

Как монетизировать вашего пиарщика?



ТАИРА РЕЗЦОВА

Таира Резцова

**Как монетизировать
вашего пиарщика?**

«Мамгура»

2018

УДК 005
ББК 65.29

Резцова Т.

Как монетизировать вашего пиарщика? / Т. Резцова —
«Мамгура», 2018

ISBN 978-5-4493-1383-6

Пиарщик может приносить вашей компании доход и сокращать расходы. О том, как он может это сделать, в каком направлении, и почему эти инструменты работают, – вы узнаете из этой книги.

УДК 005
ББК 65.29

ISBN 978-5-4493-1383-6

© Резцова Т., 2018
© Мамгура, 2018

Содержание

От автора	5
Конец ознакомительного фрагмента.	6

Таира Резцова

Как монетизировать вашего пиарщика?

От автора

Однажды мне довелось выводить на российский рынок совершенно новый продукт питания.

У предпринимателя было желание заниматься красивым бизнесом и при этом, по-честному, кормить покупателей. Без добавления консервантов и других пищевых добавок, которые влияют на срок годности и вкус.

Такой подход предполагал высокую цену за единицу товара, учитывая натуральные ингредиенты, и короткий срок годности. Это значит, что с момента изготовления одной единицы товара, он должен почти сразу попасть на прилавки магазинов, сокращая при этом сроки транспортировки. Задача, надо сказать, не из легких. Но мы с ней успешно справились.

Здесь передо мной, как пиарщиком, стояли несколько задач: познакомить аудиторию с новым продуктом, а также наладить отношения с магазинами и поставщиками, которые реализуют сырье по хорошим ценам с учетом логистики. Везде, где бы вы ни работали, существует свой закрытый круг участников рынка, который пользуется всеми благами отрасли.

Например, если вы хотите работать с сетевыми магазинами, то будьте готовы к регулярной поставке крупной партии продукции в строго определенный срок. Кроме того, сетевые магазины предпочитают работать с известными марками, и для них они готовы идти на какие-то уступки. Почему? Потому что об этом бренде они уже где-то слышали. И львиную долю в этом процессе занимает работа профессионального пиарщика.

В случае с поставщиками, прослеживается аналогичная ситуация. Если вы хотите закупать хорошее сырье по низким ценам, то будьте готовы к тому, что поставщик выдвинет перед вами жесткие условия по отгрузке. Хорошая цена доступна при закупке большой партии сырья. Новым производителям в этой ситуации достаточно сложно добиться приемлемых условий для себя, так как на начальном этапе компании не нужно большое количество сырья. Во-первых, негде хранить (некоторые виды сырья тоже имеют свои сроки и условия хранения). Во-вторых, на начальном этапе сложно прогнозировать спрос и объем выпускаемой продукции в смену.

Поэтому при общении с поставщиками тоже важен пиарщик, который проделает свою работу таким образом, чтобы вашему менеджеру по закупкам было проще договариваться о всевозможных льготах, отсрочках и снижении стоимости для небольших объемов сырья.

Пиарщик нужен на каждом этапе развития бизнеса. От него тоже зависят ваши деньги, а не только имидж.

В итоге наш продукт питания появился на прилавках магазинов, получил новое адаптированное название. Постепенно наладилось его производство и увеличились обороты.

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.