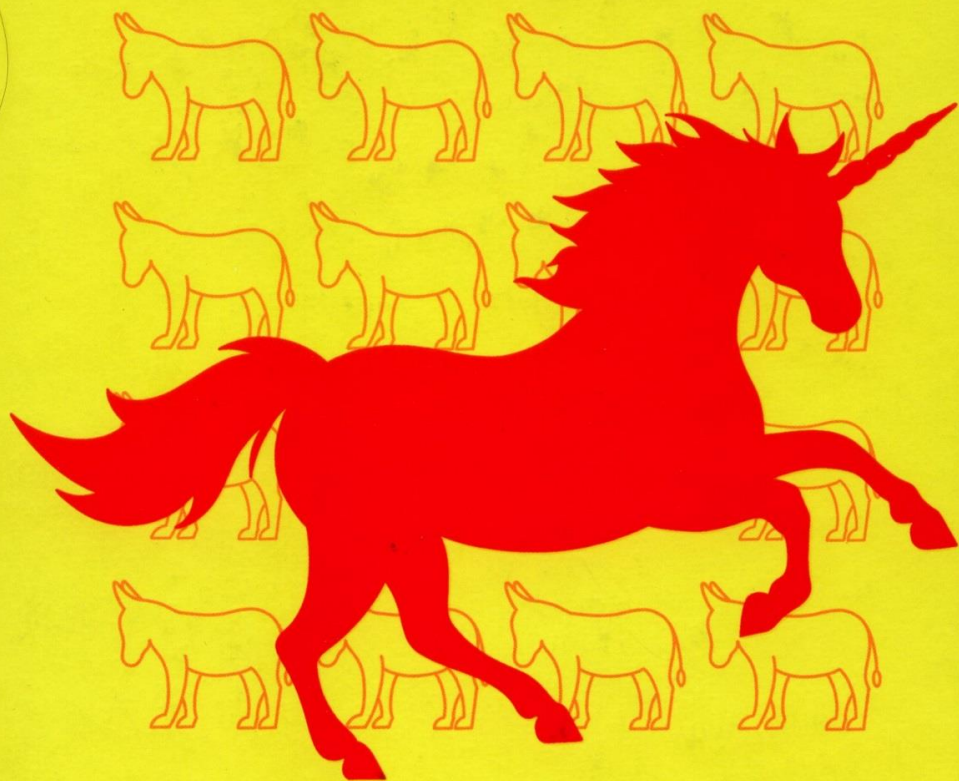


НАВВИПЕРЕДКИ

Як стати єдинорогом серед океану віслюків



Переможіть конкурентів і побудуйте успішний бізнес

 Vivat
ВИДАВНИЦТВО

Макс Лукомінський

УДК 33
Л84

Художник *Олександра Боева*

Лукомінський М.

Л84 Наввипередки. Як стати єдинорогом серед океану віслюків / Макс Лукомінський. — Х. : Віват, 2021. — 256 с. : іл.

ISBN 978-966-982-245-1

Чому одні продукти привертають нашу увагу, а інші ні? Чому одні компанії стають чемпіонами навіть на переповнених конкурентами ринках, а інші щодня ведуть боротьбу за виживання?

Книжка не просто дає відповіді на ці запитання, але й розповідає, чому у вас більше не вийде перемагати конкурентів лише за рахунок хорошого продукту, а також пропонує низку практичних інструментів, які допоможуть виділитися з натовпу й завоювати серця клієнтів. Вона водночас надихає, висвітлює поширені помилки та спонукає відмовитися від застарілих підходів, щоб поглянути на світ бізнесу по-іншому.

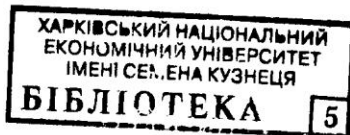
Прочитавши цю книжку, ви дізнаєтеся про основи правильного підходу до вдосконалення й побудови успішного бізнесу, спираючись на приклади провідних українських компаній, а також практичний досвід автора, якого він набув, працюючи над власними і клієнтськими проектами.

Книжка стане в пригоді як початківцям, так і досвідченим підприємцям, а також спеціалістам у галузі маркетингу й менеджменту, які хочуть зробити внесок в успіх свого проекту.

Прочитайте цю книжку раніше за ваших конкурентів!

УДК 33

784922



ISBN 978-966-982-245-1

© Макс Лукомінський, 2020
© Олександра Боева, ілюстрації, 2020
© ТОВ «Видавництво "Віват"», 2021

ЗМІСТ

Передмова	5
Для кого ця книжка.	7
Вступ	10
Конкуренція по-новому, або Інакше не буде	15
Економіка відволікання	17
Клони клонів	19
Імітація — це нова оригінальність	21
Зміна правил гри	25
Яка на вигляд конкуренція насправді	27
Конкуренти всюди	28
Формула великого ринку.	30
Не так, як усі	33
Єдиний спосіб вижити — перемогти	34
Знайомтеся: Клієнт 3.0	37
Знати про аудиторію все	41
Наскільки добре ви знаєте своїх клієнтів?	43
Візьміть інтерв'ю	45
Сила 4 %	49
Знайте більше за ваших конкурентів.	51
Проявіть емпатію	53
Приховані потреби, або Вигода від вигоди	54
Довершіть портрет	56
На позицію!	64
Недооцінена важливість	66
Неочевидна очевидність	70
Позиціонування без помилок	72

Крок 1. Визначте ваших справжніх конкурентів	74
Крок 2. Знайдіть вашу точку диференціації	75
Крок 3. Сформуйте унікальну вигоду	77
Крок 4. Знайдіть головного переможця	80
Крок 5. Визначте ваше місце сили	82
Позиціонування продукту залежно від ступеня зрілості та насиченості ринку	85
Блакитні моря та океани	89
«Сінево». Перевершення очікувань	91
«Нова Пошта». Інновації в галузі без інновацій	93
<i>Monobank</i> . Пересегментація ринку	95
Додайте емоцію	99
Рівень освіченості ринку	100
Що таке бренд	103
Спочатку емоції	105
Брендовий сторітелінг	107
У всіх компаній є клієнти. Але не в усіх є фанати	109
Ознаки привабливого бренду	112
Знайдіть свою унікальну позицію	114
Розкажіть свою історію	116
Максимальна прозорість і послідовність	118
Лише кілька секунд, щоб справити хороше враження	120
<i>MS.Today</i> . Історії, що надихають	124
Розганяйте маховик	128
Тенденції, які не варто ігнорувати	131
Інша подорож клієнта	134
Рецепт успіху	136
Маховик продажів	138
Як це працює	140
Поділіться знаннями	148
Контент-маркетинг	152
Давайте більше, ніж просите взамін	156
Контент-стратегія і контент-план	158

Залишайтеся в полі зору	166
Переорієнтація контенту	167
<i>TripMyDream</i> . Бути там, де треба	170
Без досвіду нікуди	175
Мікромоменти	177
Клієнтський досвід	179
Уніфікації — «ні»	181
Післямак	182
Керування клієнтським досвідом	183
Як оцінити клієнтський досвід	192
Опитування у сфері клієнтського досвіду	194
Збирання й опрацювання інформації	199
<i>Freshline</i> . «Відмінно», «так собі», «погано»	202
Культура експериментів	205
Якщо про це пишуть, то вже запізно	207
Оптимізація конверсії, оптимізація всього	209
Марафон як серія спринтів	215
Фільтрація і пріоритезація	220
Задokumentуйте кожен крок	224
Із чого виникають гіпотези	225
Від теорії до практики	230
Практичні поради	233
<i>Rozetka</i> . Експерименти як основа бізнесу	236
Як стати єдинорогом серед океану віслюків	241
Заключні думки	246
Маркетинг — це не відділ	246
Не женіться за трендами	247
Навчіться грати на скрипці	247
Фокусуйтеся на своїх перевагах	248
Шукайте запасний вхід	248
Скорочуйте відстань	249
Джерела	250