

50 ИЛЛЮЗИЙ МАРКЕТИНГА



КНИГА
ТЫСЯЧЕЛЕТΙΑ

РОМАН БУБНОВ

Роман Бубнов
50 иллюзий маркетинга

«Издательские решения»

Бубнов Р.

50 иллюзий маркетинга / Р. Бубнов — «Издательские решения»,

ISBN 978-5-44-749082-9

Верите ли вы в магию маркетинга? Как клонировать успех Apple? Откуда берутся инсайты? Что такое эромаркетинг? Сколько на самом деле маркетёров в России? Не знаете ответов? Значит стоите на пороге профессиональной катастрофы. И пусть вам будет стыдно. В ваших руках самая умная, честная и искренняя книга о маркетинге со времен изобретения печатного станка. Прочитав её, прежними вы уже не будете никогда.

ISBN 978-5-44-749082-9

© Бубнов Р.
© Издательские решения

Содержание

Пробуждение силы	6
Конец ознакомительного фрагмента.	8

50 иллюзий маркетинга

Роман Бубнов

© Роман Бубнов, 2016

© Алла Бобылева, дизайн обложки, 2016

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

Пробуждение силы

Это случилось почти одиннадцать лет назад.

Я кое-как втиснулся в узкий ряд задних сидений маршрутной Газельки и мчался на всех парусах на собеседование в известную Челябинскую гостиницу. Стоял пасмурный, неприветливый сентябрь. Я жадно глотал полной грудью ароматы осени вместе с ионами бивалентной меди, тяжелых солей цинка и прочей воздушно-капельной химии. Здесь не поспоришь – город Челябинск – не самый экологически чистый в России.

То и дело я нервно вглядывался в циферблат часов, теребил ремешок и высматривал в запотевшем окошке хмурые лица с надеждой, что хоть одно из них мне просто так, беспричинно улыбнется.

Но настроение в массах было раскисшее, дождливое и рыхлое. Как, собственно, и вся наша экономика.

Стараясь держаться молодцом, в руках я сжимал подаренную бывшим коллегой книгу «Маркетинг на 100%. Ремикс». Гуру маркетинга настолько увлекательно рассказал о своем ремесле, что я, инженер по образованию и дважды продавец сотовых телефонов из мелких носочно-лифчиковых ларьков, сразу понял: «Вот оно, мое призвание! Вот, кто я! Отныне я маркетолог!».

Переврав загодя свое совсем ещё юное, желторотое резюме и ответив на сложные вопросы по беглому телефонному опросу, я сходу получил приглашение на групповое интервью.

Да, вот так все просто. Интуитивно угадал правильные ответы. Как смог умными словами разъяснил незнакомые профессиональные определения. Рассказал свое видение по решению пиаровских проблем и задач. И, если так можно выразиться, угадал! Говоря современными терминами, определил инсайты, указал инструментарий лидогенерации, предложил низкозатратные каналы продаж, набросал сам себе KPI's. Тогда этих слов никто особо не знал, а молились все, главным образом, на SWOT, 4P's, ATL и PR.

Что же потом?

В тот непогожий полдень на собеседование я кое-как успел. Лохматый и запыхавшийся, среди дюжины хорошо одетых кандидатов я каким-то лихим конем понравился кому было надо и получил главный приз, её Величество – работу менеджера по маркетингу.

Можно сказать, вытянул счастливый билет в оплачиваемое профпереориентирование. И сразу на практике. Без лекций, контрольных, экзаменов, дипломов и прочего.

Сегодня, вспоминая свой старт, я поражаюсь, как мне удалось утереть нос опытным эрудированным профи, одаренным выпускникам и просто симпатичным девчушкам, которых иметь под боком всяко приятнее, чем задумчивого и беспокойного парня.

Никакого подвоха. Просто повезло!

Как везет многим тем, кто не боится и, рискуя, прет направо до самого конца.

Подводя итог, отработал я тогда менеджером больше года, запустил первое в городе Японское меню, узнав и попробовав на зависть всему среднему классу «Унаги» и «Калифорнию», снял классные рекламные превьюшки для инфо-канала, революционно отказался от баннерных растяжек над дорогами в пользу интернет-продвижения и ещё много чего «пропионеририл».

Главное, все получилось.

Если бы не военком, забравший меня прямо с офисного стула на срочную службу в армию, я бы остался в этом гостинично-ресторанном комплексе до пенсии. Настолько мне все нравилось.

Стукнуло мне на тот момент 26 лет.

Но давайте снова сфокусируемся на маркетинге.

С тех самых пор десять долгих и насыщенных лет пролетели для меня как один миг. Я прочитал примерно 120 книг по маркетингу, психологии и экономике, выписав в блокнот ключевые советы и речевые модули. Посетил лучшие семинары, конференции, профильные выставки, лично пожал руку Игорю Манну, Олегу Тинькову, Евгению Чичваркину, Михаилу Судакову, Александру Маленкову. Так сказать, заразился от них тягой к успеху.

Разрулил несколько вагонов сложнейших задач и проблем. Перебрался в Москву. Поработал в лучших «маркетинговых мастерских» страны – в компаниях Билайн, Комус, Скай-Линк. Разумеется, однажды дорос и до позиции мечты любого нашего брата – Директора по маркетингу.

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.