

## 20 ІДЕЙ ПРОСУВАННЯ БІЗНЕСУ З МІНІМАЛЬНИМ БЮДЖЕТОМ

**1. Цікава історія.** Напишіть цікаву історію про ваш бізнес, яку легко можна було б переказувати «з уст в уста».

*Уявіть, що ви їдете в ліфті з важливим для вас Клієнтом(кою), і у вас є тільки 1 хвилина, щоб зацікавити його (її) у вашому продукті чи сервісі. Що б ви розповіли про себе та свій бізнес? Не намагайтесь нічого продати, зацікавлюйте.*

**Наприклад:** Чи знали ви, що діти хворіють на карієс зубів частіше за дорослих? І основна причина цього — неякісні солодощі, з надмірним вмістом цукру. Коли в мене народилась дитина, я почала шукати солодощі, які б були не тільки смачні, але й корисні. На жаль, я так і не змогла знайти їх із натуральних складових. Тому створила власні! Так народився мій бізнес. Тепер я виготовляю «Веселики» — для дітей, що люблять солодке, і для мам, що піклуються про зубчики своїх дітей.

**2. Присутність у соціальних мережах.** Якщо на створення сайту вам знадобиться певний бюджет, то реєстрація в соціальних мережах — безкоштовна. Створіть сторінки вашого бізнесу в Instagram та Facebook та опишіть вашу історію та послуги. Не соромтесь на перших кроках запрошувати друзів та знайомих стати першими «фанамі» вашого бізнесу в соціальній мережі. Так Клієнтам буде легше вас знаходити.

**3. Цікавий контент для соціальних мереж!** Перш, ніж почати активно розміщувати інформацію про ваш бізнес та продукти чи послуги, подивіться, як це роблять інші — наприклад, ваші конкуренти. Пам'ятайте, що сторінки вашого бізнесу в соціальних мережах — це не дошка рекламних оголошень. Прочитайте в інтернеті професійні статті, як створювати контент, що зацікавлює аудиторію. Не зайвим буде опанувати створення візуального контенту на частково безкоштовних сервісах Crello та Canva.

**4. Допомога інших.** Коли ви тільки починаєте бізнес — підтримка друзів та знайомих вам не завадить. Попросіть їх поширити інформацію про ваші продукти та сервіси через свої соціальні мережі.

**5. Ви — бренд.** Ви — обличчя вашого бізнесу. Коли тільки починаєте свій бізнес, важливо, щоб ви безпосередньо асоціювались зі своєю справою. Демонструйте свою експертизу, пишіть на тему вашого бізнесу на своїх сторінках в соціальних мережах, а ще краще — записуйте відео!



## 20 ІДЕЙ ПРОСУВАННЯ БІЗНЕСУ З МІНІМАЛЬНИМ БЮДЖЕТОМ

**6. Презентація.** Часто вас будуть просити «надішліть інформацію про ваші послуги на пошту». Коли у вас не має змоги презентувати ваш бізнес особисто, важливо, щоб у вас була цікава та яскрава презентація, яка демонструє всі переваги від роботи з вами. Пошукайте в google «презентацію, що продає» або «як підготувати презентацію, що вразить».

**7. Особисті зустрічі з потенційними клієнтами.** Ніщо так якісно не продає, як особиста презентація власника(ці) бізнесу. Якщо ви — невеличка компанія, то тільки ви як власниця зможете якнайкраще розповісти про переваги вашого продукту чи сервісу. Складіть список з потенційних компаній та людей, що приймають рішення про закупівлю та сміливо шукайте їхні контакти та домовляйтесь про персональну зустріч-презентацію.

**8. Рекомендації Клієнтів.** Довіра формується через рекомендації. Якщо у вас вже є задоволені Клієнти — попросіть їх надати вам рекомендацію та поділитись своїм досвідом співпраці. Ці дописи ви зможете розмістити в своїй презентації, в соціальних мережах та додавати до комерційної пропозиції як додаткові документи.

**9. Партнерство.** Подумайте, з якими компаніями у вас подібні цільові аудиторії. Наприклад, ви продаєте корисні солодощі для дітей, а хтось — дитячий одяг. Це означає, що у вас однакова цільова аудиторія — мами. Подумайте над створенням спільної акції — об'єднавши зусилля, ви зможете досягти більше.

**10. «Безкоштовні консультації».** Якщо ви продаєте, наприклад, технічне обладнання, ви можете привабити потенційних клієнтів безкоштовною консультацією з пошуку / підбору такого обладнання.

**11. Програма рекомендацій.** Ви можете надавати бонуси чи знижки клієнтам, які вас рекомендували іншим клієнтам.

**12. Організація івентів або майстер-класів.** Ви можете провести тематичний івент або майстер-клас, де поділитесь власною експертизою. Наприклад, у вас центр з підготовки дошкільнят. Організуйте відкритий майстер-клас на тему «Як підготувати дитину до школи».

**13. Email-маркетинг.** Якщо ваш бізнес передбачає, що ваші клієнти будуть купувати ваш товар достатньо часто (наприклад раз у місяць чи раз у квартал) — створіть власну базу імейлів, щоб нагадувати про себе, ділитись цікавими новинами та пропозиціями. Зверніть увагу, що людина має дати письмову чи онлайн-згоду на отримання інформації від вас.



## 20 ІДЕЙ ПРОСУВАННЯ БІЗНЕСУ З МІНІМАЛЬНИМ БЮДЖЕТОМ

**14. Група в месенджері.** Кожна з нас є учасницею групи в вайбері, телеграмі чи ватсапі. Чому б вам не створити власну групу свого бренду чи компанії? Якщо ви переконані, що ваші повідомлення будуть корисними та не дратуватимуть отримувача — це прекрасний спосіб нагадати про себе. Зверніть увагу, що людина має дати письмову чи онлайн-згоду на отримання інформації від вас.

**15. Персональна комунікація.** Ми вже зрозуміли, що варто створювати власні бази Клієнтів та комунікувати з ними ненав'язливо та приязно — через соціальні мережі, месенджери та імейли. Та найцінніша — персональна комунікація. Якщо ви хочете повідомити важливу новину або надати персональну знижку чи бонус (кращий варіант) — напишіть особисте повідомлення зі звертанням за іменем.

**16. Благодійні ініціативи.** Долучайтесь до благодійних ініціатив вашого міста. Ви можете надати свої товари чи продукти як благодійний лот чи подарунок, який буде розіграно під час благодійного івенту.

**17. Фестивалі та спортивні події.** Якщо у вашому місті проходить великий фестиваль чи спортивна подія, що передбачає велику кількість учасників, ви можете прийти з командою на подію в футболках / кепках з вашим логотипом. Це буде виділяти вас із натовпу та звертати увагу інших.

**18. Робота зі ЗМІ.** Якщо ви експертка у своїй галузі, можете написати цікаву авторську колонку, що буде корисна читачам. Якщо інформація дійсно цінна і корисна, такий матеріал ЗМІ публікують безкоштовно.

**19. Участь у профільних конференціях.** Кожну участь у будь-якій події сприймайте як можливість розповісти про ваш бізнес. Не намагайтесь розрекламувати чи нав'язати. Наприклад, під час сесії запитань та відповідей на конференції чи навчальній програмі частіше ставте запитання, перед цим представляючи себе та свою компанію.

**20. Коментування.** Необхідно бути голосом своєї компанії та працювати над власним брендом. Долучайтесь до профільних груп в соціальних мережах, підписуйтесь на лідерів думок у вашій індустрії та вступайте в дискусію — коментуйте, висловлюйте власну думку. Так вас зможуть помітити потенційні клієнти чи партнери.

