

ИРОНИЧЕСКИЕ
БИЗНЕС-СКАЗКИ ОТ
МАРКЕТОЛОГА

Ольга Гербер

.....
КУДА
ПРИВОДЯТ
СТАРТАПЫ
.....

16+

Ольга Гербер

Куда приводят стартапы

«ЛитРес: Самиздат»

2020

Гербер О.

Куда приводят стартапы / О. Гербер — «ЛитРес: Самиздат»,
2020

ISBN 978-5-532-04803-4

Бизнес-литература, конечно, штука полезная, но лучше доходит на конкретных примерах, а не через умные книги. Здесь вы можете прочитать несколько историй, самое главное с выводами, которые помогут вам не сделать критических ошибок при запуске бизнеса. Для опытных бизнесменов эта книга поможет с улыбкой вспомнить те времена, когда вы делали первые шаги в собственном деле.

ISBN 978-5-532-04803-4

© Гербер О., 2020
© ЛитРес: Самиздат, 2020

Содержание

Об авторе	5
Про Алену и сайт	6
Мораль:	7
Алешка и день города	8
Мораль:	9
Аленка и инстаграм	10
Мораль:	11
Конец ознакомительного фрагмента.	12

Об авторе

Приветствую вас! Меня зовут Ольга Гербер. Я маркетолог, копирайтер. В настоящее время помогаю в продвижении начинающим работу в сети специалистам; создаю текстовый контент для социальных сетей.

С 2012 года работаю с интернет-проектами. За это время я видела много стартапов, начинающих фрилансеров и предпринимателей, которые пытались продвигать свое дело. Одни справлялись с задачей, другие уходили в минус и начинали заниматься или другим бизнесом, или возвращались к наемной работе.

Со временем, я стала замечать, что фатальные ошибки примерно одинаковы, зато ситуации успеха отличаются тем, что владелец бизнеса или фрилансер относился к продвижению своего дела не на автомате, а с чувством, толком, расстановкой, а именно: работали не только над качеством товара или услуги, но и изучали свою аудиторию.

Так получились эти небольшие сказки-карикатуры. Все персонажи в них вымышлены и являются образами собирательными. Имена главных героев говорят сами за себя: Алена и Алешка. Вы можете их узнать в своих знакомых, соседях или дальних родственниках – это не важно. В каждой истории Аленка и Алешка – это разные люди, которые запускают разные стартапы. Они придуманы чтобы простыми и понятными примерами показать как делать не нужно и на что обращать внимание при продвижении своего дела и продукта.

Почему сказки? У нас так принято. Переводить накопленный опыт в поучительные истории и передавать их из поколения в поколение. Новые времена. Новые сказки про бизнес, продукты и свое место под солнцем. Приятного вам чтения!

Про Алену и сайт

Был у Алены свой маленький "свечной заводик". Варила она мыло, разливала по красивым формочкам и добавляла в него разные ароматные масла. В маленьком городе М. клиентов было мало, да и приходили они только по праздникам. Некоторые просто говорили: "Дорого, в магазине дешевле! Зачем эта ерунда? Красивона апельсин похоже, но съесть нельзя, а любоваться какой смысл? Пользоваться такой красотой жалко".

Послушала она их и решила, что ей нужен сайт. Свой собственный. На сайте будут и наборы ее чудесные, и статьи про мыло полезные, которые она напишет с большой любовью.

Самое главное, в чем она была уверена – клиенты со всей страны ахнут от красоты работ и встанут в очередь цепочкой вдоль Транссиба от Москвы до Владивостока, чтобы получить свое ароматное мыльце.

Погрузилась Аленка в науку сложную про создание сайтов, а потом начала изучение предложений. Она ж без пяти минут бизнесмен, а они над бизнесом работают, а не в нем, значит и на аутсорс отдать можно.

Первое предложение гласило: "Сайт-визитка "под ключ" от 50 000.

Вы получите полностью готовый сайт:

корректное отображение на всех устройствах (ПК, ноутбуки, планшеты, телефоны),

SEO оптимизация,

индивидуальный дизайн,

первичное наполнение контентом,

подключение систем аналитики и автоматизации.

"Что за бред? Зачем мне это все? Дорого".

Скролл колесиком мыши.

"Ваш сайт за 3 дня" 5 000. Быстро, уникально, красиво. Наши профессиональные профессионалы из динамично развивающейся современной команды сделают для вас лучший сайт в мире!

"Хм, кажется я уже это открывала несколько раз. Только так и не поняла, что они мне сделают, телефон не отвечает и написать что-то некуда".

Ой, а что это я сверху пропустила? "Сделай сам свой сайт бесплатно за 30 минут".

Тут у Аленки, как у вороны в басне "от радости в зобу дыханье сперло". Вскочила она и давай прыгать да в ладоши хлопать. Провела всех вымогателей, нашла способ как не платить и сайт себе заиметь. Главное, что быстро!

Щелк-щелк, клац-клац. Вот и готов аккаунт на платформе. Сколько же тут всего! Завиточки, бабочки, и вензеля. Одним словом все, чтобы сделать так, как Аленке нравится, чтобы дорого и богато выглядел. Чтобы понимал всякий, кто на сайт зайдет, что не простушка какая из малюсенького города М. мыловарит, а профессионал своего дела, да со вкусом эстетическим, не хуже, чем у столичных гламурных див.

Неделю Аленка розовые вензеля да виньетки лепила на розовый фон сайта и бабочек расставляла между фото. Так уж ей все нравилось, как вышло. Правда, чуть дольше, чем за 30 минут, но сколько душевных сил вложено!

Разобралась, как это все на домен оформить. Написала в социальных сетях про свой сайт. Регулярно красным текстом на розовом фоне статьи полезные писала. Только заказов так и не было. Плюнула она на это дело и решила, что брехня это все про сайты, надо мульены в трафик вкладывать, чтобы продажи были. И решила завести инстаграм.

Мораль:

На самом деле нет особой морали, случаи бывают разные. Волшебную таблетку еще не придумали. Многим для старта продаж, действительно, хватает сайта, который создан на конструкторе.

Только при самостоятельном создании важно учитывать внешний вид сайта и внимательно проверять работу всех ссылок и кнопок. Есть всего несколько секунд, за которые человек принимает решение: изучить ресурс подробнее или закрыть страницу и забыть. Поэтому очень важно, правильное оформление сайта: шрифты, картинки, блоки, фон.

Самое главное: внешний вид (общая картинка) – это не то, что нравится владельцу сайта, это то, что необходимо целевой аудитории.

Что делать, если вы собрали сайт, но не понимаете нравится ли он аудитории? Не поленитесь, разберитесь что такое Яндекс.метрика и установите ее на сайт. Обязательно ставить галку в строке вебвизор. Так сможете посмотреть, что люди делают на странице, в какой момент закрывают ее.

Алешка и день города

Открыл Алешка свой маленький бизнес "Ремонт квартир и офисов". Знал Алешка, что рекламу давать надо, но каналов много, пока разберешься в какой вложиться – работники разбегутся по другим объектам. Быстро надо.

Тут он вспомнил, что скоро день города. Заказал себе наклейку с надписью: "Сделаем ремонт любой сложности". Напечатал листовки со списком услуг и контактами. Даже промокод придумал специальный. При заказе скажи: "День города" и получи скидку.

Наступил день ИКС. Отправился Алешка на праздник. Сколько тут людей! Наверняка есть те, кому нужны его услуги! Вот золотая жила!

Только никто листовки не брал. У одних руки заняты бургером и колой, другие ребенка несут спящего, третьи знакомого в толпе ищут. Устал Алеша. Плюнул и отправился перекусить.

Киоск с шаурмой находился рядом с магазином строительных материалов.

Сначала он даже не понял, что происходит. Выходящие пристально смотрели на него, замедляли шаг и словно что-то хотели, но смущались. Мгновение и Алешка встретился взглядом с парнем, который "сверлил" его взглядом. Смушенная улыбка. Парень шагнул навстречу нашему герою.

– Простите что отвлекаю. Не могли бы вы дать нам свои контакты? Заезжаем в новую квартиру, пока выбираем цвет обоев в детскую, но скоро хотим начать ремонт и ищем мастеров.

– Да, – удивленно сказал Алешка. Он не понимал, что происходит, потому что за молодой парой выглядывал мужчина средних лет и бормотал: "А офисы, есть ремонт офисов?"

Потом подошел кто-то еще и еще...

Все листовки разобрали за полчаса. Из магазина несколько раз выходил охранник и сверлил взглядом, мол, "ты на границе чужой территории, по лезвию ходишь, парень".

На следующее утро телефон дымился от звонков, на неделю вперед был составлен план замеров.

Только что интересного было на праздновании дня города Алешка не помнил.

Мораль:

Если у вас ходовой товар или услуга и вы считаете, что она нужна всем – пересчитайте. Алешку спасла случайность. Он решил поесть возле магазина стройматериалов. Именно там, где бывают его потенциальные клиенты.

Возможно, они были и на празднике, только их интересовало совсем другое.

Поэтому, откажитесь от мысли:

“Мое предложение нужно всем”.

Есть золотое правило:

Продавать всем – путь в никуда.

Аленка и инстаграм

Современные технологии были для Алены отдельным миром. Очень уж ей нравился инстаграм. Все эти красивые девы с полуголыми телами и округлыми упругими частями тел, довольные мамочки с несчетным количеством детей и Бузова.

Особенно ей нравился тот спортивный мальчик. Все тренировки и баночки свои выкладывал с питанием. В один погожий денек Аленка поставила сваренное мыло остывать и заглянула на страничку к мальчику. Подпись к фото заставила ее затрепетать:

“Друзья, нас с вами уже 5000. Поэтому я объявляю акцию: первые 3 человека по очень вкусной цене могут разместить у меня рекламу! Через час пост удалю”.

Аленка не поверила своим глазам, она много раз слышала, что инстаграм-блогеры продают все подчистую своим клиентам. Ей было страшно: "Написать парню первой? Вдруг он сотнями тысяч просит”.

Потом решила, что за спрос не убудет и написала. Обсуждения заняли немного времени. Пост – 1500 рублей, несколько часов в топе.

Вроде все логично и без подвоха. Отправила она деньги и фото. В назначенное время вышел пост. Только лайков под ним совсем не было. Комментарии только негативные:

“Это что за фигня?”

“Эй, бро, ты спортпит поменял?”

“Что за ванилька бугагашеньки?”

“На что ты штангу поменял?”

После нескольких часов пост был удален по просьбе Аленки. Решила она, что сказочки это все. В инстаграме только злые и жадные людишки, а она накрутит себе подписчиков. Только это будет уже в следующей истории.

Мораль:

Канал для размещения был выбран по принципу; "Я знаю, что блогеры продают и меня устраивает цена размещения, вроде нормальный парень".

На самом деле есть предложения о размещении и за меньшие деньги, но в аккаунте настолько неживая аудитория, что результата не будет. Первое правило размещения рекламных постов у блогеров: размещайтесь только там, где ваша целевая аудитория.

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.