

Iz dnevnika marketinškega guruja

3. knjiga

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, marec 2008

Avtor: mag. Aleš Lisac

Lektorirala: Renata Anžič

Grafično pripravil: Jože Gvajc

Uredil: Blaž Lisac in Natalie Lisac

Tisk: Kara d.o.o. , Kranj

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

339.138 (035)

LISAC, Aleš

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

ISBN 978-961-6655-23-1 (zv. 3)

236955904

Vsebina

Predgovor	9
Čisti čevlji	11
Davki, davki, davki	13
Jagode 2.0	15
Parkirni prostor za najboljšega	16
Return On Investment - ROI	17
Aleš Lisac Mirmekolog	19
Bližinska dieta	21
Ulična prodajalka	23
Kdo je podjetnik?	24
Tržna niša	25
Loterija	26
Pogled v preteklost	27
Predavatelj leta 2006	28
Satelitska navigacija	30
SPAM filter? Ne hvala!	32
Kje so knjige??	36
Čas je, da greste nekaj pojest!	38
Dinozavri	39
Odhod iz hotela	41
Ogilvy on Advertising	42

IZ DNEVNIKA MARKETINŠKEGA GURUJA

Kako postati desetkrat bolj kreativen?	44
Oprse, na katerega boste ponosni!	45
T shirt	46
Ad People	47
Paretovo pravilo	48
Blink	50
Al Gore in mrežni marketing	53
Aspirin in pralni prašek	54
Berlin in Charlie Check Point	57
Blogerji	59
Bravo, Arih!	62
Cenejše zavarovanje za izkušene voznike!	64
Cilj	65
Debele riti	66
Elektro Ljubljana se trudi zmanjšati prodajo	67
Harry Potter	70
Hooters	72
Imate poštni nabiralnik?	74
Imeti morate dovolj »j_ i se« denarja!	75
James Bond, Casino Royale	76
Jelinčič ali Pahor?	78
Kaj nas o marketingu lahko nauči Sadam Husein?	80
Kid Nation	82
Kolikokrat ste se vprašali, ali se TV-izdelki tipa dormeo prodajajo? ...	83
Kreativci	87
Lekcija s plaže!	89
Lokacija, lokacija, mačke	90

3. knjiga

Malenkosti	91
Naslednji korak	92
»Neverjetni spodbujevalec sreče in denarja«	94
Nogavice z vitaminom E	96
»Odpustite 10 % luzerjev!«	97
Na kolo za bolno telo!	99
Natančnost	102
Ni Madeleine Mccan	103
Nogometni stadion Lisac&Lisac	105
Paprike	106
Pohlep	108
Policisti	109
»Prašiča ne boste naučili orati!«	110
Predvojni marketing	111
Pri zobozdravniku	113
Ptičja gripa	115
Si upate priznati napako?	119
Skoraj gola dekleta in marketing	121
Vedeževalka Viviana	123
Jasnovidka	125
Grdi natikači	127
Zakaj se je 1211 voznikov ujelo na stacionarni radar?	129
Zoran Janković	132
Bankirji nimajo pojma!	134
Bi leteli?	139
Bo Lego kock res zmanjkalo?	142
Budget	143

IZ DNEVNIKA MARKETINŠKEGA GURUJA

Check liste	144
CO ₂ marketing	146
Ena stara delavska!	148
Golota & prodaja	149
Hummer H3 ali Cadillac Escalade za marketinškega guruja	151
Ime je pomembno!	154
Intimno	155
Kako pripraviti dobre palačinke?	157
Katerim številkam verjamemo?	158
Kisik	160
Komu postavljamo spomenike?	162
Lokacija, lokacija, lokacija	163
Marketinški lažnivci!?	165
Pinacolada!	167
Pohlep	168
Ponavljanje deluje	170
Pretepajo se	172
Prioritete!	174
Revije in časopisi izumirajo	175
Siddharta	177
Sosed	179
Toaletni papir	181
Villa Cipriani	183
Zakaj podjetja oglašujejo?	186
Rent a bike	187

Si upate priznati napako?

Ko sem bil v ZDA sem videl naslednji oglas. Oglas za gume Michelin. Dobro si oglejte oglas. Naslov (headline) pravi: »We hate losing, but we love competition. Just wait for 2008, 2009.« V oglasu Michelin odkrito prizna, da letos niso zmagali! Celozapišejo, da jih je premagal Bridgestone! In seveda napovedujejo, da bo leta 2008 in 2009 drugače. Objavili so oglas, v katerem na veliko priznavajo, da jih je konkurenca letos premagala!

Odlično! V tem oglasu je velika marketiška lekcija, ki je večina podjetij ne obvlada. Lekcija, ki je nekateri nočejo razumeti. V prodaji je lepo, pa tudi SPLAČA SE, če si pošten in odkrit. Splača se priznati





vsaj kakšno napako izdelka. Ker si s tem pridobiš zaupanje stranke. Če trdiš, da so tvoji izdelki najboljši na svetu, da nimajo nobene napake, potem najverjetneje ne govoriš resnice.

Če želite prodati več, priznajte tudi kakšno napako izdelka, ki ga prodajate. Tudi če prodajate sebe, recimo na razgovoru za novo službo, priznajte kakšno svojo napako. Če želite prodati več, strankam priznajte, da niste popolni. Napako lahko konec koncev obrnete sebi v prid.

Na kaj sem pomislil, ko sem bral Michelinov oglas? Ugotovil sem, da v zadnjih 32 letih samo 6-krat niso zmagali. Torej delajo res odlične gume. Okej, letos jim ni uspelo, ampak še vedno verjamem, da imajo odlične gume. Bravo, Michelin! Tudi vi priznajte kakšno svojo napako, dragi moji. Potem pa iz napake naredite korist za kupca. In prodali boste več.

Skoraj gola dekleta in marketing

Jure mi je poslal to fotografijo. Komentiral je, da lepa dekleta vedno naredijo vtis.

Se strinjam, vendar POZOR! Golota seveda vedno pritegne pozornost. In v mnogih primerih (sploh če gre recimo za Lisco ali Palmers) je uporaba skoraj golih lepotic smiselna. Če prodajate kaj drugega, pa ni nujno, da je uporaba razgaljenih lepotičk dobra ideja.

Recimo, da prodajate tiskalnike. Objavite tiskani oglas, v katerem razgaljena lepotica v rokah drži vaš novi model tiskalnika. Vaš oglas opazi veliko ljudi. Vendar pa 95 odstotkov tistih, ki oglas opazijo, na vprašanje, kaj so videli, odgovorijo: »Lepa punca je v rokah nekaj držala.« 4 odstotki vprašanih se spomni, da je v rokah držala tiskalnik, 1 odstotek jih pravi, da je bil tiskalnik Epsonov, čeprav je bil v resnici Hp-jev ...





IZ DNEVNIKA MARKETINŠKEGA GURUJA

Prepričan sem, da večina obiskovalcev sejma, ki sta jim v spominu ostali poslikani dekleti, ne ve, na katerem »štantu« so se nahajale in za kaj so delale reklamo ... Skratka, previdno z goloto. Gola dekleta vedno opazimo, vendar ob gledanju zelo redko pomislimo na prave stvari. Prava stvar je v tem primeru oglaševan izdelek ali storitev.



Vedeževalka Viviana

Viviana (jasnovidka, vedeževalka iz tarota, astrologinja, numerologinja, delovanje na daljavo) se me je zopet spomnila. :)

Pravi, da bo 4. marca polna luna. Pravi, da bo to zame srečen datum. Če bom, seveda, sledil njenim nasvetom ...

»Aleš, skrita in skrivnostna moč, vendar kljub temu poznana že 3000 let, vam lahko omogoči, da boste usklajeni s polno luno, ki vam mora prinesiti blaginjo in srečo, po kateri že od nekdaj hrepenite!

Hitro odkrijte, Aleš, kaj bo NEVERJETNI SPODBUJEVALEC SREČE takoj naredil za vas!

Veste, Aleš, ko gre za srečo neke osebe, niti najmanj ne oklevam in naredim največ, kar je v moji moči. In prav to sem storila za vas, Aleš, od tega pa je komaj nekaj ur. Verjemite mi, to je bilo potrebno narediti in ni bilo druge rešitve ... Na vsak način sem hotela vedeti, zakaj vaše vsakdanje življenje ni tako, kot si ga zaslužite, tako, kot bi moralo biti ...

... Potem, ko sem za vas naredila svojo kratko študijo lune, sem se odločila, da ponovno obiščem svojega prijatelja zdravitelja, da mi posebej za vas izročim štiriperesno deteljico. Dal mi je eno zadnjih, ki jih je našel ...



Zavedajte se, da je to štiriperesno deteljico veliki zdravitelj našel za vas, nekega večera, ko je bila polna luna.

... Veste, štiriperesno deteljico se ne zavrne, saj so jo imeli v starih časih za amulet, ki prinaša srečo, ljubezen, bogastvo in blaginjo.«

Ja, Viviana mi prodaja štiriperesno deteljico. Za samo 16,99. In morda jo bom kupil.

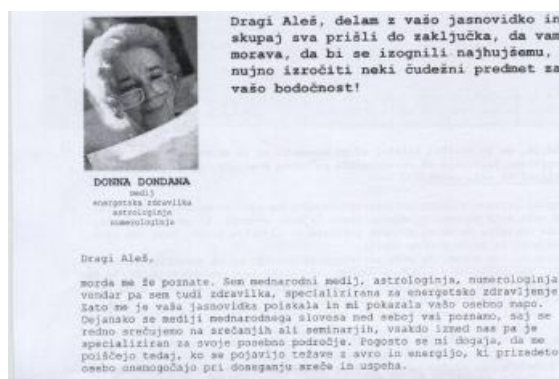
Ker si tudi jaz želim ODREŠITVE. :) Če prodajate (OD)REŠITEV za probleme vaših strank, vam bo šlo dobro. Vivianino pošto rad prejemam. Ker so njena pisma odlično napisana, personalizirana, ker obvlada umetnost prepričevanja.

Edini problem je v tem, da je med prepričevanjem in manipulacijo včasih tako malo razlike ...

Jasnovidka ...

Vedeževalka Viviana - nadaljevanje ... Evo, samo za vas trošim dragocene evre. Viviana mi je (za 18,79) poslala štiriperesno deteljico. Dobil sem jo ravno dan po tem, ko so lopovi na ženinem avtu naredili za 10.450 evrov škode. Skratka, prvi učinki se že kažejo. No, poleg deteljice sem seveda dobil novo ponudbo. Viviana je moj primer predala prijateljici Donni Dondani!

Donna mi je napisala: »Vaša astrologinja se je odločila, da vas osreči. To je dokazala že s tem, ko je v celoti financirala študijo, ki sem jo opravila, da bi preverila vašo energijo in analizirala vašo avro. Povedala mi je, da je to storila za vas in da vam ne bo ničesar zaračunala. Kako prijazno od nje!« No, na kratko povedano, je Donna Dondana ugotovila, da sem v težavah in da vse moje probleme lahko reši kamen - avrični kristal. Bom kupil tudi to, da vam bom lahko poročal naprej. Marketinški nauk? Stranki, ki je vroča, ki kupuje pri vas, morate ob vsaki priložnosti ponuditi še kaj več, kaj novega. Gremo stavit, da bom naslednjič poleg kamna dobil novo ponudbo





IZ DNEVNIKA MARKETINŠKEGA GURUJA

za še eno magično orodje, ki bo pa čisto za res napravilo konec vsem mojim problemom.

Vedeževalke so pametne ... Ko enkrat v svoj primež nekoga dobijo, ga ne izpustijo iz rok. Večina drugih podjetij ves čas išče nove stranke, na stare stranke pa pozabijo.

