

Дмитрий Островский



УСПЕШНЫЙ БИЗНЕС

В СФЕРЕ УСЛУГ



Дмитрий Островский

Успешный бизнес в сфере услуг

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=63755032

SelfPub; 2023

Аннотация

Книга "Успешный бизнес в сфере услуг" написана не каким-то теоретиком от бизнеса и маркетинга. Мой личный опыт в предпринимательстве более 20 лет. Эта книга расскажет вам о "трюках" и "хитростях" бизнеса в сфере услуг, которые помогут вам больше зарабатывать. Вы узнаете о различных "фишках", которые помогут вам привести новых клиентов и даже получать дополнительный доход (монетизировать ваши ресурсы). Для кого написана эта книга? Книга написана в первую очередь для руководителей компаний, маркетологов, предпринимателей и частных мастеров, чья деятельность связана со сферой услуг.

Дмитрий Островский

Успешный бизнес в сфере услуг

**Как привлекать
больше клиентов
и рекламироваться
бесплатно**



Предисловие к курсу

Здравствуйтесь, дорогие друзья!

Этот курс был написан не каким-то теоретиком от бизнеса.

А практиком-предпринимателем с богатым опытом.

За время своей частной практики я наработал много различных маркетинговых «фишек», которые помогут вам привлекать как можно больше потенциальных клиентов, а еще рекламировать свои услуги (свой маленький бизнес) совершенно бесплатно.

И даже получать дополнительный доход (зарабатывать) на ваших ресурсах бизнеса.

Я расскажу как можно монетизировать ваши ресурсы: база клиентов, трафик посетителей и др.

Перед тем, как написать этот курс, я прочитал и изучил много материалов по маркетингу.

Я был очень удивлен, что полноценных курсов для продвижения и привлечения клиентов в сфере услуг просто нет. Поэтому спешу исправить эту оплошность.

Для кого написан этот курс?

Курс написан в первую очередь для руководителей фирм в сфере услуг, предпринимателей, различных частных мастеров и специалистов:

мастеров по ремонту (квартир, техники), электриков, сантехников, парикмахеров, стилистов, мастеров маникюра, фотографов, массажистов, репетиторов, веб-мастеров и других различных специалистов.

Надеюсь, данный курс поможет вам понять, как получить больше клиентов, как сэкономить на рекламе.

А в целом полученные знания о различных инструментах и «фишках» ведения своего бизнеса помогут вам больше работать.

Итак, поехали!

1. Кросс-маркетинг или перекрестная реклама.

Начать свой курс хочется с самого актуального сейчас. Это кросс-маркетинг!

Давайте поговорим об этом подробнее.

Что такое кросс-маркетинг и как применять техники кросс-маркетинга в услугах?

В маркетинге есть одно направление, которое называется кросс-маркетинг.

Кросс-маркетинг – это такое взаимовыгодное сотрудничество между компаниями.

За счет применения кросс-маркетинга у компаний происходит обмен клиентами.

Рассмотрим на живом примере, как это происходит.

Допустим, ресторан сотрудничает по кросс-маркетингу с салоном цветов.

Клиент приходит в ресторан, обедает и после оплаты счета получает от ресторана подарок. Купон на скидку 15% в магазине цветов.

А теперь наоборот. Покупатель зашел в цветочный магазин, купил цветы и в качестве дополнительного бонуса (подарка) получил купон на скидку 10% на ужин в ресторане.

Таким образом, ресторан и цветочный магазин обмениваются клиентами. Клиенты ресторана становятся потенциальными покупателями цветов, а покупатели цветов могут стать посетителями ресторана.

Крупные компании (и не только крупные), давно используют кросс-маркетинг в своем бизнесе.

Скажу больше, мне однажды звонил менеджер магазина стройматериалов и предлагал сотрудничество. Он нашел мою рекламу в интернете, что я занимаюсь отделкой квартир.

А ведь мои клиенты – это потенциальные покупатели стройматериалов. И если я буду рекомендовать своим заказчикам ремонта покупать стройматериалы именно у них, то они готовы мне платить за каждого такого клиента. А отслеживать, что клиент пришел именно от меня, они будут по промокоду (кодовое слово, которое дает скидку покупателям).

Вот такие дела, друзья!

То есть компании и магазины ищут любые способы, чтобы получить новых клиентов (покупателей).

А почему бы не начать использовать такие инструменты компаниям в сфере услуг и частным мастерам?

Тем более это актуально сейчас, в условиях кризиса.

И к тому же традиционные методы рекламы уже не работают.

Именно такой вопрос я задал сам себе, когда узнал о кросс-маркетинге и понял его преимущества.

И решил найти партнеров в этом направлении.

Главное, чтобы ваши сферы деятельности не конкурировали между собой.

Думаю, бессмысленным будет, если электрик начнет рекламировать такого же электрика.

Так как, по сути, они являются конкурентами друг для друга.

А вот если электрик будет рекламировать сантехника, то это уже «тандем». Они прекрасно могут обмениваться клиентами.

Так как я занимался отделкой квартир (штукатурно-малярные работы), то сначала я договорился со знакомым, у которого фирма по установке натяжных потолков.

Мы напечатали купоны, которые дают право на скидку 10% на монтаж натяжных потолков и отдельно на скидку 15% на отделочные работы.

Я раздавал своим клиентам скидку на натяжные потолки, а мой знакомый в свою очередь дарил своим клиентам скидку на отделку квартиры.

И я знаю точно, клиенты от него ко мне приходили.

А у него были клиенты по купонам, которые раздавал я.

Вот это и можно назвать взаимной рекламой, или перекрестной рекламой.

Все расходы на такую рекламу свелись к тому, чтобы напечатать купоны на скидку.

2. Как находить партнеров по кросс-маркетингу

В первую очередь, начните со своего круга знакомых, у которых есть бизнес в сфере услуг или они работают частными мастерами.

Предложите им начать сотрудничество в сфере кросс-маркетинга.

Повторюсь еще раз. Самое главное, чтобы вы не конкурировали друг с другом.

Например, вы мастер маникюра. Вашими партнерами по кросс-маркетингу могут быть: мастера по ремонту квартир, фирмы «муж на час», парикмахерские.

Ведь их клиентами часто являются женщины.

Фотостудия или частный фотограф тоже может стать вашим партнером. Подумайте, кто чаще всего заказывает фотосессии? Ну конечно же девушки! А девушкам нужен ма-

никюр.

Отличным тандемом станет сотрудничество с визажистами, стилистами, массажистами. Эти услуги имеют свою узкую специализацию и никак не конкурируют с вашими.

Для салонов красоты и парикмахерских дам отличный совет по кросс-маркетингу.

Сотрудничайте с магазинами женской одежды. Это выгодно и вам, и магазинам.

Если у вас нет таких знакомых – можно найти фирмы и мастеров на различных сайтах, где предлагают услуги: сайты объявлений (Авито, Юла и т.д.), биржи услуг, через соцсети.

Позвоните в компанию или мастеру, расскажите что хотели бы начать сотрудничать по кросс-маркетингу и объясните плюсы этого сотрудничества.

Даю 95%, что после недолгих раздумий партнеры согласятся на такое взаимовыгодное сотрудничество.

Как показывает практика, будущим партнерам лучше всего именно звонить. Можно конечно попробовать написать, если в качестве контактов у фирмы или мастера указана электронная почта.

Но скорее всего письмо попадет в спам. Или просто ваш потенциальный партнер не сможет понять о чем вообще идет

речь. И оставит письмо без внимания.

Поэтому лучше позвонить. Живое общение еще никто не отменял.

3. Как взаимовыгодно сотрудничать по кросс-маркетингу

Итак, мы нашли себе партнера по кросс-маркетингу.

Теперь нужно сделать так, чтобы это сотрудничество было обоюдовыгодным.

Какие могут быть варианты сотрудничества по кросс-маркетингу?

На самом деле, вариантов может быть очень много.

И в каждом отдельном случае с партнером можно договариваться индивидуально. Чтобы условия сотрудничества были выгодны для обеих сторон.

Самый распространенный вариант – это совместное проведение акций и скидок.

Можно напечатать купоны на скидку на ваши услуги на 5,10,15,25,50 процентов.

Сколько пожелаете или какую величину скидки вы можете себе позволить.

Ваш партнер печатает такие же купоны на скидку.

Вы отдаете вашему партнеру свои купоны – а он вам отдает свои купоны на скидку.

Затем, когда ваш клиент производит расчет за оказанную услугу, вы в качестве бонуса дарите ему купон на скидку на услуги вашего партнера.

Тоже самое делает ваш партнер.

Как видите ничего сложного. Расходы на такую рекламу самые минимальные.

Только на печать купонов.

Можно напечатать один общий купон на скидку.

Например, с одной стороны купона ваша скидка, а с обратной стороны скидка вашего партнера. Так можно еще минимизировать расходы на печать.

А также по двойному купону клиенту могут вернуться опять к вам со скидкой.

Акции и скидки могут быть различными.

Например, «сделай прическу у парикмахера и получи в подарок скидку 200 рублей на маникюр», «закажи ремонт в ванной комнате и получи в подарок скидку 25% на услуги электрика».

Выгоды от таких акций очевидны.

Довольный клиент, которого вы уже обслужили, дополнительно получает в подарок скидку на услуги. Это вызывает дополнительную лояльность к вам со стороны. У него возникает чувство, что вы думаете о нем. И плюс происходит обмен клиентами с вашим партнером по кросс-маркетингу.

Еще один довольно распространенный способ сотрудничества – это совместная печать визиток.

Например, вы решили напечатать визитки.

Найдите фирму или частного мастера, которому тоже нужно напечатать визитки. И совместно закажите двухстороннюю печать визиток. С одной стороны визитки будут ваши контакты, а на другой стороне визитной карточки будут контакты вашего партнера.

Такой вариант «убивает сразу двух зайцев» и несет в себе двойную выгоду.

Во-первых, вы экономите на изготовлении визиток.

Так как расходы на печать визиток вы делите пополам с вашим партнером.

Во-вторых, клиенты вашего партнера, которым он будет раздавать визитки, узнают о вас.

То есть станут вашими потенциальными клиентами.

Также как и ваши клиенты могут стать клиентами вашего партнера. Согласитесь, это очень взаимовыгодный вариант сотрудничества.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.