

Dan Kennedy – 10 Million Dollar Marketing Secrets

Только для Platinum Diamond

<http://perevodguru.blogspot.com/2011/04/platinum-diamond.html>

Билл. Доброе утро. Вы здесь провели уже несколько бессонных ночей? Да, да, обычная реакция на живых семинарах, которой мы очень гордимся. Все, что вы здесь получаете, доставляет вам дискомфорт, и я этим очень доволен, потому что это дает вам возможность подумать о своем бизнесе и искать те вещи, которые можно внедрить прямо сейчас.

И самое удивительное здесь - после того, как мы проводим семинары таких типов - это обратная связь. "Билл, внедрение всего одной идеи, которую я узнал, принесло на мой банковский аккаунт дополнительные \$600,000." Это удивительно. И кто здесь хотел бы узнать маркетинговые секреты на 10 миллионов долларов, которые могут мгновенно трансформировать любой бизнес или карьеру?

Господин Кеннеди продолжает меня удивлять. Каждый раз, когда он проводил одно из таких выступлений, я сижу за кулисами, приклеенный к кресту, пытаюсь услышать каждое слово и затем возвращаюсь к этому и прослушиваю снова и снова. Я также напоминаю вам - если вы еще не смогли получить CD всех 1,5 дня - думаю, вы можете взять их всего за \$97. Итак, если вы еще не заполнили эту форму, сделайте это.

Итак, скоро вы услышите маркетинговые секреты на 10 миллионов долларов. Итак, Ден Кеннеди!

Ден. Доброе утро. CNN сообщила об этой реальной истории, несколько лет назад. С тех пор несколько человек мне сказали, что эта история не настоящая. Но так как я обожаю эту историю, то продолжаю утверждать, что она истинная. И, в конце концов, если CNN об этом рассказывает, разве это не правда?

Итак, однажды утром это было на CNN. Я забыл, в каком городе я находился. И, как спикер, я нашел эту историю увлекательной. В Европе все еще есть классическая цирковая арена, состоящая из трех колец, и на всех них есть кое-что общее. Главное действие проводится в среднем кольце. Есть еще действие здесь, в стороне. И есть еще действие здесь, в этой стороне. Итак, знаете, акробат может находиться в центральном кольце, и одновременно с этим в этом кольце находится лев, а в этом кольце - клоун.

Итак, в Европе находился Карлик Франц, цирковой артист, и вообще вся его семья выступала в цирке. Он родился и вырос в цирке и был цирковым артистом в течение 30 лет и он выступал на батуте и трапеции. И так как он был очень маленьким и компактным, малышом, то мог подниматься на батут и взлетать в воздух и ловить трапецию и крутиться на ней и падать на батут и подпрыгивать в воздух еще выше. Итак, он выступал именно таким образом.

Итак, он находился на боковом кольце. В центральном кольце происходило что-то еще, а другом боковом кольце находился гиппопотам,

который играл с велосипедом и т.д. Итак, Франц находится здесь и делает то же самое, чем занимался в течение 20 лет - работал на батуте. И наступает время, когда вы думаете - "О, я этот делал уже очень много раз и мне ошибиться просто невозможно"... итак, он занимался своим делом и взлетал все выше, выше и выше и тут он вдруг промахивается мимо середины батута, взлетает вбок, на другую арену и падает прямо в открытый рот гиппопотама.

Итак, гиппопотаму обычно в качестве награды дают рыбку. Итак, гиппопотам встает на ящик, открывает рот и тренер бросает ему большую рыбу и он полностью ее проглатывает. Что ж, Франц влетел в гиппопотама со скоростью примерно 35 миль в час и гиппопотам подумал, что это одна большая рыба и полностью его проглотил. Итак, Франц прямо с батута приземлился на гиппопотама и залетел в его глотку.

Циркачи, конечно, срочно забежали на арену, схватили гиппопотама и срочно перенесли его за кулисы сцены, к ветеринару, но слишком поздно. Итак, Франц погиб в глотке гиппопотама.

Итак, мне в голову немедленно пришли две вещи, которые со мной лично никогда не произойдут. Вот как я думаю. Первое. Каждый раз, когда вы думаете, что у вас наступила черная полоса в том, чем вы занимаетесь, я имею в виду, что этот парень занимался этим в течение 25 лет. Зная сейчас о том, что он уже не может ошибаться, этот парень был съеден гиппопотамом. Итак, я имею в виду, что независимо от того, что вы делаете в своем офисе или при продающих звонках, это совершенно ничто по сравнению с тем, что произошло с этим парнем. Я имею в виду, даже если вы звоните родственникам.

Смех в зале.

Я имею в виду, на что похожи эти звонки? Второе, что пришло мне в голову как работнику - человеку, который выступает на семинарах - это огромная проблема, которая связана с вашей рекламой - "народной молвой", потому что смотрите, аудитория думает, что они только что увидели самое интересное путешествие в цирковой истории. Это невероятно. Парень пролетел по воздуху, залетел в пасть гиппопотама и исчез! Это даже лучше, чем ситуация с двумя парнями и львом в Лас Вегасе. Это настоящее волшебство.

Итак, сейчас они возвращаются домой, говоря друг другу: вы должны посетить этот цирк перед тем, как уедете в город, именно благодаря этой вещи: карлик, гиппопотам, его исчезновение. Это невероятно. Итак, знаете? Вы пробовали находить по одному карлику в день?

Смех в зале.

Я имею в виду, как именно вы работаете с этой проблемой маркетинга / PR? Вот как я отреагировал на историю CNN, В этом, кстати, нет совершенно ничего из того, что происходит сегодня утром на этом семинаре. Я просто подумал, что это могло бы вас расслабить.

Итак, в этом на самом деле есть кое-что, что относится и к тому, что произойдет сегодня. Вы все, наверное, знаете эту историю, но это был только стартовый пункт от... я говорил об этом топт вчера, история, которая произошла одним темным и грозным вечером в 1917 году, конкретную дату я уже не помню, с юным писателем Наполеоном Хиллом, он брал интервью у Эндрю Карнеги, наверное, первым миллиардером Америки. На эту тему все еще спорят, но он точно был одним из первых миллиардеров Америки и Хилл понравился Карнеги и, в общем, он вручил Хиллу проект, о котором думал уже в течение некоторого времени. Карнеги подумал, что на самом деле есть набор принципов богатства и успеха, которые можно собрать, изучить, преподавать и кто-то должен будет их собрать.

Итак, в общем, Карнеги сказал Хиллу: "Я могу открыть тебе любую дверь. Я могу позвонить любому человеку. Я могу помочь тебе увидеться с каждым, кто достиг в нашем обществе больших успехов, если ты выделишь время на то, чтобы провести с каждым из них интервью и понять, что в них есть общего. То, в чем они все похожи, а не то, что их отличает друг от друга, и объединить все это в энциклопедии - тогда я заключу с тобой контракт.

И в этой истории есть намного больше, но благодаря этому была создана работа Наполеона Хилла, энциклопедия под названием "Законы успеха", а затем и книга "Думай и богатей", которая на самом деле является сжатой версией Законов Успеха. Итак, Хилл провел 20 лет, проводя время и беря интервью у Генри Форда, Томаса Эдисона, Хайти Файерстоуна и так далее.

И рамки, которые дал ему Карнеги оказались очень важными рамками, и я вчера об этом упоминал, и это разница между всеми этими людьми. Разница между Сэмом Уолтоном и Дональдом Трампом, разница, которая совершенно не имеет значения, несмотря на то, что она огромна. Единственное, что имеет значение - это всего несколько вещей, в которых они все одинаковы или по крайней мере похожи - всего несколько вещей, в которых они идентичны или похожи. Итак, Хилл провел 20 лет в поиске этих вещей и, в конечном счете, собрал 17 таких вещей и, я уверен, вы их все знаете.

Такой же подход снова и снова использовался в течение многих лет . Оригинальная книга Тома Петера "Поиск Совершенства" - это, в сущности, "Думай и богатей" про компании. Что есть общего у великих компаний? Это оказалось немного сложнее, так что на сегодня, если взять "В поиске совершенства", к сожалению, уже не существует примерно 5 совершенных

компаний, и так, они были совершенными лишь в течение короткого времени, что является другой темой для разговора. Но все же при этом использовался такой же процесс.

Работа Жене Ландрума, с которой большинство людей незнакомо, но если вы еще с ней не знакомы, то должны изучить ее на GeneLandrum.com. Работа Жене о психологии поведения высокоуспешных предпринимателей имеет такой же подход. Он собрал множество таких людей, изучил их "под микроскопом", взял у них интервью, говорил с их матерями и сестрами и людьми, с которыми они работали и попытался разобраться, какие 5 вещей или 7 вещей или 12 вещей или 14 вещей есть у всех них.

Такой же подход использовал и я, но в отличие от всего того, что я только что вам описал, это фундаментальное, академическое исследование через отдельные примеры и интервью и наблюдения - только мы еще сделали выводы. Моя работа, в которую я был погружен в течение 25 лет, работая с людьми, которые, по большей части, представляют собой первое поколение богатых людей (имеется в виду, что они не получали деньги в наследство, а сами их заработали). Они не начинали с кучей денег. Во многих случаях они начинали с небольшими деньгами или вообще без денег или даже с отрицательным балансом и заработали свои деньги благодаря предпринимательским, маркетинговым, продажным действиям.

И в течение 20 лет работы среди моих частных клиентов, на данный момент, примерно 250-270 человек подходят под это описание. Итак, это первое поколение. Они начинали с нуля. Они запускали определенный бизнес и проходили основы - с нуля до больше миллиона долларов в год и мультимиллионный доход в год - благодаря своим предпринимательским действиям. И вместо того, чтобы просто взять у них интервью после того, как это произошло, я работал с ними начиная со дня, когда они стартовали с нуля и заканчивая днем, когда они уже стали высокоуспешными людьми, работая с ними, давая консультации в течение 20 лет. Два человека, например, запустили компанию, которая принесла 10 миллионов долларов в первый год, а в прошлом году принесла 1,6 миллиардов долларов.

Другая общая черта - многие мои люди делают это очень быстро. Итак, это очень характерно для людей, с которыми я работал и которые поднимались с нуля до миллиона долларов за 12 месяцев - а не за 12 лет. Итак, тот же самый процесс наблюдения, но наблюдения изнутри за тем, как они проходили этот путь, а не снаружи, уже после того как это произошло. И, кстати, когда вы берете интервью уже после того, как они добились успеха, иногда они не могут все вспомнить или просто не хотят рассказывать настоящую историю того, как именно они добились того, что у них есть сейчас. Это называется "ревизионистская история", - мы предпочитаем менять историю, чтобы выглядеть лучше или более интересно или более значимо или более желанно.

Итак, если вы хотите получить мои исследования, которые привели к созданию Renegade Millionaire System, в которой содержатся достижения людей размером в 500 миллионов, 600 миллионов долларов, которые включены в мою Renegade Millionaire System и собирались нами "в окопах", рука об руку с этими людьми, разбираясь со всеми их вещами и применяя их. Многие из этих клиентов, кстати, постоянно работают со мной в течение 10, 12, 15 лет, и, таким образом, мы были вместе с ними с самого начала и до сегодняшнего момента. Я не хочу дискредитировать Хилла или других людей. Я просто хочу подчеркнуть, что это совершенно другая работа.

Итак, общие черты, и мы собирались поговорить сегодня только о том, что связано с маркетингом, общие черты тех, кого я называю "Renegade Millionaire" (Нестандартные Миллионеры). Они имеют множество отличий, но в них есть и кое-что общее, и есть категории общих черт, о которых я многое рассказываю в системе. Итак, например, у них всех имеется специфическая философия. Их точка зрения сильно отличается от точки зрения масс, от большинства людей. Мы не будем говорить обо всем этом сегодня.

Следующее, о чем мы поговорим - это как они игнорируют правила отрасли, общий подход к маркетингу, и снова, все это очень, очень сильно отличается от того, что делает в своем бизнесе почти каждый другой человек. Как они превращают обычный бизнес в экстраординарный и как меняют способ ведения бизнеса в своей категории.

Итак, мы поговорим о 10 крупных маркетинговых прорывах, которые вы можете смоделировать у них и использовать в своем бизнесе и получить от этого конкретные результаты.

Итак, первое - это то, что они превращают обычный бизнес в экстраординарный. Итак, что это означает? Это означает, что большинство людей занимаются бизнесом и даже приходят на такие семинары, как наш, стремясь к поэтапным улучшениям, как я уже говорил в примере с кафе. Как мы можем привлекать больше клиентов в кафе? Как мы можем более эффективно конкурировать с другими кафе? Можем ли мы передвинуть свои цены на десятку? Как мы можем заставить людей покупать два пончика вместо одного? Они подходят к этому с точки зрения поэтапного улучшения.

Народ, с которым работаю я, подходит к этому с совершенно другой точки зрения. Как мы можем взять этот обычный бизнес и сделать из него что-то полностью иное? Хотя он все еще будет продавать кофе, но он станет беспредельно более прибыльным, будет иметь уникальное конкурентное положение и так далее. Изменение всего бизнеса. Кстати, самая общая вещь, и некоторые люди, у которых есть такой опыт, самая общая вещь, которую я слышал на индивидуальных консультациях с клиентами заключается в том, что я должен приезжать сюда в 8:00 утра думая, что работаю в бизнесе "А", и

уезжать отсюда в 16:00 из бизнеса В-С-D-E-X-Y и Z. И претензия, которая предъявлялась вместе с этим, была следующей: Дей, вы придумали для меня много работы, и это, похоже, мой самый лучший навык.

Итак, если вы подходите к своему бизнесу с вопросом "Как я могу сделать его лучше, как я могу сделать его более прибыльным, как я могу поднять продажи, как я могу сделать его больше?", думаю, вы задаете себе неправильные вопросы. Потому что эти вопросы сами по себе имеют ограничения. Эти вопросы сами по себе содержат настрой на пошаговое совершенствование.

У меня сейчас есть клиент, это очень крупная компания, а также это еще и очень дисфункциональная компания. Более того, я даже скажу, что это глупая компания. И крупные компании стремятся становятся все больше и больше и глупее и глупее, пока они не станут похожи на огромных динозавров, которые не могут больше проходить сквозь лес, не наталкиваясь головой на каждое дерево, они очень медленные и тяжелые. И отчасти они оказались именно в такой ситуации, то они в начале наших взаимоотношений сказали мне: "Мы работаем на 30% лучше, чем наш самый близкий конкурент в отрасли". И я ответил "Да", Но они слишком дисфункциональны.

Я имею в виду, что это напоминает хвастовство, когда карлики спорят между собой, кто из них самый высокий в мире.

Смех в зале.

Вы все равно находитесь в таком положении, что если хотите попасть на пятый этаж, то должны дождаться, пока какой-нибудь человек не нажмет на кнопку в лифте.

Итак, вы не должны сравнивать себя подобным образом. Вы должны смотреть, например, на то, какой должна быть ваша рыночная доля. Нет "О, мы работаем на 30% лучше, чем остальные идиоты". Да, нам приятно слышать, что другие компании еще более дисфункциональны и более неудачливы, чем мы, но именно так большинство людей подходят к своему бизнесу. Мы не должны подходить к бизнесу таким образом.

Итак, одни из моих любимых примеров - это Дисней и Старбакс. Я имею в виду, что был создан на встрече, на которой собрались все люди и говорили "Вот что мы собираемся делать. Мы собираемся продавать кофе по 8 баксов за чашку и продавать их в бумажных стаканчиках, очень тонких. Мы должны давать клиентам маленькие бумажные обертки, чтобы люди не обжигали свои пальцы и т.д. И мы сделаем такую атмосферу, где клиенты будут чувствовать себя так, как будто они находятся в европейском бистро, а их дети будут развлекаться в игровой комнате. И мы на самом деле собираемся открыть столько Старбаксов, что вы будете выходить из одного старбакса, спускаться вниз по улице и заходить в другой. На самом деле,

наша цель заключается в том, чтобы Старбакс был открыт даже в мужском туалете Старбакса".

Смех в зале.

Сейчас вытащите свою чековую книжку и вложите деньги в этот бред. Представьте такую встречу. Вы это сделаете? Это кофе. И представьте, что на встрече имеется представитель крупной, но глупой компании "Пончики Данкина" и они видят, как стартуют эти парни. Вы можете себе это представить? Они посещают праздничные открытия этих идиотов из Старбакса, которые думают, что заставят людей платить по 8 баксов за чашку кофе. И они все еще удивляются. Я гарантирую вам, что вчера на встрече они говорили "Наш кофе лучше". Они его делают, но не получают таких результатов.

Вы можете провести много часов, разговаривая только об этом, но на самом деле мы все согласимся с тем, что дело не в чашечке кофе, потому что есть множество мест, где вы можете получить кофе быстрее, дешевле и лучше.

Домино - еще один мой фаворит, Монайя. Видите, дело не в пицце. Любой человек может, знаете... Оригинальная УТП Домино - свежая, горячая пицца, доставленная за 30 минут или быстрее - гарантировано. Они не говорят, что пицца будет лучшей. Причина в другом.

Знаете что? Любой человек знает, что вы можете получить в любом другом месте Америки пиццу намного лучшего качества. Я говорю о том, что вы можете находиться в середине открытого поля в Айове и там будет пицца намного лучшего качества, чем Домино. Они только что открыли свой десяти тысячный магазин. Он переделал целый бизнес, потому что он взял доставку и время доставки, а не пиццу. Любой другой человек, занятый в пиццерии, говорит только о пицце. Они все встречаются и говорят о том, что "наша корочка лучше, чем корочка того парня и мы используем лучший рецепт". И я говорю "Нет, нет, нет, давайте просто..." И, кстати, удивительно - некоторые люди не знают о Домино, о том, что оригинальный магазинчик его потерпел неудачу во время старта - он находился в небольшом общежитии для студентов. Итак, разработка УТП оказалась великолепной, потому что в то время в общежитиях находилось множество людей, которые курили у себя в комнатах множество веселых вещей.

Смех в зале.

И в определенный момент они отчаянно нуждались в углеводах. Они были полностью неспособны к тому, чтобы выйти и его получить.

Смех в зале.

Они хотели получить его очень быстро. Это их беспокоило намного сильнее, чем качество пищи.

Продолжение следует...