

ЮЛИЯ РАКОВА

**РУКОВОДСТВО
ПО ВЫЖИВАНИЮ
БИЗНЕСА В КРИЗИС**

**ЛИ!
ГНА
ПО**

#антикризисный маркетинг #нейромаркетинг #взрывной рост

155 ГРОУСХАКОВ

 **SYNERGY BOOK**
ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ

Чтобы выжить, надо одновременно повышать продажи и сокращать расходы. Как это сделать?

Применяйте гроухаки — быстрые, легкие, бесплатные или малобюджетные приемы взрывного роста бизнеса. Гроухакинг даст возможность выжить и сохранить продажи, перестроив свой бизнес под потребности клиентов в кризисе.

Используя гроухаки этой книги, вы сможете быстро:

- добиться взрывного роста внимания и узнаваемости вашего бизнеса,
- набрать базу контактов и успешно разогревать их,
- продавать и снижать стоимость привлечения клиентов на 50% и более,
- поднять конверсии в продажи на вашем сайте на 30%, а на лендингах на 70%,
- с помощью нейромаркетинга управлять действиями ваших клиентов, повышая конверсии в 2-4 раза,
- стать известными экспертами, прокачивать бизнес и поднимать продажи через личный бренд,
- автоматизировать свой маркетинг, сокращать расходы, повышать продажи из email-канала и возвращать ваших клиентов.

Оглавление

Об авторе.....	4
Введение.....	5
Growth hacking: мощнейшие приемы роста от стартапов силиконовой долины.....	9
Часть 1. Как выжить в кризис: антикризисный маркетинг.....	19
На грани жизни и смерти. Гроусхаки быстрого выживания бизнеса в условиях кризиса и карантина.....	20
Доставка сообщений напрямую в мозг: нейромаркетинг.....	33
Личный digital-бренд: скромность запрещена!.....	52
Часть 2. Гроусхаки, которые работают всегда.....	93
Продавайте через воронку эмоций.....	94
Как добиться взрывного роста внимания.....	95
Как взорвать интерес и собрать контакты.....	162
Как взорвать рост доверия, желания и продаж.....	193
Как взорвать рост лояльности и дохода от существующих клиентов.....	205
Маркетинг регионов: самые яркие примеры.....	214
Заключение.....	226

Об авторе

Юлия Ракова

Эксперт в области digital-маркетинга и онлайн-обучения, автоматизации и взрывного роста бизнеса (growth hacking) с опытом более 10 лет. Директор по обучению и связям с общественностью платформы автоматизации маркетинга GetResponse.

Спикер крупнейших мероприятий России, среди которых Synergy Global Forum, форумы Национального проекта «Мой бизнес», Российский Форум маркетинга. Эксперт Google и Сбербанка, Open Academy, РВК, Московского акселератора Яндекс и телеканала РБК. Член Комитета РСПП по международному сотрудничеству и подкомитета по цифровой экономике и инновациям. Создатель и преподаватель русскоязычной Академии GetResponse.

Предприниматель: развила бизнес с 0 до \$14 млн годовой выручки. Руководила международными проектами в США и Индии. Экс-руководитель инновационных проектов Предпринимательского сообщества СКОЛКОВО. Выпускница Массачусетского Технологического института, бизнес-школы СКОЛКОВО (МВА-программа), Бизнес-школы РСПП (ЕМВА-программа).

Автор более 30 публикаций в ведущих digital-медиа страны. Бизнес-блогер с 60 000 подписчиков.

Введение

В середине августа 2019 года предприниматели и экономисты забили тревогу: нас ожидало самое страшное полугодие после 2008 года. Закрылось около 20 000 малых и средних бизнесов. Меня пригласили на телеканал РБК прокомментировать эту ситуацию и поделиться экспертным мнением, что делать. Go Digital! — был мой ответ. Бизнесам надо выходить в цифровой мир и продавать свою продукцию онлайн.

Я и представить себе не могла, что это будет только начало. Сейчас, во время пандемии, резкого падения экономики и сокращения покупательной способности населения, малому и среднему бизнесу уже мало просто продавать в digital. Чтобы выжить, надо одновременно повышать продажи и сокращать расходы. Как это сделать?

Применяйте быстрые, легкие, бесплатные и малобюджетные приемы взрывного роста бизнеса, которые не требуют знания маркетинга, универсальны и работают по всему миру во всех индустриях.

Growth hacking (взрывной рост, хакерство роста) — новое и очень популярное на Западе направление развития бизнеса, основанное на быстром росте трафика, пользователей и продаж. Я называю его «маркетинг на грани жизни и смерти». Его создали и развивают стартапы и молодые компании Силиконовой Долины, у которых нет денег на продвижение и рекламу. При этом им нужен быстрый результат — иначе бизнес прогорит и потенциальные инвесторы не вложатся в стартап.

Я влюбилась в growth hacking во время моего обучения и стажировок в Массачусетском Технологическом институте в США и уже больше 10 лет изучаю и практикую приемы взрывного роста.

«Бери и делай!» — вот основной принцип growth-хакера. Хакерство роста не требует знаний в маркетинге и основано на быстрых, легких, малобюджетных или бесплатных приемах — гроухаках (growth hacks). Результаты применения гроухаков впечатляют:

- рост пользователей на 10 % ежедневно (PayPal);
- миллион новых пользователей за три месяца (Instagram);
- 12 миллионов пользователей за год (Facebook).

Сейчас самые успешные предприниматели и маркетологи России используют гроухакинг для выживания в кризисное время. В этой книге я собрала все самое лучшее: самые мощные зарубежные приемы взрывного роста, мои лайфхаки, советы русскоязычных экспертов и лучшие практики и бизнес-кейсы российских предпринимателей и бизнесов.

Первая часть книги «Как выжить в кризис: антикризисный маркетинг» посвящена быстрому выживанию бизнеса в условиях кризиса, рецессии и карантина.

Вторая часть: «Гроухаки, которые работают всегда» рассказывает о способах повышения продаж и конверсий, которые работают практически всегда и везде: во всех индустриях независимо от циклов развития экономики и самого бизнеса.

Гроухаки — это то, что объединяет первую и вторую части. Гроухаки — быстрые, бесплатные и малобюджетные приемы выживания и развития бизнеса, которые не требуют глубоких знаний в маркетинге и вложений в рекламу. Вы сможете моментально воплощать их в жизнь и видеть реальные результаты. На тест одного гроухака уйдет от одного дня до одного месяца. **Выбирайте те приемы, которые вам по душе, и воплощайте их.**

Используя гроухаки этой книги, вы сможете быстро:

- добиться взрывного роста внимания и узнаваемости вашего бизнеса,

- набрать базу контактов и успешно разогревать их,
- продавать и снижать стоимость привлечения клиентов на 50% и более,
- поднять конверсии в продажи на вашем сайте на 30%, а на лендингах на 70%,
- с помощью нейромаркетинга управлять действиями ваших клиентов, повышая конверсии в 2–4 раза,
- стать известными экспертами, прокачивать бизнес и поднимать продажи через личный бренд,
- автоматизировать свой маркетинг, сокращать расходы, повышать продажи из email-канала и возвращать ваших клиентов.

А для бизнесов, которые оказались в трудной ситуации, гроусхакинг даст возможность выжить и сохранить продажи, перестроив свой бизнес под потребности клиентов в кризисе.

Друзья, применяйте гроусхаки и рассказывайте о ваших успехах: создавайте посты в соцсетях, ставьте хештеги #взрывнойрост, #хакерствороста, #гроусхакинг, #юлиеракова, отмечайте меня, и я с радостью сделаю репост и дам вам свою обратную связь.

Мои сети:

[instagram.com/julierakova](https://www.instagram.com/julierakova)

[facebook.com/julia.rakova](https://www.facebook.com/julia.rakova)

vkontakte.com/julia.rakova

И вступайте в наше сообщество гроусхакеров по ссылке: juliarakova.ru/gh.

Делясь знаниями и гроусхаками, мы поможем выжить предпринимателям России в наше кризисное время.

P.S. Эту книгу мы создавали всем миром, и я очень хочу поблагодарить:

- предпринимателей, маркетологов и экспертов, которые поделились со мной своими гроусхаками и бизнес-кейсами;

- выпускников моего курса «Творческий маркетинг», которые первыми опробовали самые мощные гроусхаки и добились потрясающих результатов;
- Daniel Brzezinski, Vice President and COO of GetResponse и моих коллег из GetResponse Россия, которые помогают мне развивать и тестировать взрывной рост;
- Татьяну Владимировну Черниговскую и Марину Владимировну Волинкину, благодаря которым я стала изучать нейромаркетинг;
- Анастасию Логинову и Галю Елину за их активное участие в развитии Творческого маркетинга, а также Марию Вдовиченко — за неоценимую помощь в создании моего онлайн-видеокурса «Digital-маркетинг для начинающих»
- и, конечно же, замечательную команду «Синергии»: Екатерину Гутникову, Юлию Калинину, Анастасию Галанину и Полину Квар-Кузьмину, без которых эта книга не увидела бы свет.

Growth hacking: мощнейшие приемы роста от стартапов силиконовой долины

Впервые термин growth hacking употребил CEO компании Quaa-roo Шон Эллис в 2010 году. Хакерство роста в свое время использовали многие американские технологические стартапы: Airbnb, Evernote, Dropbox, Pinterest, Amazon. Сейчас самые продвинутые онлайн-стартапы — например, те, которые занимаются финтехом и мобильными приложениями, — очень часто ищут не маркетологов, а growth-хакеров.

Чаще всего у основателей стартапов нет денег для того, чтобы нанять хороших маркетологов. А сами они — программисты, которые мыслят алгоритмами и кодом. Они очень мало понимают в маркетинге и продажах. А перед ними стоят страшные вопросы, которые задают инвесторы:

- Как набрать пользователей?
- Как начать продавать?
- Как выжить?

Без инвестиций стартап может прожить считанные месяцы, и именно в этих жестоких условиях и рождается **Growth Hacking — маркетинг на грани жизни и смерти.**

Программисты-основатели, не понимая и не разбираясь в маркетинговых стратегиях, находят те быстрые, простые, малобюджетные или бесплатные приемы, которые уже кто-то успешно внедрил.

Они быстро копируют их и измеряют результат. Если все сработало, они оптимизируют этот прием, постоянно измеряя результаты от каждого улучшения. Если прием изначально не сработал, стартаперы сразу отказываются от него и забывают.

Успешных приемов становится все больше, а человеческие ресурсы стартапа ограничены. И программисты-основатели начинают автоматизировать свою работу. Так в digital приходит автоматизация: появляются конструкторы сайтов и сервисы автопостинга в социальных сетях, развиваются платформы автоматизации email-маркетинга. Причем эти сервисы с развитием технологий становятся все более удобными, простыми и доступными для малого и среднего бизнеса.

Самые гениальные стартаперы придумывают нестандартные, творческие идеи, которые выделяют их на фоне других и приносят потрясающие результаты.

Краткий чек-лист growth-хакера

1. Быстро воплощайте задумки в жизнь. Например, вместо громоздкого сайта лучше сделайте простой одностраничный сайт без лишних деталей.
2. Используйте бесплатные или почти бесплатные методы продвижения.
3. Делайте упор на эксперименты и аналитику. Нет смысла долго ждать результат: запустили → проверили, как работает → отказались или взяли на вооружение и стали оптимизировать.
4. Используйте автоматизацию. Например, чтобы экономить время и ресурсы, нужно создать лендинг в онлайн-конструкторе и настроить автоматическую email-рассылку
5. Подходите к продвижению творчески. Идея должна быть уникальной — так она выделится из сотен других предложений и зацепит пользователя. Кстати, именно уникальность идеи приносит самые мощные результаты.

И сейчас я расскажу вам о самых ярких идеях и приемах, которые помогли юным стартапам вырасти в гиганты индустрий.

Гроухак № 1. Раздайте деньги людям.

Можно вкладывать огромные суммы на рекламу и не видеть практически никакой отдачи. Вместо этого лучше просто раздать их людям. Платежная система PayPal дарит каждому пользователю 10 долларов на счет просто за то, что он завел аккаунт. Если пользователь рекомендовал сервис другу, то получал еще 10 долларов.

Результат впечатляет: после старта акции рост количества пользователей составлял от 7% до 10% ежедневно, а затем корпорация eBay купила PayPal за 1,5 миллиарда долларов!

Гроухак № 2. Порекомендуй другу (сарафанное радио).

Рекомендательный маркетинг — самый действенный. 80% людей склонны следовать советам и рекомендациям своих друзей и знакомых. Dropbox предложил пользователям пригласить друзей зарегистрироваться. За приглашение клиент Dropbox получал 16 ГБ облачного хранения данных бесплатно, а если его друг воспользовался предложением и создал аккаунт, они оба получали еще по 500 МБ. В результате количество пользователей Dropbox выросло со 100 000 до 4 000 000 за 15 месяцев, при этом 2,8 миллиона пользователей пришли по рекомендациям.



Источник фото: Dropbox

Гроухак № 3. «Я люблю вас».

Мы любим, когда нас любят. И мы очень любим подарки. На этом сыграл почтовый сервис Hotmail, добавив подпись в свои email-рассылки. Это была всего одна строчка сразу после логотипа: «P.S. Я люблю вас! Получите бесплатно свой почтовый ящик на Hotmail». Я люблю вас... Кто устоит перед таким? Не устояли 12 миллионов человек, которые стали пользователями сервиса за 18 месяцев. А затем Microsoft купила Hotmail за 400 миллионов долларов. Это яркий пример эмоционального маркетинга, который в последнее время становится очень популярным в digital.



PS I love you. Get your free email at Hotmail

Гроухак № 4. Попробуйте бесплатно.

Мы в [GetResponse](#) (платформа email-маркетинга, вебинаров и автоматизации) тоже очень любим хакерство роста и за последние три года опробовали сотни гроухаков. Один из них работает всегда и везде и называется «Попробуйте бесплатно». Сначала на нашем сайте [getresponse.ru](#) был призыв к действию «Купите сейчас». Нашей главной целью был быстрый рост пользователей, и мы изменили правила пользования нашей платформой. У нас появляется бесплатный 30-дневный пробный период, который позволяет пользователям ознакомиться с платформой и решить, покупать ее или нет. Поэтому наш призыв к действию на сайте стал «Попробовать бесплатно». За первый же месяц рост зарегистрированных пользователей превысил 200%.

Сайт getresponse.ru

Возможность попробовать бесплатно снижает риски пользователя, которые возникают при предоплате, и помогает ему понять, как использовать ваш продукт и каких результатов можно добиться. Офлайн-производители широко используют этот принцип, предлагая бесплатные пробные экземпляры своих товаров, например духов или косметики, а образовательные бизнесы приглашают потенциальных клиентов на свои бесплатные мастер-классы, на которых не только учат, но и презентуют свои основные курсы и программы обучения.

Формула взрывного роста очень проста:

придумали → протестировали → оптимизировали.

Если тест не прошел, то быстро отказались.

В качестве примера приведу **бизнес-кейс социальной сети Инстаграм.**

Инстаграм появился в октябре 2010 года и вызвал невероятный хайп. В первый же день он привлек 25 000 пользователей. А через три месяца в Инстаграме был уже 1 млн пользователей.

Но сначала его создатели — американский студент из Стенфорда Кевин Систром и Майк Кригер — придумали приложение Burbn, которое совмещало бы в себе некоторые функции соцсетей, возможности геотаргетинга и фотографирования. Помните, были известные сервисы: зачекинься и стань мэром места?

После создания сервиса Burbn молодые люди стали тестировать его и наблюдать за поведением пользователей. Наблюдение их шокировало: пользователи не чекинулись. Зато они делали фотографии и обсуждали их. Это были абсолютно разные фотографии: собачек, кофе, кошечек, парков, занятий спортом — всего что угодно.

В этот момент создатели Burbn поняли, что нет ни одного сервиса, который бы предоставлял возможность делиться фотографиями и обсуждать их. Возможно, вы возразите: но есть же фейсбук и твиттер! Но там писали посты с текстом. Писать всегда тяжелее, чем быстренько сделать и запостить фоточку.

Основатели Инсты отказались от идеи чек-ина, названия Burbn и поняли: надо все упростить. Кевин и Майк максимально упростили интерфейс и действия для создания поста. Лучше меньше функций, зато можно моментально сделать пост. Первые посты в Инсте были практически без слов — только фото.

Перед запуском создатели Инсты очень волновались, но деньги тратить не хотели. Поэтому они решили вовлечь лидеров мнений. Ребята отправили ссылки на приложения журналистам и гикам, чтобы узнать их мнение и попросить написать об Инстаграме. Первые пользователи пришли от приложения в восторг! Так Кевин и Майк получили бесплатно первый искренний и восторженный обзор на самом популярном для стартаперов и гиков ресурсе TechCrunch.

Growth hacking: мощнейшие приемы роста от стартапов силиконовой долины



С этого фото начался Инстаграм. Кевин Систром запостил его как тест 17 июля 2010 года.

Инстаграм стал вирусным: все хотели попробовать его. Результаты их потрясли: в первый же день они получили 25 тысяч пользователей.

Далее создателей ждала взрывная волна роста: Инстаграм получил миллион пользователей за три месяца, потом еще два миллиона, потом — десять миллионов.

А потом не выдержал Facebook и купил Инстаграм за 1 млрд долларов.

Резюмирую гроусхаки от Инстаграма:

Гроусхак № 5. Тестируйте ваш продукт и наблюдайте за реакцией пользователей.

Гроусхак № 6. Изучайте продукты конкурентов.

Гроусхак № 7. Упрощайте свой продукт.

Гроусхак № 8. Запуская стартап или новый продукт, пригласите лидеров мнений попробовать продукт, узнайте их мнение и попросите об этом написать.

Но только ли гроусхаки «виноваты» в глобальном успехе Инстаграма? Не совсем. Инсте помогло удачное стечение обстоятельств и развитие технологий. В июне 2010-го появился iPhone 4 — смартфон с наконец-то хорошей камерой. С помощью iPhone 4 стало возможным делать фотки, за которые не стыдно, и моментально постить их. Вот так гроусхаки и удача создали из Инстаграма одну из самых популярных соцсетей мира.

Тестируйте, изучайте, упрощайте и вовлекайте! И тогда к вам придет удача.

Гроусхак № 9. Экспериментируйте.

Хакерство роста основано на тестах гипотез и экспериментах. И компания Facebook никогда не боялась экспериментировать. Например, она придумала виджеты для профилей пользователей и дала возможность размещать их на сторонних сайтах. Люди, которые не были знакомы с соцсетью, переходили по ссылкам

и тоже регистрировались в Facebook. В результате соцсеть получила 12 миллионов новых пользователей за 12 месяцев, не вложив в рекламу ни цента. YouTube пошел тем же путем, начав предлагать код видео для вставки на сайт, и тоже не прогадал.

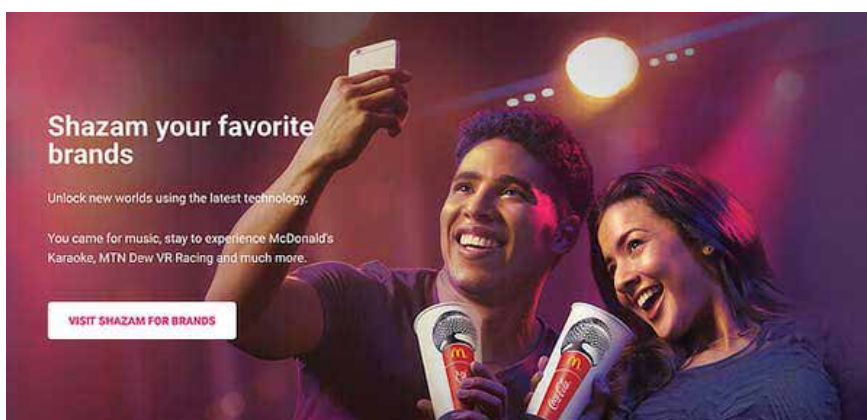
Меня часто спрашивают: а хакерство роста — это только digital-приемы?

Отвечаю: совсем не обязательно. И привожу в пример креативный гроусхак мобильного приложения Shazam. Shazam, которое в считанные секунды позволяет пользователю определить, что за песня играет в данный момент и предоставляет информацию о более чем 11 млн музыкальных треков. В 2014 году компанию Shazam оценили в 1 миллиард долларов США, а сейчас ее активными пользователями являются более 170 млн человек.

Как Shazam добился таких успехов?

Гроусхак № 10. Привлекайте внимание людей в офлайне и используйте сарафанное радио

Shazam призывал своих самых первых пользователей подносить свои смартфоны со включенным приложением ближе к музыкальным колонкам и музыкантам во время концертов, таким образом привлекая внимание других людей и пробуждая в них интерес.



Источник: Shazam

Люди стали интересоваться таким необычным поведением пользователей и тоже устанавливать себе это приложение. Такой подход дал резкий всплеск роста пользователей Shazam. Сарафанное радио прекрасно работало, приводя миллионы новых пользователей без какой-либо рекламы. Кстати, в настоящее время количество установок приложения Shazam уже превысило 1 миллиард.