

НОВЫЕ ОРАТОРЫ. РАБОЧАЯ ТАБЛИЦА

О КАКОМ ПРОДУКТЕ НУЖНО РАССКАЗАТЬ _____

ДО КОГО МЫ ХОТИМ ДОСТУЧАТЬСЯ _____

ОРАТОР А

ОРАТОР В

ОРАТОР С

Кто это?

С кем они
взаимодействуют?

Есть ли у них связи/ауди-
тория? Участвуют ли они
в обсуждениях?

Какова их тема для сара-
фанного маркетинга?

Как с ними
связаться?

ПРОФИЛЬ ОРАТОРА. РАБОЧАЯ ТАБЛИЦА

Кто это:

Характеристики:

О чем они говорят:

С кем они говорят:

Как с ними связаться:

КАК ПРИДУМАТЬ НОВУЮ ТЕМУ: РУКОВОДСТВО ПО МОЗГОВОМУ ШТУРМУ

Будут ли о вашем продукте говорить?

Задавайте трудные вопросы, пока не получите уверенное «ДА» в ответ!

Продукт _____

Спросите	Ваш план
<p>Расскажут ли об этом друзьям? (Нет. Добавьте что-нибудь. Может быть. Недостаточно хорошо. Да! Как мы подадим эту тему?)</p>	
<p>Что именно будут говорить? (Это ваша тема для сарафанного маркетинга.)</p>	
<p>Кому об этом расскажут? (Вызовет ли эта тема много разговоров?)</p>	
<p>Как сделать так, чтобы о теме узнало больше людей? (Сделайте так, чтобы было легко рассказать пятерым вместо одного.)</p>	

НОВЫЕ ТЕМЫ: РАБОЧАЯ ТАБЛИЦА

Упражнение на скорость: попробуйте назвать как можно больше тем для одного оратора и одного продукта.

Смысл - высказать самые безумные идеи. Так что фантазируйте напропалую!

Оратор: _____

Продукт: _____

Тема	
1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	
11	
12	
13	
14	
15	

РУКОВОДСТВО ПО ЕЖЕДНЕВНОМУ УЧАСТИЮ И ОТСЛЕЖИВАНИЮ

Место/сайт/
инструмент
для отсле-
живания

Кто про-
водит мо-
ниторинг/
отвечает?

Результаты

Пример: Google
Alerts

Пример: Стив
из службы
поддержки

Блоги

Сообщества

Социальные сети

Рецензии и отзывы

Иное

Составляем план действий

Используйте эту таблицу каждый раз, когда будете готовы спланировать новую кампанию сарафанного маркетинга. Она поможет определить первые шаги – а потом и увидеть полную картину.

ПЛАН ДЕЙСТВИЙ. РАБОЧАЯ ТАБЛИЦА

Шаг	Действия	Ваш план
Сформируйте команду	Кто будет отвечать? Поощряйте участие.	
Заложите основы для сарафанного маркетинга	Добавьте инструменты для распространения. Множители.	
Сделайте все вирусным	Все документы подходят для пересылки. Размещайте контент вовне.	
Начните слушать	Ежедневный поиск Отслеживайте мнения ключевых ораторов.	
Начните говорить	Участвуйте в обсуждении. Заведите специалиста для онлайна. Блог. Зарегистрируйтесь в социальных медиа.	
Попробуйте делать много мелких дел	Один проект по сарафанному маркетингу в неделю	
Двигайтесь вглубь	Исследуйте теоретические основы. Достойны ли вы разговора? Философия сарафанного маркетинга – во всем, что делает компания.	
Получайте удовольствие	Начните использовать безумные трюки ради сарафанного маркетинга. Поводы для разговора.	