga oglasa je, da pripelje stranko na ogled. V oglasu mora biti torej nekaj specifičnih informacij (letnik, kilometri, barva, nezaleten) in nekaj, kar pritegne pozornost, vzbudi zanimanje. Recimo prodamo hišnega ljubljence, prodam ženin avto ... Imamo vsi skupaj še kakšen nasvet za Milana, kakšno osebno izkušnjo s tipom prodaje, kjer potrebujete enega samega kupca?

P. S. Nekaj sto odgovorov na vprašanja mojih bralcev lahko preberete na <http://www.lisac-lisac.si/>