

на этот раздел и работали над идеями и предложениями, которые были высказаны, мы, несомненно, делали лучше и лучше наш маркетинг.

Надо смотреть правде в глаза. Не каждый менеджер по маркетингу захочет услышать и увидеть критику в свой адрес.

Что ж. Решать вам.

Но если вы не знаете, в чем ваша слабость, то как вы станете сильнее?

Могу сказать, что ни одно предложение, которое нам предлагали, не оставалось без нашего внимания. И вот результаты.

В 1997 году оценка за маркетинг была 2,86 (57%), в 1998-м — 4,26 (85%), в 1999-м — 4,64 (93%), а в 2000-м — 4,91 (98%).

В 2001—2003 годах когда я работал в региональной штаб-квартире, я всемерно поощрял своих менеджеров по маркетингу в странах проводить подобные опросы.

И во многих из них это стало традицией.

Приложение №12

Книги о маркетинге, которые стоит прочитать

Я уверен, что книги — это лучший источник самообразования. Главное — читать правильные книги.

Правильные книги, с моей точки зрения, это книги, которые содержат ответы на ваши вопросы и/или множество хороших идей.

За последние пять лет я прочитал около 500 книг по маркетингу и менеджменту.

Ниже приводится список книг, которые я смело могу посоветовать вам прочитать. Они пригодились мне.

Большинство из рекомендуемых мною книг я прочитал на английском языке. Пожалуйста, проверьте, они могли выйти в русских издательствах.

Самый простой способ приобрести книги на английском языке — это заказать их в интернет-магазине, например на amazon.com, amazon.de или amazon.co.uk.

Книги на русском вы можете попробовать поискать с помощью сайта www.BookSearch.ru.

Уверен, что эти книги понравятся и вам.

1. **«Клиенты на всю жизнь», К. Сьюэлл, П. Браун**
224 страницы. *Мой рейтинг: 5+ (это не опечатка).*
Мой маркетинговый Бог! Как бы мне хотелось, чтобы я смог прочитать эту книгу десять лет назад (когда я прочитал «Как уцелеть среди акул»). Все точно сложилось бы по-другому. Еще лучше. Сколько бы хороших решений я принял! Сколько бы ошибок не совершил! По правде, эта книга больше про искусство продаж и обслуживания клиентов, про то, как сделать продажи и сервис идеальными. Прочитайте ее с ручкой в руках быстрее, чем ваши конкуренты. Смотрите, чтобы чернил хватило — пометок будет много.
P.S. Книга обязательна для прочтения тем, кто занимается маркетингом в автобизнесе (продажа и сервис).
2. **“50 powerful ideas you can use to keep your customers”, P. R. Timm**
120 страниц. *Мой рейтинг: 4 (из 5).*
Книга написана в 1995 году, но не потеряла актуальности до сих пор — простые, но эффективные советы, хорошие примеры. Заплатить 10 долларов за 50 идей — согласитесь, это хорошая сделка.
Переведена на русский язык.
3. **“Winning Marketing Strategies. Hundreds of Proven-Effective Marketing and Sales Strategies for Every Business Situation”, Barry Feig**
380 страниц. *Мой рейтинг: 5.*
Наверное, это одна из лучших книг, которые я прочитал за последнее время: почти каждая ее страница содержит практические советы о том, как сделать ваш маркетинг лучше. Это одна из тех книг, которые вы должны держать на столе: во-первых, она солидно выглядит и звучит; во-вторых, это почти практическая энциклопедия маркетинга и вы можете воспользоваться ею во многих случаях. Рекомендую.
4. **“Marketing on a tight budget”, Patrick Forsyth**
240 страниц. *Мой рейтинг: 4.*
Книги британских авторов о маркетинге, за редким исключением, неинтересны и бесполезны (или мне не везло?). Эта —

исключение. Отличный стиль, много хороших идей. И свою основную задачу она выполняет. Если у вас напряженная ситуация с бюджетом, эта книга для вас. К сожалению, в ней есть очень слабые главы.

Переведена на русский язык.

5. **“The new marketing manifesto. The 12 rules for building successful brands in the 21st century”, John Grant**
250 страниц. *Мой рейтинг: 4+*.
Фантастически интересная книга. Я получил настоящее удовольствие от чтения — свежий взгляд на основы маркетинга. Одна проблема: это книга о макромаркетинге.
6. **“Quick answers to marketing questions”, Aliston Alsbury, Ros Jay**
300 страниц. *Мой рейтинг: 5—*.
Стиль, в котором написана эта книга, просто гениален (прост и гениален). Есть вопрос, и есть ответ, подкрепленный статистикой, фактами или данными исследований. Два недостатка: данные только на основе маркетинговой практики Великобритании и только часть маркетинга охвачена этой книгой. Надеюсь, что продолжение от этих авторов последует. Переведена на русский язык.
7. **«Руководство по маркетингу консалтинговых услуг», Михаил Иванов и Михаил Фербер**
144 страницы. *Мой рейтинг: 4*.
Читать интересно.
Прочитанное полезно (я не в консультационном бизнесе, но рядом; читателям из консалтингового бизнеса прочитать эту книгу будет очень полезно).
Михаилам удалось сделать удачную компиляцию многих источников и добавить немало своих наблюдений, мыслей и заключений.
Перефразируя авторов, можно сказать, что им удалось перенести свою репутацию на свое произведение — хорошие практики написали хорошую книгу.
Ждем продолжения — и при этом надеемся, что авторам удастся избежать второго эффекта Иванова—Фербера (усталости репутации).

8. “The complete idiot’s guide to direct marketing”, Robert W. Bly

360 страниц. *Мой рейтинг: 5.*

Я думаю, что большинство агентств прямого маркетинга тайне мечтает, что менеджеры по маркетингу никогда не прочитают эту книгу. Когда вы закроете ее, первый вопрос, который придет вам на ум, будет: «А зачем мне агентство? Я теперь сам все смогу сделать».

И это правда — из этой книги вы узнаете много, очень много о прямом маркетинге.

Множество идей, советов, трюков — все от профессионала в этой области.

9. “Marketing Management and Strategy”, Peter Doyle

460 страниц. *Мой рейтинг: 5.*

Отличная теоретическая книга. Если вам потребуются свежие теоретические знания и идеи, то вам лучше прочитать ее, чем еще раз перечитывать Филипа Котлера.

10. “Simplicity Marketing”, Steven Cristol and Peter Sealey

270 страниц. *Мой рейтинг: 4+.*

Мне эта книга понравилась. Автор считает, что покупатели находятся в состоянии стресса, и если вы сделаете процесс принятия решения о покупке, то есть жизнь ваших клиентов, проще, то вы их завоюете навсегда. Для этого ваш маркетинг должен быть простым. Много рекомендаций, идей. Книга читается легко, но, к сожалению, многим компаниям почему-то тяжело следовать советам, которые дает автор.

11. “Advertising Management”, R. Botra

750 страниц. *Мой рейтинг: 4+.*

Все, что вы хотели знать об управлении рекламой, — под обложкой этой отличной книги. Один недостаток: она немного устарела. Но если вы ее прочитаете, тайн в рекламе для вас почти не останется.

Переведена на русский язык.

12. “Marketing Kit for Dummies”, A. Niam

360 страниц. *Мой рейтинг: 4—.*

Если вы, как и я, броситесь заказывать эту книгу после прочтения книги “PR Kit for Dummies”, то знайте: она намного хуже. Два плюса: CD с неплохими материалами и много советов в стиле «партизанского» маркетинга. Читается легко, но эту книгу можно легко пропустить — много не потеряете.

13. “Guerilla Marketing Attack”, J. C. Levinson

190 страниц. *Мой рейтинг: 4.*

Я прочитал много книг про «партизанский» маркетинг, эта — одна из лучших. Почти все книги про «партизанский» маркетинг отличаются хорошим стилем, множеством практических советов и рекомендаций, много идей. Автор знает, о чем пишет. Недостаток — книга целиком основана на американском опыте. Переведена на русский язык.

14. “Marketing Outrageously”, Jon Spoelstra

250 страниц. *Мой рейтинг: 4+.*

Вообще-то это книга о спортивном маркетинге. Но вы легко можете применить советы и идеи автора (а их очень много) в своей практике, какой бы она ни была. Еще один плюс: читается легко, как художественная литература.

Переведена на русский язык (вышла в издательстве «Питер»). P.S. Не покупайте другую книгу этого автора “Ice to Eskimos”. Намного хуже.

15. “Business beyond the box”, John O’Keeffe

240 страниц. *Мой рейтинг: 5+ (опять не опечатка).*

Эта книга не про маркетинг, но я включаю ее в список. Причина следующая: все, кто принимает решения, должны прочитать эту книгу. Точка. Я очень расстроился, что не прочитал ее раньше. Очень бы помогла! Так что найдите эту книгу, купите, прочитайте, перечитывайте.

16. “Press here!”, A. Gurton

340 страниц. *Мой рейтинг: 5—.*

Неплохое чтение для тех, кому нужны знания в PR. Если вы в PR, то, мне кажется, вам следует иметь свой экземпляр этой книги. Переведена на русский язык.

17. “How to run a successful conference”, John G. Fisher

150 страниц. *Мой рейтинг: 5.*

Если вы прочитаете эту книгу, то вам просто не удастся провести плохую или посредственную конференцию. Просто не удастся.

18. “How to drive your competition crazy”, Guy Kawasaki

320 страниц. *Мой рейтинг: 5.*

Как говорят американцы, «два больших пальца вверх». Мне книга очень понравилась. Отличный стиль (с юмором!), легко читается, полно советов, хороших идей. К сожалению, другие книги этого автора на меня большого впечатления уже не произвели.

Переведена на русский язык.

19. “Selling the invisible”, Harry Beckwith

230 страниц. *Мой рейтинг: 4.*

Книга о маркетинге услуг. Очень много интересных мыслей, трюков и приемов. Если ваша компания продает сервис, вам стоит прочитать эту книгу. Вторая книга этого автора — «The invisible touch» — намного слабее.

Переведена на русский язык.

20. “PR Kit for Dummies”, Eric Yaverbaum, Bob Bly

320 страниц. *Мой рейтинг: 5.*

Купите эту книгу и прочитайте. «Чайником» после этого вы не будете точно. Книга идет в комплекте с CD. Содержимое этого CD я тоже оцениваю на «5».

21. “Bottom-up Marketing”, Al Ries, Jack Trout

220 страниц. *Мой рейтинг: 5.*

Эта книга заставит вас подумать. Что вы делаете? Зачем? Правильно ли вы это делаете? Очень хорошая книга!

22. “The complete idiot’s guide to Meetings and Event Planning”, Robin E. Graven, L. J. Golabowski

340 страниц. *Мой рейтинг: 5+ (еще один шедевр).*

До прочтения этой книги я думал, что знаю все о том, как проводить семинары и бизнес-мероприятия. Как я ошибался! Суперкнига. Хотел бы я прочитать ее в начале своей карьеры.

Книга, которую должен прочитать каждый менеджер по маркетингу. Мало кому удастся сделать карьеру в маркетинге, не проводя бизнес-мероприятий. Эта книга должна быть в вашей библиотеке.

- 23. «Десять заповедей бизнеса и как их нарушать», Билл Фромм**
158 страниц. *Мой рейтинг: 5.*
Отличная книга о том, как важно быть творческим человеком, генерировать идеи и быть готовым нарушать установленные правила. Многие советы из этой книги я моментально применил на практике. Многими пользуюсь до сих пор.
- 24. «Конкурентная разведка. Уроки из окопов» / Под ред. Джона Прескота, Стивена Миллера**
336 страниц. *Мой рейтинг: 4+.*
Эта книга — сборник статей и презентаций профессионалов мирового уровня, занимающихся конкурентной разведкой — аналитикой рынка, внешней среды, конкурентов и собственной компании.
Очень конкретно. Весьма подробно. Внутренняя кухня без секретов (ну, почти без секретов).
- 25. «Враг внутри. Когда покупатели думают, что нам не до них», Р.Бучанан**
384 страницы. *Мой рейтинг: 4.*
Книга написана профессором, и при этом она невероятно практична. Конечно же, много зауми и теории, но в целом очень полезное чтение. Множество дельных мыслей (заставляющих задуматься) и хороших советов (зовущих к действию).
- 26. «Рекламные процедуры Клеппнера», Дж. Т. Рассел, У. Р. Лейн**
928 страниц. *Мой рейтинг: 4.*
Эта книга — учебник по рекламе. Хороший. Местами — полезный.

27. «Малозатратный маркетинг», Р. Джей

240 страниц. *Мой рейтинг: 4.*

Прекрасная книга для менеджера по маркетингу, которому многое приходится делать своими руками, — этакий сборник ноу-хау, советов и рекомендаций. Жалко, что автор не удержался и разбавил ее содержание некоторым количеством «воды» (хм-м, приличным). За что и получает «4», а мог бы получить «5».

28. «Мудрая идея», С.Ривкин, Ф.Сейтель

240 страницы. *Мой рейтинг: 4.*

Книга о том, как придумывать новые идеи, где их искать. Таких книг много, но эта заточена под маркетинг и написана весело.

29. «Сила простоты», Джек Траут

224 страницы. *Мой рейтинг: 4+.*

Я не знаю никого, кому бы не понравилась эта книга. И наоборот, это единственная бизнес-книга, читая которую я постоянно смеялся. В ней столько же смысла, сколько и фана. Поверьте, после того как вы прочтаете ее, вы по-другому будете смотреть на многие сложные вещи. Совсем по-другому.

30. “The fall of advertising and the rise of PR”, Al Ries, Laure Ries

290 страниц. *Мой рейтинг: 4.*

Такое ощущение, что книга написана авторами по заказу Американской ассоциации PR. Основная идея книги — бренд надо продвигать в массы через PR, и только потом подключать рекламу. Вам лучше прочитать книгу.

Переведена на русский язык.

31. “The end of advertising as we know it”, Sergio Zyman

240 страниц. *Мой рейтинг: 4.*

Пишет Займан хорошо (это его третья книга). Конкретно и с уважением к каждому маркетинговому доллару. Но название не соответствует содержанию. Путаница с понятиями. Множество повторов (стиль такой). Спорных моментов еще больше. Но многочисленные недостатки не перевешивают еще более многочисленных достоинств. Рекомендуются для прочте-

ния всем менеджерам по маркетингу из FMCG постранично. Менеджерам из других отраслей можно читать по диагонали. Переведена на русский язык.

32. “Customer Winback. How to recapture lost customers — and keep them loyal”, Jill Griffin, Michael W. Lowenstein
315 страниц. *Мой рейтинг: 4.*

Хорошая и полезная книга. Название соответствует содержанию. Если вы хотите определить причины, по которым клиенты покидают вашу компанию, и что сделать, чтобы остановить этот процесс, — эта книга то, что надо.

Предупреждение: для восприятия нелегка, требует вдумчивого прочтения.

33. “101 ways to promote yourself”, R. Pinskey
390 страниц. *Мой рейтинг: 4.*

Первый раз в жизни я прочитал книгу, где название с цифрой на обложке — правда. Вы действительно можете найти в этой книге 101 способ (и даже больше) продвинуть себя, вашу компанию или решения.

Другое достоинство этой книги в том, что она написана в виде вопросов и ответов, и поэтому вы можете просмотреть ее очень быстро.

Что я вам и рекомендую.

34. “Dear James. Secrets of success from a Management Maverick”, J. Timpson

350 страниц. *Мой рейтинг: 4+.*

Интересная и полезная книга с массой примеров, советов, идей и секретов. Автор — владелец крупной сети британских магазинов по ремонту обуви, часов и изготовлению ключей.

Книга обязательна для прочтения менеджерам по маркетингу, работающим в розничной торговле. Мне очень бы хотелось, чтобы наши магазины работали так же.

35. “Up the organization”, Robert Townsend

188 страниц. *Мой рейтинг: 4+.*

Опубликована в 1970 году, где-то в конце 80-х переведена и издана в Москве. Эта книжка, в русском издании страниц

на 80, здорово пригодилась мне в начале моей карьеры. Многие идеи из нее я применил, работая в фотобизнесе.

Я перечитал эту книгу в январе 2003 года — 80% материала интересно и актуально до сих пор. Если вам удастся достать эту книгу на русском (я свой русский экземпляр потерял лет десять назад) или на английском языке (не переиздавалась с 1970 года и малодоступна даже в США), я уверен, что вам она понравится.

36. “Customer satisfaction is worthless, customer loyalty is priceless”, J.Gitomer

280 страниц. *Мой рейтинг: 4.*

Рекомендую тем менеджерам по маркетингу, которые работают в сфере обслуживания, — вам понравится точно. И несомненно, пригодится.

Книга читается очень легко, множество хороших идей и полезных советов. Написана отличным языком.

Наверное, самая интересная и полезная книга о лояльности клиентов, которая мне попадалась.

Переведена на русский язык (вышла в издательстве «Питер»).

37. “Общество мечты”, Ролф Йенсен

272 страницы. *Мой рейтинг: 4—.*

Ярко, живо, интересно... местами похоже на «Фанки-бизнес».

Книга о том, каким будет будущее и как на этом заработать.

Но эта книга не увлекает, как «Фанки-бизнес», и в ней нет конкретных советов — просто прогнозы.

Которые, как и прогнозы погоды, иногда сбываются, а иногда — нет.

Читать обязательно менеджерам по маркетингу из компаний, которые занимаются туризмом и организацией развлечений.

Другим рекомендуется для расширения кругозора.

38. “A Genies’s Wisdom. A fable of how a CEO learned to be a marketing genius”, Jack Trout

120 страниц. *Мой рейтинг: 3.*

Книга для руководителя компании, который ничего не понимает в маркетинге.

Джек Траут написал книгу в стиле «Who moved my cheese», попытавшись на 120 страницах рассказать о том, что такое

маркетинг. Получилось неплохо (а когда у Траута было плохо?).

Те, кто читал все его предыдущие книги, будут разочарованы (отсюда и моя низкая оценка).

Просто надо понимать, что целевая аудитория у этой книги совсем другая.

Это может быть подарком вашему руководителю, который мало что понимает в маркетинге, — вместе с копией главы «Каков топ, таков и маркетинговый приход».

Переведена на русский язык.

39. «Как уцелеть среди акул», Харви Маккей

172 страницы. *Мой рейтинг: 5.*

Это одна из книг, которые сделали меня. Я уверен, что моя карьера сложилась бы гораздо хуже, если бы я в свое время не прочитал эту книгу. С 1991 года я признателен Харви. Гениальный автор.

40. «Слово на вес золота», Г.Харрис

256 страниц. *Мой рейтинг: 4+.*

Отличная книга, которая станет источником многочисленных хороших идей для маркетинга за «три копейки». Будет особенно полезна тем, кто работает в малом бизнесе. Свои золотые идеи в этой книге вы точно найдете.

41. «Креативные стратегии в рекламе», А.Д.Джулер, Б.Л.Дрюниани

384 страницы. *Мой рейтинг: 4+.*

Крепкое учебное пособие с массой полезных и конкретных советов.

42. «Маркетинговые коммуникации: современная креативная реклама», Д.Ядин

488 страниц. *Мой рейтинг: 5—.*

Знакомьтесь: вот автор, который убил мою мечту написать книгу о том, как делать рекламу. Таких желающих наверняка было много, но он максимально приблизился к идеалу. Чуть-чуть убавить «воды» и выкинуть пару ненужных глав — и перед вами прекрасное руководство по созданию рекламы.

- 43. «Огилви о рекламе», Д.Огилви**
232 страницы. *Мой рейтинг: 5—.*
Классика. Хотя книга и написана в 1983 году, читается она с большим интересом и пользой (но сделайте поправку на 20 лет!).
- 44. «Как использовать торговые выставки с максимальным эффектом», Стив Миллер**
126 страниц. *Мой рейтинг: 5—.*
Пожалуй, лучшая книга о том, как готовиться к выставкам и проводить их.
- 45. “Total Integrated Marketing”, J.M.Hulbert**
354 страницы. *Мой рейтинг: 4.*
Очередная попытка придумать продолжение маркетингу и повод написать книгу. Однако книга интересная — конечно, в ней больше теории, чем практики, но даже теория здесь подается нестандартно.
- 46. “How to sell yourself. Winning techniques for selling yourself... your ideas... your message”, Arch Lustberg**
204 страницы. *Мой рейтинг: 5—.*
Очень полезная и интересная книга. Содержание полностью соответствует названию. Множество полезных советов, прекрасно поданных и структурированных.
- 47. «Как завоевать клиента», Н.Рысев**
256 страниц. *Мой рейтинг: 4+.*
Идея книги новаторская: проследить путь от Потенциально-го Покупателя к Посетителю, от него к Покупателю, потом к Клиенту и затем к Приверженцу, причем описать те сбытовые и маркетинговые приемы, которые помогают продвигать клиента по этой цепочке. Я прочитал много книг, но такого подхода не встречал.
А он отличный. Bravo, Николай!
- 48. «Маркетинг: сделай сам», Б.Резниченко**
192 страницы. *Мой рейтинг: 4—.*
Лед тронулся... появилась еще одна книга, написанная отечественным автором и при этом не являющаяся компиляцией учебников Котлера.

Книга написана практиком, поэтому читать ее как минимум интересно (всегда любопытно знать мнение других о том, что, казалось бы, уже давно известно).

Книга прекрасно доказывает, что у каждого свой маркетинг. И маркетинг у Бориса, как мне кажется, правильный.

49. «Маркетинг от А до Я», Филип Котлер

224 страницы. *Мой рейтинг: 5—.*

Книга удивила меня и удивит любого, кто помнит классические книги Котлера «Основы маркетинга» и «Управление маркетингом».

Котлер написал книгу, которую можно было бы ожидать от Траута, Фокса или Беквита — но не от него.

Необычная структура (от А до Я).

Анекдоты (!) и цитаты великих людей. Вещи немыслимые в его классических книгах.

Много ссылок на других авторов (уважительных).

Одним словом, человек, который призывал нас диверсифицироваться в тех случаях, когда этого требует рынок, сам сделал это и написал интересную, простую и качественную книгу о маркетинге (в отличие от уж совсем примитивной «Волшебной лампы» Траута).

Минусы.

Котлер выбрал 80 ключевых, с его точки зрения, концепций маркетинга, которые рассматривает в своей книге. Не все они будут актуальны для российского читателя.

А многие интересные для нас вещи описаны до неприличия кратко.

Жаль.

И ужасно интересно, какой будет его следующая книга.

50. «Маркетинговые войны», Эл Райс, Джек Траут

256 страниц. *Мой рейтинг: 4—.*

Культовая книга для многих. Не спорю, она будет полезной. Очень многие мысли из нее были позже расширены в других книгах этих авторов. Однако есть два «но».

Во-первых, масштаб. Слишком большие компании рассматриваются здесь. Решения, которые предлагаются авторами,

даны для уровня директоров компаний, вице-президентов по маркетингу. Это ваш уровень? Будем реалистами, вы можете знать, как надо делать (как не надо делать), но положить руку на сердце — такие решения принимаете вы? Насколько сильна степень вашего участия в таких решениях?

Во-вторых, я не согласен с тем, что к маркетингу стоит подходить как к войне. Авторы могут сформировать у вас мнение, что маркетинг — это то, что направлено против конкурентов. Но все же прочитайте. Мировой бестселлер все-таки.

51. «Почему мы покупаем, или Как заставить покупать», Пако Андерхилл

368 страниц. Мой рейтинг: 4+.

Для менеджера по маркетингу из ритейла — чтение в самый раз после книги «Dear James». Отличное пособие по организации розничной торговли. Книга просто напичкана полезными советами.

Менеджер по маркетингу из оптовой торговли может рассматривать эту книгу как хороший подарок своим коллегам — партнерам из розничных сетей.

52. «Реклама. Научный подход», Клод Хопкинс

96 страниц. Мой рейтинг: 4.

Да... Вот видишь в книге подзаголовок «Практика чего-то там» или «1000 и 1 совет» — и попадаешь на заумное чтение, отягощенное теоретическими рассуждениями, графиками, схемами и теориями. А здесь подзаголовок «Научный подход», и при этом все четко, ясно и понятно. Единственное, надо сделать поправку на то, что книга написана в начале прошлого века.

А так я бы подписался почти под каждой фразой. Благо их немало. И краткость — это еще одно достоинство этой книги.

53. «Маркетинговый анализ», И.Березин

352 страницы. Мой рейтинг: 4.

Неплохая книга получилась у моего тезки, только название неудачное — узковато, затронутые темы намного шире.

- 54. «Менеджмент, ориентированный на рынок. Стратегический и операционный маркетинг», Ж.-Ж. Ламбен**
796 страниц. *Мой рейтинг: 5-*.
Книга «европейского Котлера» — если одним словом, отличная. Прекрасное чтение и для студента, и для практика — причем работающего в любой компании.
- 55. «Фиолетовая корова», Сет Годин**
192 страницы. *Мой рейтинг: 4.*
Книга одной умной мысли («выделяться надо!») со многими хорошими идеями. Читать стоит хотя бы ради страницы 98.
- 56. «10 смертных грехов маркетинга», Ф.Котлер**
160 страниц. *Мой рейтинг: 4.*
Я смотрю, формат бизнес-книги меняется... На смену талмудам на 500—1000 страниц пришли книги, написанные крупным шрифтом на 100—150 страниц. Гуру маркетинга — молодец: эту книгу читать интересно и полезно, и при этом очень просто.
Конечно, вряд ли вы совершаете все десять грехов, описанных Котлером (вы наверняка совершаете больше!), — но почему бы не посмотреть, какие ошибки совершает передовой Запад?
- 57. «Как создать успешную рекламу?», Э.Фарби**
256 страниц. *Мой рейтинг: 5-*.
Идеальный читатель этой книги — менеджер по рекламе, менеджер рекламного агентства или рекламной службы СМИ. Очень хороший учебник по рекламе. Конкретный и короткий.
- 58. «Коронуя покупателя», Ф.Куинн**
112 страниц. *Мой рейтинг: 4.*
Чтение интересное, конкретное и полезное. Книга написана директором розничной сети супермаркетов Ирландии. Маркетеры нашей розницы много чему могут научиться.

**59. «Маркетинг: новые технологии в России»,
В.Терещенко**

416 страниц. *Мой рейтинг: 4.*

Перед вами русский Котлер. Так хорошо про маркетинг как науку из наших еще не писал никто. Прекрасное дополнение к «Основам маркетинга». Много примеров из российской практики и учет наших специфик — все на месте. Автор много прочитал, много проработал — и вот хороший результат.

60. “Trout on strategy”, J.Trout

150 страниц. *Мой рейтинг: 4.*

Джек просто молодец! Очень коротко и очень по делу.

Все, что мы с удовольствием читали раньше, — здесь. Ура. Примеры, кочующие из книги в книгу, тоже здесь. Увы. Повторение — мать учения.

Читайте Джека. Стратегизируйтесь. С помощью его книги это будет сделать просто, легко и быстро.

Как пишет автор: «Стратегия — это все, что делает вас отличным от других».

Отличитесь — прочитайте.

Переведена на русский язык (вышла в издательстве «Питер»).

61. «Стимулирование сбыта. Как провести эффективную промо-акцию», Д.Камминз

308 страниц. *Мой рейтинг: 4.*

Книга на вопрос отвечает. Читать ее тяжело. Много практических знаний, но они разбавлены очень большим количеством теории...

62. «Клиенты, имеющие для вас значение», Тони Крэм

286 страниц. *Мой рейтинг: 4+.*

Эту книгу надо читать с ручкой в руке — и будьте готовы к тому, что пометок придется делать много. Тут масса хороших примеров, идей, мыслей и правил. Любой маркетер, желающий быть более полезным для своей компании, должен прочитать эту книгу.

- 63. “The fundamentals of business to business sales and marketing”, John M. Coe**
240 страниц. *Мой рейтинг: 4+*.
Практик B2B о практике. Цинично. Прагматично. Я читал... думал... и часто восклицал «вау!». Но еще чаще — «йес!».
- 64. “Meaningful Marketing”, D.Hall**
286 страниц. *Мой рейтинг: 5-*.
Прелестно-прелестно... Так должны писать все ученые. Что мы имеем? 270 страниц текста. 100 научно доказанных фактов (на основе 2000 научных исследований). И, как следствие, 402 полезных совета. Конечно, тот, кто много читает, уже знает о многих советах... Но много нового!
- 65. «Новые маркетинговые технологии», Ф.Котлер, Ф. Триас де Без**
192 страницы. *Мой рейтинг: 4+*.
Простой, понятный язык, рисуночки, выводы в конце каждой главы (недлинной, как правило). Читать интересно. И несомненно, полезно.
Книга о том, как использовать латеральный маркетинг для разработки новых товаров.
(«Латеральный маркетинг <...> дает возможность использовать отброшенные потребности, целевых потребителей, способы использования, ситуации и атрибуты для идей новых, неординарных товаров»).
- 66. «Курс MBA по маркетингу», Ч.Шив, А.Хайэм**
718 страниц. *Мой рейтинг: 4-*.
Полный набор теоретических знаний о маркетинге с достаточно большим количеством примеров из практики.
«Прослушать» курс MBA по маркетингу можно примерно за 15 долл. — количество часов зависит от того, как быстро вы читаете (или как хорошо вы практикуете выборочное чтение) и насколько вы подкованы в настоящее время; лично я потратил на эту книгу около 4,5 часа.
Отличное сочетание нужной теории и множества кейсов.

Чем эта книга отличается от книг Котлера?

Больше примеров из практики (кейсы — часть стиля MBA).

Ироничный стиль (создается ощущение, что говоришь с умными людьми).

Минусы?

На ваши вопросы никто не ответит (что же, ответы можно найти в других источниках).

Ваши знания никто не оценит (ох, они все равно мало пригодны для 95% читателей).

И вы не сможете повесить на стенку диплом MBA.

Но если вы оставите эту книгу в своей рабочей библиотеке или на столе — внимание и уважение вам обеспечено.

Стоит прочитать перед тем, как пойти учиться на MBA.

Приложение №13

Книги, которые стоит посоветовать прочитать коллегам из отдела продаж и почему

Менеджер по маркетингу должен делать все возможное, чтобы помочь отделу продаж.

Один из способов — помочь им расти профессионально, через образование.

Для профессионального роста могут быть полезны конференции, мастер-классы, тренинги и семинары — подсовывайте сотрудникам отдела продаж материалы о них (вырезки, интернет-ссылки).

Также для этого может быть использован и менее дорогостоящий способ — профессиональные книги.

Почему бы в этом случае не выступить инициатором создания «библиотеки книг по искусству и управлению продажами»?

Купите с десяток хороших книг, принесите их руководителю отдела продаж и договоритесь с ним, что вы будете пополнять библиотеку, а помощник руководителя будет вести учет выданных книг (возможна и более простая схема — просто приносите и рекомендуйте для прочтения хорошие книги вашим коллегам из отдела продаж).

В чем же здесь ваш интерес? Это просто.

Чем выше продажи компании, тем интереснее маркетинг.

Вот некоторые книги для вашей библиотеки, которые я могу порекомендовать.

1. **«25 навыков продаж, или То, чему не учат в школах бизнеса», С.Шиффман**
176 страниц. Интересная и полезная книжечка по искусству продаж для менеджеров. Коротко, с примерами, по делу.
2. **«Продажи. Базовый курс. Часть 6. Привлечение и удержание клиентов & работа с рекламациями», В. Кюппер**
88 страниц. Книга для руководителя отдела продаж. Коротко — и по делу.
3. **«Почему вы не можете определить своих стратегически важных клиентов?», П.Чевертон**
144 страницы. Идеальный читатель этой книги — руководитель отдела продаж, менеджер по КА (key account). Если бы можно было ужать эту книгу до 40 страниц, то цены бы ей не было... Ответ на вопрос в названии книга дает, но очень многословно.
4. **«Продажи. Базовый курс. Часть 9. Работа по возврату клиентов & психология сервиса», М.Гамс**
74 страницы. Очень конкретная и очень полезная книга для директора по продажам.
5. **«Как повысить эффективность работы с клиентами», Т.Фостер**
160 страниц. Неплохое пособие по указанной теме. Есть общие места, банальности, есть теория... Но есть и хорошие практические советы. Ради них и стоит прочитать эти 158 страниц.
6. **«Как продать колесо», Д.Кокс, Г.Стивенс**
288 страниц. Результаты серьезного исследования (см. последние десять страниц книги) «упакованы» в несерьезную форму — исторический роман.

Для профессионалов продаж чтение этой книги просто «детский сад» (рекомендую дать прочитать детям, которых вы хотите видеть продавцами в недалеком будущем).

Но повторение известных истин — мать учения. Посоветуйте эту книгу вашим продавцам для чтения в отпуске.

7. **“Customer-focused selling (Streetwise)”, Nancy Stephens**
390 страниц. Очень-очень добротный учебник по искусству продаж для начинающего менеджера по продажам.
8. **“The ultimate business presentation book. Make a great impression every time”, M.Yate, P.Sander**
240 страниц. Менеджерам по продажам постоянно приходится делать презентации, и эта книга может прекрасно помочь им в этом. Одна из лучших книг на эту тему, что я читал.
9. **«Управление продажами», В.Вертоградов**
Читал в рукописи, вышла в издательстве «Питер». Книга для руководителя отдела продаж (или того, кто мечтает им стать). Бодрое начало, так себе середина и нудное окончание: у автора, к сожалению, не хватило «дыхалки» на всю книгу. Много конкретных советов. Но суховато — и даже анекдоты не помогают.
В общем и целом хорошее руководство по организации продаж.
10. **“Customer Centered Selling”, R.Jolles**
360 страниц. Хорошая, крепкая, практичная книга как для менеджера, так и для директора по продажам.
11. **“Superstar sales manager’s secrets”, B.Farber**
150 страниц. Неплохая книга для новоиспеченного директора по продажам, с большим количеством советов на каждый день. Жалко, что слишком много американских советов. Но в целом очень неплохо.
12. **«Мастерство продажи», М.Завадский**
240 страниц. Книга для начинающего менеджера по продажам. Хорошо то, что книга «русифицирована»: неплохая подборка-выжимка из иностранных книг плюс опыт автора — читать интересно, а что неинтересно, то всегда можно пропустить.

13. «Школа продаж», А.Деревицкий

272 страницы. Читать интересно, местами весело и — полезно.

Книга конкретная, полная советов (не всегда, возможно, полезных, но всегда коротких! А краткость — вы помните, чья родственница...).

Все темы продаж книга не закрывает, но в любой школе есть несколько классов. Этот — классный.

Приложение №14

Сайты-фавориты

Чтение книг очень полезно, я уже отмечал это. Одна проблема с чтением книг: на освоение профессиональной литературы у менеджера по маркетингу обычно нет времени.

Альтернативой чтению книг может стать изучение профессиональных интернет-сайтов. Некоторые я могу порекомендовать.

Я не даю им оценки. Но дам совет: проведите по 10—30 минут на каждом из них и выясните для себя, стоит ли продолжать ими пользоваться (оставить в папке Favorites), и если стоит, то как часто.

Сайты на русском языке:

www.creatiff.ru
www.4p.ru
www.sostav.ru
www.marketing.spb.ru
www.ram.ru
www.cfin.ru/marketing
www.createbrand.ru
www.marketing-ua.com
www.marketologi.ru
www.dis.ru
www.admarket.ru
www.mstudy.ru

Сайты на английском языке:

www.marketingprofs.com
www.knowthis.com
www.marketingsherpa.com
www.clickz.com
www.marketingpower.com

И не ограничивайте себя этим списком. Чем больше сайтов вы будете знать и использовать, тем лучше.