

Александр Пашигрев

**Партнер  
позвонит  
первым!**



# Кто перед вами?



- Предприниматель (15 лет)
- Маркетинг, PR
- Практика, обучение, консалтинг
- Использую партнерки

# Как продать партнеру партнерку?

- Проблемы
- Решения
- Примеры
- Детали
- Вопросы





Еще 2 недели бегать?

# Деньги на блюдечке



Слишком хорошо  
чтобы быть правдой?



# Можно ли без «прокладок»?

- Недоверие
- Инструкции
- Занятость ТОП-ов
- Проволочки
- Оно вам надо?



Нормальные герои  
всегда идут в обход!





# Что можно с помощью директ-маркетинга?



- Выйти на ТОП-ов
- Объяснить выгоды
- Задать приоритет
- Вызывать на контакт
- Масштабировать

# Пример №1



**Кто:** не открывшийся стартап

**Кому:** директору медицинской компании

**Зачем:** поиск стратегического партнера

# Неравноценный обмен

1. Идея
2. Переговоры
3. Запрос менеджера
4. Справки о партнере
5. Использовать креатив!



# Креативные резюме

## WANTED



**Пашкирев Алекс**

серьёзный предприниматель, инвестор

- В 1999, на первом этапе создания...
- В 1997, с нуля начал бизнес по про...
- В 2000-2001 - управление бизнесом в...
- 2002 - ассистент руководителя - у...
- Выходит собственным вкладом сумм...
- 2003 - начинает работу в качестве...
- В 2004-2005 - сотрудничает с и...
- В 2004 - участник в закупке акти...
- В 2005 - параллельно со швейным...
- В 2007 - продает швейный бизнес и...
- Специализируется на инвестировани...
- В 2008 - стал единственным в СНГ...
- Выходит из проекта Городские Ковбо...

## WANTED



**Батраков Максим Викторович**

серьёзный предприниматель, инвестор-маркетолог

- В 2007 основал ИТТУ СТАЕККИ.
- В 2006г. параллельно с учебной стал совладельцем компании «Барский Перевал» (бывш «Досту Перевал»).
- В 2008г. продает свою долю в журнальном бизнесе и стал соучредителем техническим директором в Бюджет.ру - хостинг-сервисе в пос.орос.
- В 2010г. совместно с Олегом Гудаловым основал компанию СтройЛинк - специализируется на строительстве, ремонте, монтаже торгового оборудовани...
- В СтройЛинке занимает пост генерального директора.
- Хотел участвовать в создании и продвижении сайта туроператора stroylimited.ru в partnerdock.ru приобрел опыт интернет-маркетолога
- Индивидуально был замечен на ТВ, где выступил в роли строителя
- В 2011 стал соинвестором, соучредителем и акционером проекта Городские Ковбои, занимающегося экологически чистыми фермерскими продуктами. Объем его вклада в проект на 22.03.2012 составил 825 000р.

До конца 2012 планирует инвестировать в «Городские Ковбои»

1 000 000

## WANTED



**Гладков Олег Николаевич**

серьёзный предприниматель, маркетолог

- В 2007-ом году получил Ленинский Государственный Университет по специальности инженер-металлообработчик станков и комплектующих.
- Там же получил 2-й высшее образование по специальности Маркетинг.
- С 2008-го до 2009-й год работал менеджером по продажам.
- В 2010 совместно с Максимом Батраковым открыл компанию СтройЛинк. До сих пор, совмещает пост президента компании и директора по маркетингу, занимается строительством, ремонтом и монтажом торгового оборудования.
- Был неоднократно замечен на ТВ, в качестве эксперта по строительству.
- В качестве соинвестора и соучредителя участвует в проекте Городские Ковбои, занимающегося экологически чистыми фермерскими продуктами. Объем его вклада в проект на 22.03.2012 составил 825 000р.

До конца 2012 планирует инвестировать в «Городские Ковбои»

1 000 000 р

# Визуализация и СЭМПЛИНГ



## Неопрезент.ру

Компания Неопрезент.ру, работающая под девизом «Впечатать подарки», была создана в 2008 году с привлечением части

Стартовые инвестиции порядка 1,5 млн. руб. пошли на дизайн и изготовление упаковки для подарков.

Несмотря на наличие на рынке конкурентов с вложке долларов, энтузиазм, опыт и навыки членов команды позволили довести посещаемость сайта до уровня. Это было сопоставимо с посещаемостью конкурента - Презент Шоу.

На момент продажи долей, принадлежащих М ежемесячный оборот компании Неопрезент.ру руб., при количестве продаж - около 300 в

Компания Неопрезент.ру успешно работ

## Европейский Переезд (сейчас Центр Переезда)

Получив опыт работы в области переездов, М компания Европейский Переезд в 2006 году... 15 000 рублей пошли на создание сайта. Позже

Уже на этапе запуска были заложены правила позволили впоследствии значительно развить команду и в ней работают около 10 человек офисного водителей. В собственности компании находится площадь около 100 м<sup>2</sup>.

Перед продажей доли М. Батракова месячный оборот около 300 000 руб. при том, что со всей работой с рентабельность достигла 50%.

На текущий момент, по некоторым оценкам, компания в петерку лидеров в своем сегменте рынка по обороту

## Стройлимитед

Проект стартовал в 2010 году как небольшой безбюджетный стартап модель предполагала получение заказов на строительные и ремонтные работы через Интернет.

Первый веб-сайт компании изготовил лично Максим Батраков, и этого основы программирования на HTML и азы веб-дизайна. Его области поисковой оптимизации сайтов позволили получить первых клиентов практически без бюджета.

Первоначальный план оправдался: компания устойчиво работает развивается по сей день. А ее основатели за это время стали настоящими экспертами в строительстве, что подтверждается их появлениями в этой роли.

В настоящее время группа компаний Стройлимитед представлена сайтами:

- 1) gipsokartonshiki.ru – работы по гипсокартону – от простых до воплощения сложных дизайнерских проектов;
- 2) mastersorki.ru – сборка и монтаж торгового и выставочного оборудования;
- 3) stroylimited.ru – ремонт торговых площадей, офисов, квартир, коттеджей, разработка дизайн-проектов.

За время существования компании, ее клиентами стали сотни клиентов, десятки малых и несколько крупных компаний. Положительные сотрудничество со Стройлимитед оставили такие компании, как:

- Телеканал МюзикБокс (Юмор-ТВ);
- HL Display, для которой выполнялся сложный комплексный проект;
- Компания IC (монтаж сети магазинов IC Интерес);
- Лукойл;
- ВИС;

И многие другие.

На сегодняшний день компания одновременно ведет от 10 до 15 проектов и продолжает расширяться. Месячный оборот Стройлимитед – около 100 млн. руб.

# Резюме успешных проектов

# Папка с документами

Информация по проекту

Городские Ковбои

[конфиденциально]

....., добрый день!

..... по поводу

Несколько недель назад мы общались с одним из сотрудников ..... фермерских продуктов партнерства. Не вполне обычного. Речь шла о проверке качества фермерских продуктов

Выгода ..... в рекламе. Точнее, это партизанский маркетинг - проникновение в повседневную реальность ваших потенциальных клиентов прямо... с полки Домашнего холодильника. Почему бы и нет? Ведь жены и матери, на плечах которых лежит забота о здоровье семьи, каждый день видят в холодильнике продукты. И все чаще задумываются об их полезности. А что, если качество еды связать с маркой .....? И реклама, и PR!

Плюсы? Письмо дойдет и не потеряется. К «ковбойским» продуктам будет особенное отношение (это одна из целей нашего маркетинга). Да и наклейка с логотипом «Проверено .....» – не единственная точка контакта. Факт сотрудничества будет активно «гиариться» по различным каналам: сайт, рассылка, прямое общение с клиентами, бумажные рекламные материалы, видеоролики, социальные сети...

Еще? Если мыслить стратегически – уже начинается бум фермерских продуктов. Пока стандартов по контролю их качества почти нет. А значит, ..... может занять свободную нишу, стать экспертом и сделать свои тесты стандартом де-факто в отрасли. А наш проект может сыграть роль первой ласточки. Или подопытного кролика.

Минусы? Глядя на это предложение Вашими глазами, я вижу большой жирный минус, бросающийся в глаза. Мы – стартап. Малобюджетный. В сравнении с Вашими 150 000 000 инвестиций – вообще безбюджетный. Но что же тогда позволяет нам настолько верить в успех Ковбоев, чтобы сделать столь дерзкое предложение такому монстру как .....?

Во-первых – рынок. Спрос на фермерские продукты в Москве растет. Об этом говорят результаты наших исследований и фантастический успех конкурентов. Проект ЛавкаЛавка достиг месячных оборотов в 6 млн. рублей всего за 2 года, став международным проектом,

Во-вторых – огромное желание сделать это! В нашей команде 3 опытных предпринимателя, запустивших не один бизнес. Мы буквально болеем идеей экологичной еды и готовы на все, чтобы «Ковбой» достигли успеха. Если Вы помните историю Арриэ или Форда, то понимаете – фанатизм дорогого стоит.

В-третьих – креативность. Я, как один из немногих специалистов по партизанскому маркетингу, уверен, что креативность, как и смелость, является конкурентным преимуществом. Для того чтобы увлечь людей своим продуктом, сегодня не нужны миллионы. Нужны яркие идеи. И настойчивость. Все это у нас есть.

....., чтобы Вы и ваши коллеги смогли еще до запуска сервиса попробовать наши продукты на вкус, в пакете есть небольшой презент. Думаю, это поможет Вам лучше понять нашу увлеченность проектом и поверить в его успех.

В конверте есть визитки. Пожалуйста, свяжитесь с нами, как только будете готовы дать ответ. Даже если он будет отрицательным - хотелось бы узнать Ваше мнение как можно скорее, потому что мы планируем заработать по-настоящему уже через месяц.

С уважением,

Александр Пашигров,

Директор по маркетингу проекта Городские Ковбой

# Продающее письмо

p.s. В прилагаемых материалах есть ответы на вопросы, которые мы получили от Алексея ..... в ответ на наше предложение



# Пример №2



Сергей Ан

**Кто:** специалист по маркетингу

**Кому:** владельцу сети супермаркетов

**Зачем:** конкурс маркетинговых идей

# Отчет и «плюшки»

## «Маркетинговая Стратегия Розничных Сетей».

Уделите этому документу не более 30 минут, и Вы узнаете более 10 секретов маркетинга, которые эффективны в сфере ритейла.

Маркетинговые промоакции в сфере столичного ритейла, как и в любом другом бизнесе, можно объяснить молодостью бизнеса. Ему всего 20 лет. В то время как свободная торговля на Западе развивается, чуть ли не с обретением независимости США.

У нас мало кто имеет представление о маркетинге даже в его классическом понимании. Не говоря уже о современном маркетинге с множеством новых каналов связи и спадом эффективности классических инструментов продвижения.

Пожалуй, лучше всего общую ситуацию отражает интервью Коммерсант.Уз с директором воздушного свадебного салона.

*Я не занимаюсь маркетингом – говорит руководитель.*

Однако в действительности, продажи уже говорят о наличии маркетинга. Другое дело, что в данном случае маркетинг управляет компанией, а не компания маркетингом.

Как видите, даже успешные (на данный момент) предприниматели не понимают, что маркетинг это все и он никогда не заканчивается.

Начнем с простого - **Что говорят покупатели? Какие ошибки их раздражают?**

Лучше всего об ошибках расскажут сами клиенты. Ведь именно они сталкиваются с плохим сервисом, низким качеством товаров и скудным ассортиментом.

Поэтому я провел независимый опрос в facebook (самая чистая аудитория среди соц.сетей).

Предлагаю вашему вниманию жалобы респондентов и сразу же мои комментарии и решения указанных проблем.

**Надежда**

**Проблема #1** - Узкие проходы. Прилипаешь к полкам, чтобы пропустить дядю или тетю с тележкой, окруженными так же кучей детей (в магазине "Аэропорт")

**Комментарии:** Браун Сьюэлл (лучший автомобильный трейдер Северной Америки, автор книги «Клиенты на всю жизнь») утверждает, что теснота отбивает у клиентов желание задержаться в магазине и тем самым снижает вероятность или размер покупки.

**Решение:** Оборудовать детскую игровую зону под присмотром персонала. Это сделает помещения более свободными и позволит родителям спокойно выбирать продукты и покупать больше. [ Размещать игровую зону лучше там, где продают сладости, чтобы дети по дороге к выходу могли выключить шоколадки ]

**Проблема #2** – Скудный выбор торговых марок одного типа товаров (бывший Турквиз)

Возможно, это самый скучный отчет по Маркетингу, что вы когда либо читали в своей жизни

Поэтому я прикладываю пакетики с растворимым кофе, чтобы вы не уснули во время чтения.



# Материалы...

Отчет  
по лабораторной  
[группа Кожин/Васильев]



# Письмо и шарики...

- Список содержимого:
- Конверт (с личным письмом *Игорю Косовичеву*) – 1 штука
  - Большой конверт (с отчетом по маркетингу) – 1 штука
  - Флешка (с электронной копией отчета) – 1 штука
  - Плитка шоколада (Nestle) – 2 штуки
  - СУ – 1 штука
  - Озвучка – 3 штуки
  - Распечатка статей – 3 штуки
  - Пресс-релиз iGuru – 1 штука



Упаковка должна быть  
напечатана на  
бумаге 70 г/м<sup>2</sup>

Игорю Косовичеву

# Разработка ДМ

- Портрет клиента
- Выгоды - пирамида целей
- Персонализация
- Дополнительные материалы
- Сувениры
- Долларизация
- Директ-респонс копирайтинг
- Минусы (превратить в плюсы?)

Еще вопросы?

# Спасибо!

Пусть Ваши партнеры звонят Вам первыми!

**+7 (495) 924-09-70**

**alex@pashigrev.com**