

**Як потрапити  
на зустріч,  
а не в спам**

# Моя історія



Кандидат економічних наук



Бренд –менеджер програми підтримки бізнесу «Будуй своє»



Директор з продажів в ІТ компанії «Axelerate Sourcing»



Віце-президент з маркетингу НК «Верес»



Комерційний директор сайту чесних новин «VSE»

# Скільки разів я попадала у спам?



Smart Parties

30 дзвінків  
10 зустрічей  
7 гарячих  
5 контрактів  
Конверсія  
продажів 16%  
Спам – 20\30

ВСЕ  
сайт чесних новин

10 дзвінків  
7 зустрічей  
5 гарячих  
3 контракти  
Конверсія  
продажів 30%  
Спам – 3\10



100 дзвінків  
70 зустрічей  
60 зацікавлених  
55 контрактів  
Конверсія:  
продажів 55%  
Спам – 30\100



100 дзвінків  
30 зустрічей  
10 зацікавлених  
3 контракти  
Конверсія  
продажів 3%  
Спам – 70\100

Якщо зі 100 разів тобі 97 відмовляють – все гаразд, ти на своєму місці



100 дзвінків  
7 зустрічей  
3 гарячих  
1 контракт  
Конверсія  
продажів 1%  
Спам 93\100



100 листів  
0 зустрічей  
2 зацікавлених  
1 контракт  
Конверсія  
продажів 1%  
Спам – 98\100



100 листів  
0 зустрічей  
15 зацікавлених  
10 контракт  
Конверсія  
продажів 10%  
Спам 90\100



100 листів  
3 зустрічі  
2 зацікавлених  
0 контрактів  
Конверсія  
продажів 0%  
Спам – 99\100

# Карта залучення Партнерів/Спонсорів

Етап	Ціль	Що робимо	Золоте правило
Знайомство. Збір контактів.	Розпочати комунікацію	Посміхаємось	Не продаємо!
Холодний контакт: <ul style="list-style-type: none"><li>• Лист</li><li>• Дзвінок</li><li>• Перша зустріч</li><li>• Підсумок зустрічі</li></ul>	Почати переговори, Зробити контакт теплим		Не продаємо!
Переговори	Виявлення раціональних і емоційних мотивів	Презентація -робота із запереченнями – презентація	70% часу слухаємо!
Продаж	Підписання контракту	Підпис документів, прес-конференція, запуск меседжів	WOW-настрій у клієнта
Партнерство та повторний продаж	Лояльність	Підтримка	Робимо більше, ніж обіцяли

✗ Не робіть як я! Приклад 1.

Як внести свій номер телефону в список  
«спам»?



# Чому це важливо?

Нові правила комунікаційного етикету



# ✓ Пишіть листи



Їх цінність не в тому, що Вам зателефонують.

Їх цінність у тому що Ви отримаєте причину зателефонувати самому і тему для розмови!

✘ Не робіть як я! Приклад 2.

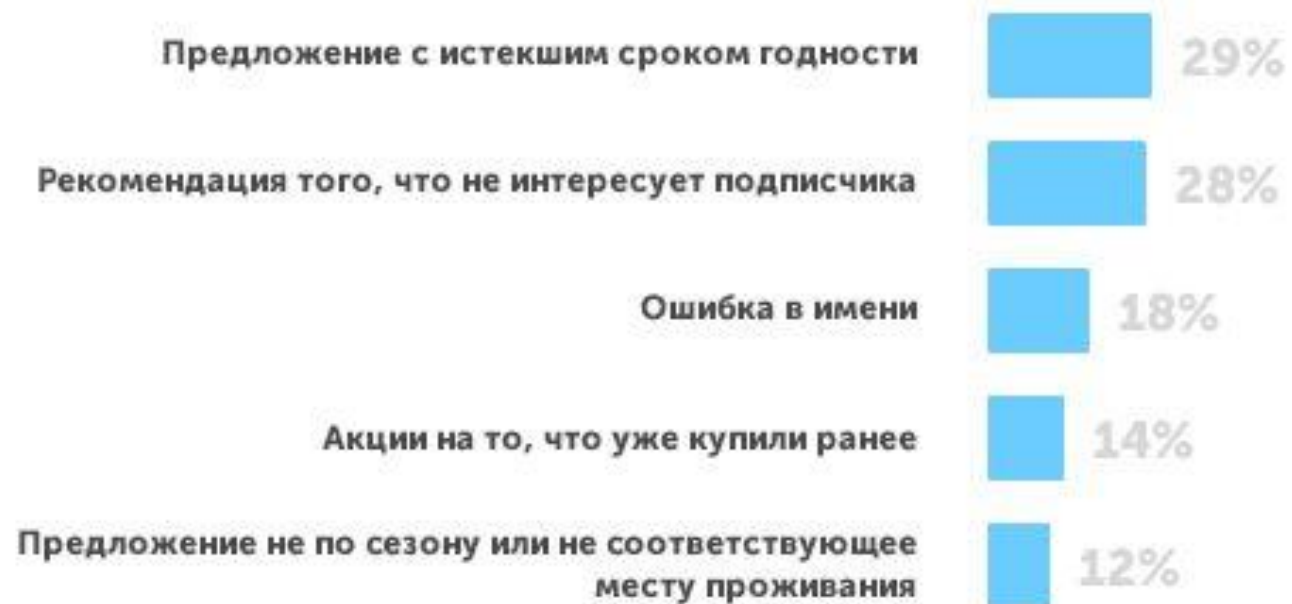
Добрий день, Юля!





# Чому це важливо?

## Что указывает на то, что письмо компании не персонализировано



К-сть опитаних: 3028

Вік: 25- 64 роки

Географія: Європа, Близький Схід, Африка



# Приборкати Юлю і її корпоративний поштовий клієнт

## Ім'я відправника:

+ namesurname@companyname.com

- info@, bomberman@, valysha@

## Тема листа

- співпраця

+ до 50 символів

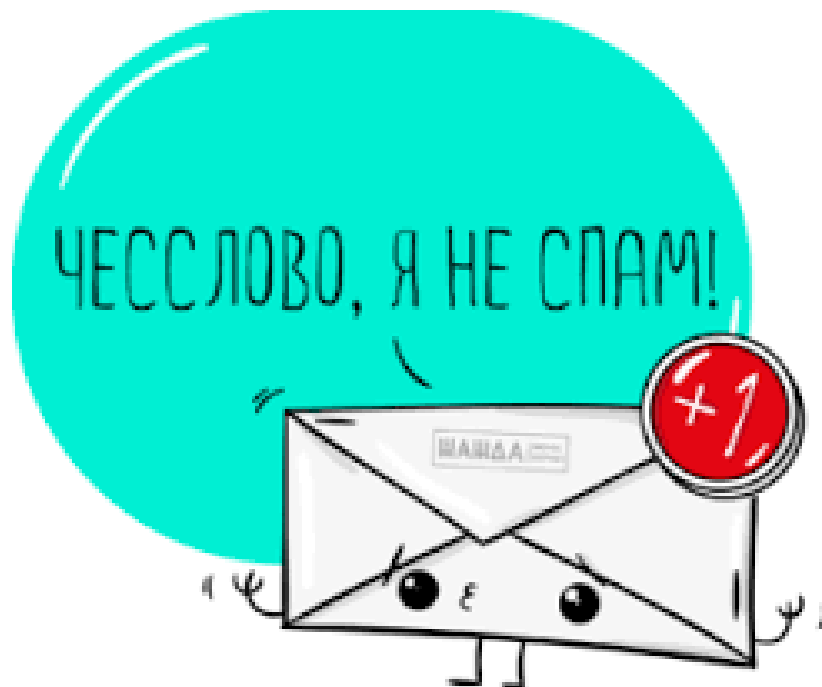
## Додатки

+ пропозиція з описом

- .exe, посилання до завантаження, важкі файли

## Вимкніть КАПСЛОК

Орфографія або як часто Ви листуєтесь з Юлями?



# ✓ Персоналізація

Кому я пишу?

Яку цінність пропоную?

Коли я пишу?

Як він буде це читати?

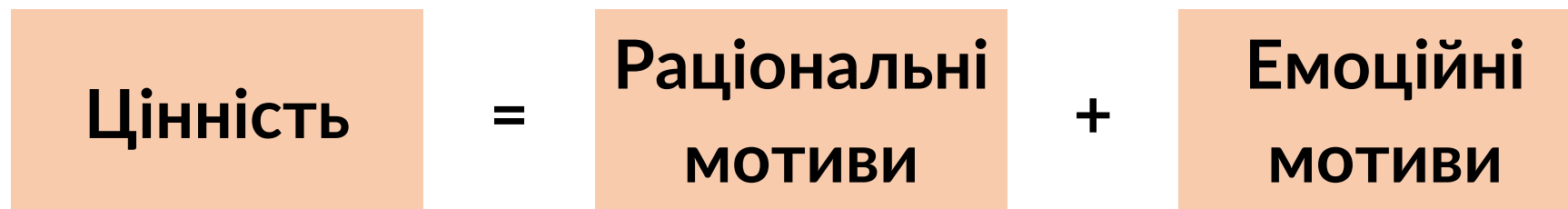


Щоб зробити пропозицію цікавою для Спонсора або Партнера  
потрібно:



## Створити цінність

Цінність є завжди суб'єктивною та визначається виключно  
особисто



Іміджеві прояви  
Економія  
Продуктивність  
Надійність

Соціальна відповідальність  
Статус  
Приналежність  
Заздрість/Лінь

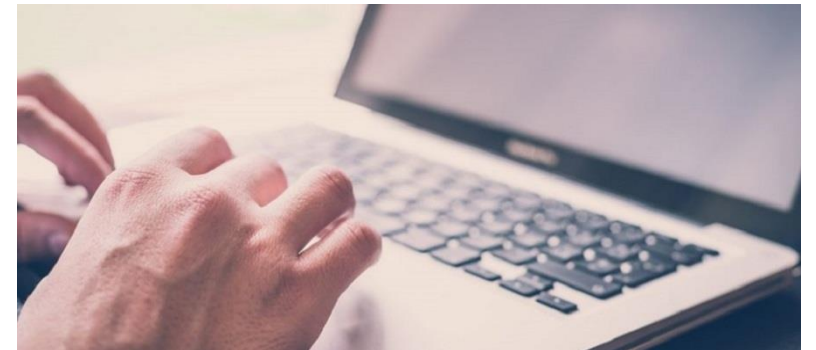
# Чи перевіряєте Ви робочу електронку поза роботою?

Advanis, 2017 рік

	Загалом	18-24	25-34	35+	Чоловіки	Жінки
Ніколи	25% ↑	18%	24%	27%	19%	31%
Кожні пару годин	40%	48%	38%	40%	44%	36%
Кожну годину	13%	17%	18%	11%	14%	12%
Декілька разів за годину	12% ↓	10%	10%	12%	12%	11%
Постійно	10%	8%	10%	10%	11%	9%

ніколи не перевіряють пошту  
у відпустці:

**41 %**



К-сть опитаних: 3028

Вік: 25- 64 роки

Географія: Європа, Близький Схід, Африка

✘ Не робіть як я! Приклад 3

Красуні поні, час і увага!



Gmail ▾

НАПИСАТИ

Вхідні (877)

Із зірочкою

Надіслані

Чернетки (5)

LED12

Більше ▾

Співпра



Анна  
кому

Добр  
У вк

3 по

**ВСЕ**  
САЙТ ЧЕСНИХ НОВИН

**Комерційна пропозиція  
сайту чесних новин «ВСЕ»**



Пропонуємо інформаційну підтримку Ваших пропозицій на сайті чесних новин «ВСЕ».

Для збільшенні кількості Ваших Клієнтів пропонуємо:

1. Розміщення динамічного клікабельного банеру
2. Публікація серії комерційний статей

1. Розміщення банеру на сайті чесних новин «ВСЕ»

Пропонуємо Вам розмістити банер на місяць. Оскільки банер є динамічним (включає декілька слайдів), то є можливість розміщення ряду інформації.

Пропонуємо розмістити наступну інформацію:

## Партнер сьогодні. Партнер назавжди.

Пропонуємо інформаційну підтримку Ваших пропозицій на сайті чесних новин «ВСЕ».

Для збільшенні кількості Ваших Клієнтів пропонуємо:

1. Розміщення динамічного клікабельного банеру
2. Публікація серії комерційних статей

### 1. Розміщення банеру на сайті чесних новин «ВСЕ»

Пропонуємо Вам розмістити банер на місяць. Оскільки банер є динамічним (включає декілька слайдів), то є можливість розміщення ряду інформації.

Пропонуємо розмістити наступну інформацію:

- Красуні поні чекають на своїх хазяйок
- Улюблені іграшки за найкращою ціною
- Дивись тут

Або:

- Необхідні товари для мам
- Дитячі іграшки
- Все за доступними цінами

Будь-який банер включатиме можливість переходу на Ваш ресурс [http://](http://www.universalbank.com.ua/)

[www.universalbank.com.ua/](http://www.universalbank.com.ua/).



# Щоб зробити пропозицію цікавою для Спонсора або Партнера потрібні:

- ✓ Коротке досьє
- ✓ Лаконічність і цифри
- ✓ Чесність (Google знає все)



# Щоб зробити пропозицію цікавою для Спонсора або Партнера потрібні:



## Простота подачі

Можливість	Опис	К-сть	Вартість за один матч, грн	Вартість за всі матчі, грн
<b>Реклама під час домашнього матчу на стадіоні «Авангаод»</b>				
Біл-борд на стадіоні	3х6 м, зовні стадіону	1 шт	2 000	20 000
Банерна конструкція на стадіоні	Конструкція 6х0,9 м, на якій розміщується 2 банери; розташовується на біговій доріжці під час матчу; гарно прослідковується в трансляції та на фото	1 шт	5 000	40 000
Програмка	Логотип у розділі «Партнери та Спонсори»	500 шт на кожен матч	2 000	15 000
	Окрема сторінка для розміщення рекламного макету		4 000	30 000
Квитки	Лого на квитку	500 шт на кожен матч	3 000	30 000
Афіші	Логотип на афіші	1 000 шт на кожен матч	3 000	30 000
Оголошення подяки ведучим	На початку та під час перерви ведучий оголошує інформацію обсягом до 30 слів	2 рази під час матчу	1 000	8 000
Розіграш подарунків	Ведучий розіграє Ваші призи на конкурсах серед вболівальників під час перерви	1 раз під час матчу	3 000 грн + подарунки	20 000 грн + подарунки
Банер 6х6 м замість сітки над поломаними трибунами		Постійно	-	500 000
Торгівля в середині стадіону		1 торгова точка	5 000	50 000
Торгівля зовні стадіону		1 торгова точка	500	5 000



## Деталі



## Візуалізація





# Робіть як я! Приклад 1.



## БК «Волиньбаскет», Луцьк

Магазин побутової техніки «Лазейка» дбає про своїх Клієнтів - пропонує лише якісні сертифіковані товари та надає безкоштовні консультації по встановленню. Гнучка система замовлення, індивідуальний підхід до кожного Клієнта та широкий асортимент забезпечують Вам бездоганну репутацію.

Ми пропонуємо Партнерство, в рамках якого допоможемо популяризувати Ваш інтернет – магазин «Лазейка» та привернути до нього увагу ще більшої кількості людей!

Ми готові максимально викладатись для досягнення нових висот задля спільних перемог! У період з 8.02.17 по 17.03.17 відбудеться 3 домашніх та 4 виїзних ігор. Пропонуємо Вашій увазі орієнтовний маркетинговий план співпраці під час даного періоду.

### «Спонсор матчу»



Персоналізація



Виявлена потреба



Створення цінності

## ПРОПОЗИЦІЯ ПРО СПІВПРАЦЮ

В сезоні 2016/2017 рр БК «Волиньбаскет» єдиний представник з західної України бере участь у Суперлізі Чемпіонату України з баскетболу (fbu.ua). Буде проведено 38 матчів: 30 в Чемпіонаті, 8 у Кубку (19 вдома, 19 на виїзді). Свої домашні матчі команда проводить в спорткомплексі ОДЮСШ (Луцьк, вул. Шевченка, 3), кількість місць 500.

Минулого сезону унікальна подія – участь волинської команди «Волиньбаскет» у Суперлізі була широко висвітлена ЗМІ. Ігри за участю нашої команди транслювалися у прямому ефірі на місцевих та загально-національних каналах:

- «Перший національний» - 2 гри;
- «Спорт-1» - 7 ігор;
- «Телевсвіт» - 5 ігор;
- «Соціальна країна» - 2 гри
- «Моствідео» - 2 гри
- прямий канал «YouTube» - 35 ігор



Стандартизація



Відсутність візуалізації



Наші забаганки



# Робіть як я! Приклад 2.

1-50 з приблизно 93

Вхідні Пропозиція до співпраці - у спільній співпраці. Буду рада зустрічі і знайомству. З повагою, Анна F 03.04.17

Пропозиція до співпраці Фокстрот і ПФЛ - хочемо запропонувати співпрацю у якісно новому форматі. У в 29.03.17

Вхідні Пропозиція до співпраці Samsung і ПФЛ - Пропозиція до співпраці Samsung і ПФЛ >>>>>> 29.03.17

Вхідні Пропозиція до співпраці New Balance

Вхідні Пропозиція до співпраці Укртелеком і

Пропозиція до співпраці Henkel і ПФЛ - хочемо

Пропозиція до співпраці Золотой Век і ПФЛ - х

Пропозиція до співпраці Фокстрот і ПФЛ - хоче

Пропозиція до співпраці Rozetka і ПФЛ - хочен

Вхідні Пропозиція до співпраці Samsung і ПФ

Вхідні Пропозиція до співпраці\_Coca Cola і і

Пропозиція до співпраці - що наша співпраця

Пропозиція до співпраці\_Danone і і ПФЛ - що

Пропозиція до співпраці від ПФЛ - Доброго дн

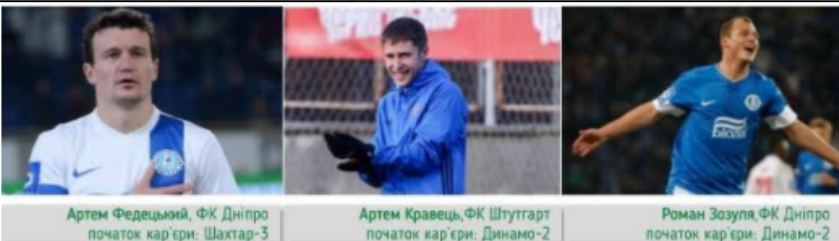
Пропозиція до співпраці від професійної футб

Вхідні Обговорення пропозицій, щодо співп

Вхідні Пропозиція до співпраці - Доброго дня, Микола! Звертаюсь до Вас від імені Професійної футбол 21.03.17

Вхідні Пропозиція до співпраці від ПФЛ - Доброго дня, Петро Йосипович! Ми з Вами зустрічались на мі 21.03.17

Пропозиція до співпраці - Доброго дня, Олександр! Звертаюсь до Вас від імені Професійної футболної 20.03.17



Артем Федецький, ФК Дніпро  
початок кар'єри: Шахтар-3

Артем Кравець, ФК Штутгарт  
початок кар'єри: Динамо-2

Роман Зозуля, ФК Дніпро  
початок кар'єри: Динамо-2

**Компанія "АТБ"** - одна з найбільших Всеукраїнських мереж. Ви постійно розвиваєтесь, впроваджуєте нові системи та показуєте приклад високої корпоративної культури. Вболівальник, який слідує за злетами і падіннями футбольних команд, є Вашим цільовим Клієнтом. За іграми спостерігають чоловіки різних вікових груп та категорій, діти і часто навіть жінки. Ми вважаємо що маємо можливості для ефективного просування Вашого бренду по всій Україні.

У вкладеннях наша презентація з коротким описом можливостей і пропозицій. Я би хотіла сформувати для Вас ексклюзивний пакет, який би максимально якісно закривав би Ваші маркетингові потреби. Для цього мені потрібна можливість короткого контакту з Вами або Вашим представником, щоб зрозуміти Ваші маркетингові завдання.

Чи можу я домовитись про коротеньку зустріч або ж дзвінок?

Буду вдячна, якщо Ви дасте мені шанс сформувати для Вас персональну пропозицію.

З повагою, [Анна Радько](#).

# In conclusions

Як потрапити в спам	Як потрапити на зустріч
Я - підхід	Забути про я, писати про Ви
Стандартизація	Персоналізація
«Много букаф»	Візуалізація і лаконічність
«Заокруглити» дані	Чесність
Епітети, gif-ки та архіви	Простота подачі
А хіба Ганна і Анна це різні імена?	Орфографія і граматики



Дякую за увагу!



<https://www.facebook.com/Anuta.Radko>



[Anna.radko.veres@gmail.com](mailto:Anna.radko.veres@gmail.com)