

► ESIMENE PEATÜKK ◀

Mitte mass, mitte spämm, mitte häbematus ...

Turundus on muutunud, kuid meie arusaam sellest, mida järgmisena teha, pole sellega sammu pidanud. Ebakindlatena hakkame isekalt lärmama. Nurka surutuna tõmbume kaitseesse ja hakkame turu laiendamise asemel konkurentidelt näppama. Surve all olles eeldame, et kõik on nagu meie, kuid nad viibivad teadmatuses.

Enamik meist mäletab suureks kasvamist massituru-maailmas, kus inimese määratles televisioon ja 40 tuntuimat toodet. Turundajatena püüame selliseid vanamoodsaid trikke korrata, kuid need ei toimi enam.

Kompass näitab usaldusele

Ligikaudu iga kolmesaja tuhande aasta tagant vahetavad põhja- ja lõunapoolus koha. Maa magnetväli pöördub.

Meie kultuuris juhtub seda palju sagedamini.

Ja kultuurimuutuse maailmas juhtus see just äsja. Põhjasuund, kõige paremini toimunud meetod, muutis asukohta. Tõhus turundus toetub nüüd iseka massi asemel empaatiale ja teenindusele.

Selles raamatus töötame koos, et leida lahendus tervele hulgale teemaga seotud probleemidele. Kuidas oma ideid levitada. Kuidas avaldada oodatud mõju. Kuidas muuta kultuur paremaks.

Selleks pole selgeid juhiseid. Pole lihtsat sammsammulist taktikat. Võin teile aga pakkuda kompassi: õiget põhjasuunda. Rekursiivset meetodit, mis muutub korduval kasutamisel järjest paremaks.

Selle raamatu aluseks on sajapäevane seminar, mis sisaldas õppetundide kõrval ka omataoliste inimestega suhtlemist ühise töö teemal. Me kogume veebilehele TheMarketingSeminar.com tuhanded turundajad ja kutsume neid üles sügavuti lähenema, oma teekonda jagama, panema üksteist proovile, et näha, mis tegelikult toimib.

Kui sa selle raamatu läbi loed, ära kõhkle tagasi pöördumast, uusi hüpoteese püstitamast, olemasolevat meetodit kahtluse alla seadmast – sa võid kohandada, proovida, mõõta ja korrata.

Turundus kuulub parimate kutsumuste hulka. See töö on seotud positiivse muutusega. Ma olen põnevil, sest sa oled seda teekonda alustanud, ja loodan, et leiad siit endale vajalikud töövahendid.

Turundus pole lahing ega sõda, isegi mitte võistlus

Turundus on suuremeelne tegu, mis aitab kellelgi probleemi lahendada. Tema probleemi.

See on võimalus kultuuri paremaks muuta.

Turunduses on ainult vähesel määral käratsemist, tagant kihutamist või sundi.

See on hoopis võimalus teisi teenida.

Internet on esimene massisuhtlusvahend, mis pole leiutatud selleks, et turundajad õnnelikuks teha. Televisioon mõeldi välja telereklaamide näitamiseks ning raadio raadioreklaamide elukohaks.

Internet aga ei ole üles ehitatud inimeste ellu sekkumisele ja osalejate rohkusele. See on suurim suhtlusvahend, kuid samal ajal ka väikseim. Sellel puudub massilisus ja sa ei saa endale napsata penni eestki tähelepanu viisil, mida kasutasid sinu vanavanemate ettevõtted. Teeme asja täiesti selgeks: internet näib tohutu vaba meedia mängumaana, kohana, kus iga sinu idee on väärt seda, et kõik seda näeksid. Tegelikult on see miljard tillukest sosinat, lõputu hulk isekaid vestlusi, mis puudutavad harva ka sind või sinu tööd.

Reklaamimaagia on lõks, mis ei lase luua kasulikku lugu

Pikka aega oli äriettevõtte parim suure muutuse saavutamise viis lihtne: osta reklaami. Reklaamid töötasid. Reklaamid tähendasid tehingut. Reklaamid teenisid ennast tasa. Pealegi oli neid lõbus teha. Sa võisid osta palju ja korruga. Nad tõid sulle (või sinu brändile) tuntust. Ja need olid usaldusväärsed: kulutatud raha vastas müügitulule.

Kas saab siis imestada, et turundajad otsustasid üsna kiiresti, et reklaam ongi see, mida nad peavad tegema? Suurema osa minu eluajast ongi turundamine tähendanud reklaami.

Ühtäkki polnud see siiski enam nii.

See tähendab, et sa pead nüüd turundajaks hakkama.

See tähendab, et sa pead nägema seda, mida teised näevad. Pinget looma. Samastuma kogukondadega. Looma selliseid ideid, mis levivad. See tähendab, et pead õppima laskma end juhtida turul, kui raske see ka ei oleks, ja tööd (sinu osaga) sellel turul.

Sõnumi laiali saatmine (täiesti vale küsimus)

„Kuidas peaksin sõnumi laiali saatma?“

Otsimootoritele optimeerimise spetsialist lubab, et sind leitakse, kui inimesed sind otsivad.

Facebooki konsultant õpetab, kuidas just õigete inimeste ellu sisse sõita.

Suhtekorralduse asjatundja lubab artikleid, mainimisi ja profile.

Ja Don Draper, David Ogilvy ning ülejäänud vahetavad sinu raha reklaamide vastu. Ilusate, seksikate, mõjusate reklaamide vastu.

Kõik selleks, et sinu sõnum leviks.

See aga pole turundus, enam mitte. Ja see ei toimi, enam mitte.

Me hakkame rääkima sellest, kuidas sind leitakse. See on viimane osa, mitte esimene.

Turundus on piisavalt tähtis, et seda õigesti teha, see tähendab, et tuleb teha teised osad enne.

Häbitud turundajad teevad häbi teistele

Lühikeseks ajaks tulu lakke viiv agressiivne müüja võib häbitu mõtteviisi kergesti omaks võtta. Spämm, tüssamine, surve. Kas tead veel mõnd eluala, kus selliste asjade üle nii suurt uhkust tuntakse?

Sa ei leia ühtegi ehitusinseneri, kes helistaks keset ööd pensionärile, et müüa talle kasutuid kollektsoonmünte. Sa ei kuule raamatupidajast, kes kliendi nõusolekuta tema andmetest väljavõtteid teeb, või dirigendist, kes uhkesti internetti võltsarvustusi postitab.

Sedasorti häbitu, tõe hinnaga tähelepanu jahtimine on toonud kaasa selle, et paljud eetilised ja suuremeelsed turundajad peidavad oma parimaid töid, häbenedes enda turupõhisust.

See ei ole hea.

Teistmoodi turundus, tõhus turundus, tähendab klientide maailmavaate ja soovide mõistmist, et saaksime nendega ühendusse astuda. See turundus keskendub sellele, et sinust hakataks puudust tundma, kui sa oled ära läinud, et sa pakuksid oodatust rohkem neile, kes sind usaldavad. Selline turundus otsib vabatahtlikke, mitte ohvreid.

See on turundusega tegelevate inimeste jõuline seisukoht, sest nad teavad, et saavad asju paremaks muuta. Nad on valmistunud suhtlema turuga, sest teavad, et saavad kultuuri oma panuse anda.

Sa meeldid inimestele.

Lukk ja võti

Pole mingit mõtet teha kõigepealt võti ja hakata siis otsima lukku, mida avada.

Ainus viljakas lahendus on otsida lukk ja seejärel sellele sobiv võti.

Lihtsam on teha tooteid ja pakkuda teenuseid klientidele, keda sa tahad teenida, kui leida kliente sinu olemasolevatele toodetele ja teenustele.

Turundus ei pea olema isekas

Tegelikult pole parim turundus seda kunagi.

Turundus on suuremeelne abi neile, kes otsivad võimalust saada selliseks, nagu nad tahavad. See tähendab luua ausaid lugusid – selliseid, mis kajavad inimestes vastu ja levivad. Turundajad pakuvad lahendusi, võimalusi, et inimesed saaksid oma probleemid lahendada ja edasi liikuda.

Kui meie ideed levivad, siis me muudame kultuuri. Me ehitame üles midagi sellist, millest inimesed hakkavad puudust tundma, kui seda enam pole; midagi, mis annab neile mõtte, ühenduse ja võimaluse.

Teistsugune turundus – üleskiitmine, tüssamine ja surve – edeneb isekuse najal. Ma tean, et pikas perspektiivis see ei toimi ja et sa suudad paremini. Kõik suudavad.

Juhtumiuuring: Penguin Magic

Maagia saab otsa.

Penguin Magic on just sedasorti ettevõtte, mille jaoks mõeldi välja internet.

Võib-olla oli sinu lapsepõlvkodu võlupoe lähedal. Minu väikeses kodus linnas on veel praegugi üks selline. Hämar valgus, võltspuidust paneelid, pea kindlasti istub omanik leti taga. Kuigi ta armastas oma tööd, polnud ta ilmselt kuigi edukas.

Kui maagia pakub sulle praegu huvi, tead sa kindlasti Penguin Magicut. See pole küll maagiamaailma Amazon (sest olla mingi valdkonna Amazon on igal juhul raske), kuid see on märkimisväärselt suureks kasvanud, olles Amazonist täiesti erinev, ja mõistes täpselt, mida inimesed tahavad, teavad ja usuvad.

Esiteks, igast müügil olevast trikist näidatakse videot, mis ei paljasta müügi seda, kuidas trikki teha, vaid nii luuakse pinget. Kui tahad saladust teada, pead triki ostma.

Praeguseks on trikivideoid nende veebilehel ja Youtube'is vaadatud rohkem kui miljard korda. Miljard vaatamist ilma levituskuluta.

Teiseks, seda veebilehte pidavad inimesed said aru, et professionaalsed mustkunstnikud ostavad trikke harva, sest nad vajavad oma portfelli üksnes kümmet või kahtkümmet trikki. Kuna neil on igal õhtul uus publik, pole neil tarvis trikkide kordamise pärast muretseda.

Amatööri publik on aga alati sama (sõbrad ja pere) ja nõnda on tal pidevalt uusi trikke vaja.

Kolmandaks, iga trikki arvustatakse põhjalikult. Seda ei tee need puupead, kes Yelpis või Amazonis aega veedavad, vaid teised mustkunstnikud. See on nõudlik seltskond, kes tunneb hea töö ära. Nende veebilehel on enam kui kaheksakümne kahe tuhande toote arvustused.

Selle tulemusena muutub Penguini ladu väga kiiresti. Disainerid näevad oma konkurentide tööd kohe ja see annab neile tõuke teha midagi veelgi paremat. Tootmistsükli ei möödeta siin aastates, ideest kuni Penguinis pakutava tooteni võib kuluda kõigest kuu. Tänapäevaks on nende veebipoes müügil üle kuueteistkümmet tuhandet toote.

Edasiliikumiseks panustab Penguin peale kogukonnasiseste sidemete (nende meililistis on kümneid tuhandeid kliente) ikka veel uute loomise. Nad on vahendanud kolmesadat loengut, millest on saanud mustkunsti TED-loengud, kuid läinud ka rahva sekka ning korraldanud ligi sada vahetatut kokkusaamist.

Mida rohkem mustkunstnikud üksteiselt õpivad, seda paremini läheb töönaoliselt Penguinil.

Sa pole sigarit suitsetav paks kass

Sa ei tööta seebivabriku heaks. Sa ei ole vanamoeline äriturundaja.

Miks sa siis tegutsed nagu tema?

Sinu Hooandja-projekti tähtaeg läheneb, seepärast on sul hea ettekääne saata kirju igale mõjuisikule, keda vähegi tead, anudes linkimist. Nemas aga eiravad sind.

Sa töötad sisuturundusettevõttes ja jälgid pidevalt, kui palju klõpse sinu artiklid saavad ning seda ka siis, kui kirjutatu sulle piinlikkust valmistab.

Sa pead arvet oma Instagrami jälgijate üle ja seda ka siis, kui tead, et kõik teised lihtsalt ostavad jälgijaid.

Sa lased hinna alla, sest inimesed ütlevad, et sinu hind on liiga kõrge, kuid tundub, et see ei aita.

Kõik see on ikka nii nagu vanasti – vana isekas tööstuslik lähenemine, mis on uue põlvkonna jaoks pisut kaasaegsemaks muudetud.

Sinu tungiv vajadus ei anna õigust varastada mu tähelepanu. Sinu eba-kindlus ei anna õigust tüsata mind või minu sõpru.

Teine tee on palju tõhusam. Sa saad selle valida. See pole kerge, kuid selle põhimõtted on selged ja ühesed.

On õige aeg

Aeg maha astuda sotsiaalmeedia karussellilt, mis pöörleb üha kiiremini ja kiiremini, kuid ei jõua kunagi kuskile.

Aeg lõpetada tüssamine ja häirimine.

Aeg lõpetada rämpsposti saatmine ja teesklemine, et oled oodatud.

Aeg lõpetada keskpäraste asjade tegemine keskmisele inimesele, lootes samal ajal, et võid küsida selle eest keskmisest kõrgemat hinda.

Aeg lõpetada anumine, et inimesed hakkaksid sinu kliendiks, ja aeg lõpetada enda halvasti tundmine selle pärast, et esitad oma töö eest arve.

Aeg lõpetada otseteede otsimine ja aeg alustada selle asemel pikka sisukat teekonda.