

Одной рекламой делу не поможешь

Или почему мы ей не верим



Руслан
Галка

Часто приходится слышать фразу: «Ваш маркетинг не работает, мы давали рекламу, она нам не помогла». Так вот, маркетинг не сводится к одной рекламной деятельности.

Маркетинг — это целая философия ведения бизнеса, в основе которой лежит удовлетворение интересов клиента с прибылью для компании. Следуя этому подходу, компания отталкивается от потребностей покупателя, ставит его интересы и удобства во главу угла. Комплексно выстраиваются все бизнес-процессы и стандарты работы. Ключевое слово в предыдущем предложении — «комплексно». Если у вас не отточены бизнес-процессы, продавцы грубят, до офиса не дозвониться, ваш магазин не найти, неизвестно, какой товар есть в наличии, то даже самой великолепной рекламой ситуацию не исправишь. Реклама — это всего лишь малая часть из комплекса маркетинга.

Не так давно нашей организации понадобилась одна услуга, которую в Сургуте оказывает целый ряд телекоммуникационных компаний. Недолго думая, я решил обратиться в самую крупную из них. Возможно, потому, что она продвигает в своих рекламных сообщениях образ мобильной и современной компании, а может быть, из-за того, что она анонсировала подключение к необходимой услуге в

течение суток (хорошая реклама!).

Позвонив в отдел по работе с корпоративными клиентами, я заранее узнал список документов, который требуется для заключения типового договора. Собрав документы, я поехал в клиентский отдел компании с полной уверенностью, что вопрос решится быстро (для тех, кто работает на результат, время дорого стоит).

Обслуживающему меня специалисту я сообщил, что

отдела (расстояние между кабинетами три метра), еще два дня на проверку юридическим отделом предоставленных мною документов, потом были выходные, и спустя ровно неделю меня пригласили подписать договор... «Мобильность» оказанной услуги достойна восхищения.

На самом деле проблема вовсе не в бюрократизме и косности обслуживающего персонала, а в том, что реклама не соответствует действительности. Отде-

...не стоит удивляться низкой эффективности ваших рекламных объявлений, человек уже привык, что это — обман...

все необходимые документы у меня с собой и что я готов подписать договор сразу на месте и оплатить услугу через кассу предприятия. Но менеджер компании охладил мой пыл и заодно разбил все планы на получение услуги в течение суток, несмотря на мои аргументы. Оказывается, сам менеджер не может принять у меня заявление на подключение услуги. Эта значимая функция возложена на канцелярию, расположенную в соседнем кабинете.

В течение двух дней заявление из канцелярии доходит до клиентского

отдела маркетинга поставили задачу заманить клиента обещанием быстрого подключения, и они ее выполнили. А то, что обещание не выполняется, это уже не их проблема. И, к сожалению, реклама, в основе которой обман потенциального покупателя, не такая уж и редкость.

Поэтому не стоит удивляться низкой эффективности ваших рекламных объявлений, человек уже привык, что это — обман.

Честность — лучшая политика. ■

Автор — директор
ООО «Галка Маркетинг»