

Секция «Связи с общественностью и теория коммуникации»

Стратегия запуска продуктов через интернет (массовая мотивация на действие)

Панферов Андрей Александрович

Студент

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Факультет журналистики, Москва, Россия
E-mail: merkquiry@gmail.com

При запуске любого продукта в широком смысле слова, будь то программное обеспечение, инфопродукт (*видеокурс с решением проблемы*), контентный портал или даже интернет-магазин, мы часто сталкиваемся с тем, что в первые дни запуска продажи идут очень вяло. Они не согласуются с предположениями и прогнозами, слабо распространяются, доходы не превышают расходы и в итоге проект так и не окупаются.

Однако в последние 3-4 года в Россию из США стали приходиться достаточно необычные технологии для интернет-коммуникаций и, в частности, интернет-маркетинга, которые позволяют буквально за несколько дней продавать любые продукты и за неделю давать очень серьезные показатели продаж.

Я решил проанализировать эти технологии и понял, что в основе лежит одна и та же стратегия – «Формула запуска продукта» («Product Launch Formula»), название которой дал современный американский инфомаркетолог Джефф Волкер.

Чтобы понять о чем идет речь, вспомним модель AIDA. После привлечения внимания (*attention*) пользователя (*он перешел по рекламному объявлению*) и получения от него базового интереса (*interest - он оставил свои контакты*), появляется задача вызвать у него максимально возможное желание (*desire*) купить продукт. На этапе желания лид (*потенциальный клиент*) замораживается и не имеет возможности совершить действие (*action - не важно, совершить покупку или некое иное действие*), до тех пор, пока не будет дано разрешение маркетолога, то есть не будут стартованы продажи. При этом желание подогревается как можно сильнее и у как можно большего числа пользователей.

В моем докладе будет подробно разобраны основные теоретические принципы и несколько практических кейсов применения формулы запуска продукта.

Именно на ней построены инновационные проекты в области электронной коммерции. Вот часть из них:

- **Groupon.com** - продажа скидок на развлечения и различные услуги. Самая быстрорастущая компания в мире, текущая годовая прибыль – 500млн. Сейчас *Groupon* стоит в одном ряду с Amazon.
- **KupiVIP.ru** – закрытый шопинг клуб, лидер российского рынка электронной торговли в области одежды.
- **Apple** – черты формулы запуска продукта можно обнаружить даже в той стратегии, которые применяла Apple для раскрутки iPad и iPhone 4G.
- **Андрей Парабеллум** – гуру инфобизнеса, совладелец www.infobusiness2.ru, один из самых известных в России бизнес-тренеров в области продаж и интернет-маркетинга.
- **World Of Warcraft** – самая прибыльная и самая известная онлайн игра в мире, более 12 миллионов активных пользователей.

Литература

Конференция «Ломоносов 2011»

1. Волкер Дж., Product Launch Formula 5.0, самостоятельно изданный видеокурс. jeffwalker.com, 2010
2. Парабеллум А., Продавая воздух, самостоятельно изданная книга. infobusiness2.ru, 2010
3. Котлер Ф., Основы маркетинга. М, 2010
4. Кеннеди Д., Продающее письмо. М, 2010