

**ЖАННА
МЕНЬШИКОВА**

106

**Сто цитат,
по которым
можно
изучить
маркетинг**

zm

ZHANNA_MENSHYKOVA
EDUCATION

Меньшикова Ж.

100 цитат, по которым можно изучить маркетинг. — О.: Типография «Планета»,

— 2020. — 48 стр.



Высказывания, которыми мне захотелось поделиться с Вами.

Забирайте те, которые отзываются.

Цитаты о маркетинге и не только.

Авторы — классики, практики и не только

100 цитат, по которым можно изучить маркетинг — тематическая подборка цитат классиков и практиков. Из разных годов, стран и разных направлений.

Многое отзовется, а что-то вызовет интерес и вопросы. Те цитаты, которые Вы хотите забрать себе - забирайте с удовольствием! Распечатайте их и повесьте в рабочем месте! Делитесь с Вашими коллегами и заряжайтесь ими сами.

Все права защищены. Никакая часть данной книги не может быть воспроизведена в какой бы то ни было форме без письменного разрешения владельца авторских прав.

© Z.Menshykova, 2020

© Дизайн: Сергей Коваленко, 2020



маркетинге и любви.

Эмоциональном
маркетинге



“Современный маркетинг — это любовь. Любовь к своим потребителям”. **МИЦУАКИ СИМАГУТИ**

“Понимание того, каковы ваши ценности, и пребывание в среде, позволяющей постоянно на них ориентироваться, — нечто большее, чем ключ к удовлетворению от работы. Это еще и ключ к счастью”. **ГОВАРД БЕХАР**

“В нашем постоянно меняющемся обществе самые мощные и долгоживущие бренды строятся от чистого сердца. Они искренни и устойчивы. Их фундамент прочнее других, потому что их укрепляет сила человеческого духа, а не рекламная кампания”. **ГОВАРД ШУЛЬЦ**

“Помните, что люди должны быть всегда на первом месте, и это даст вам необходимые ориентиры... Хороший сервис — это руки и ноги, а превосходный — это сердце”. **ГОВАРД БЕХАР**

Желание

прикоснуться

к звездам

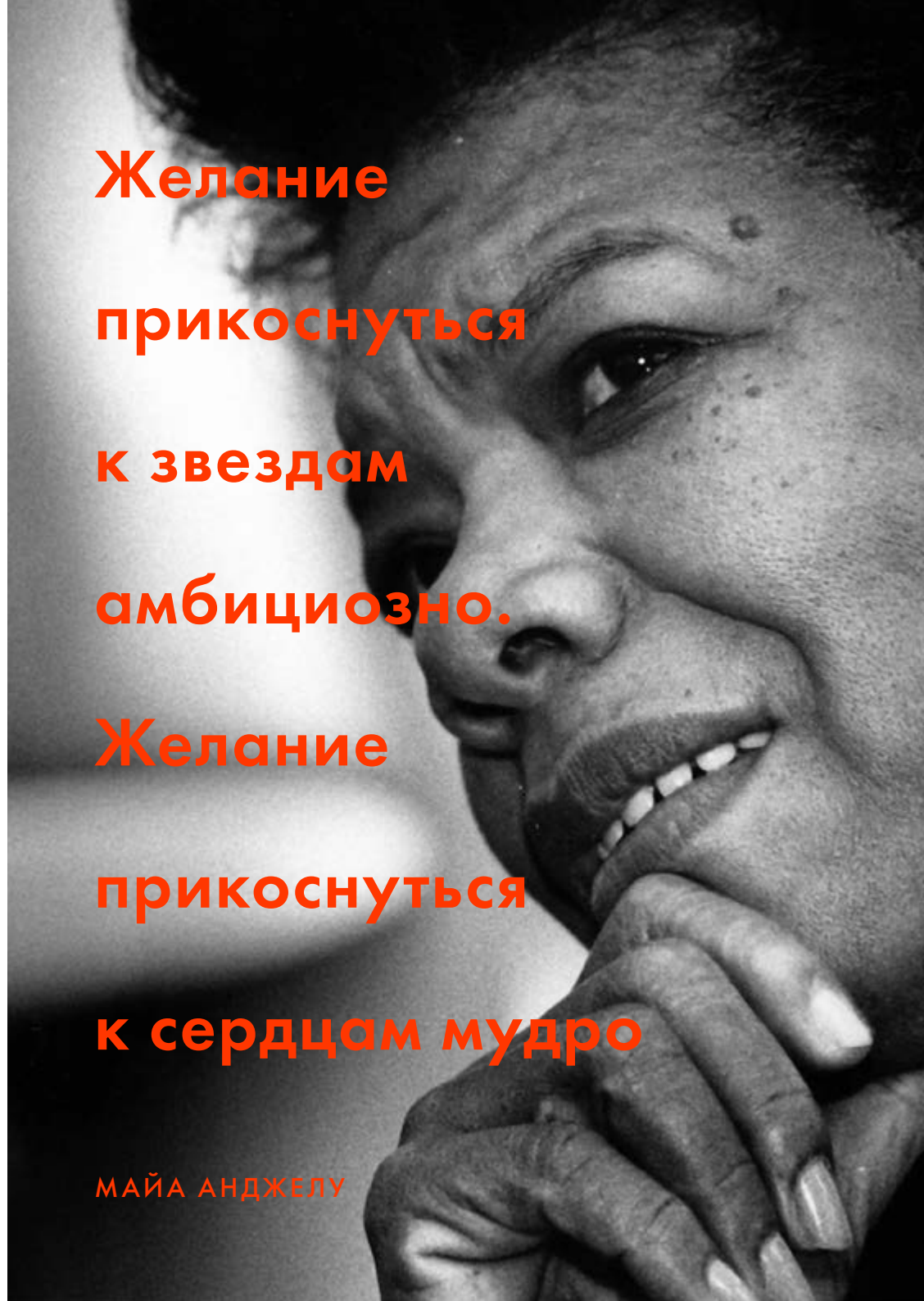
амбициозно.

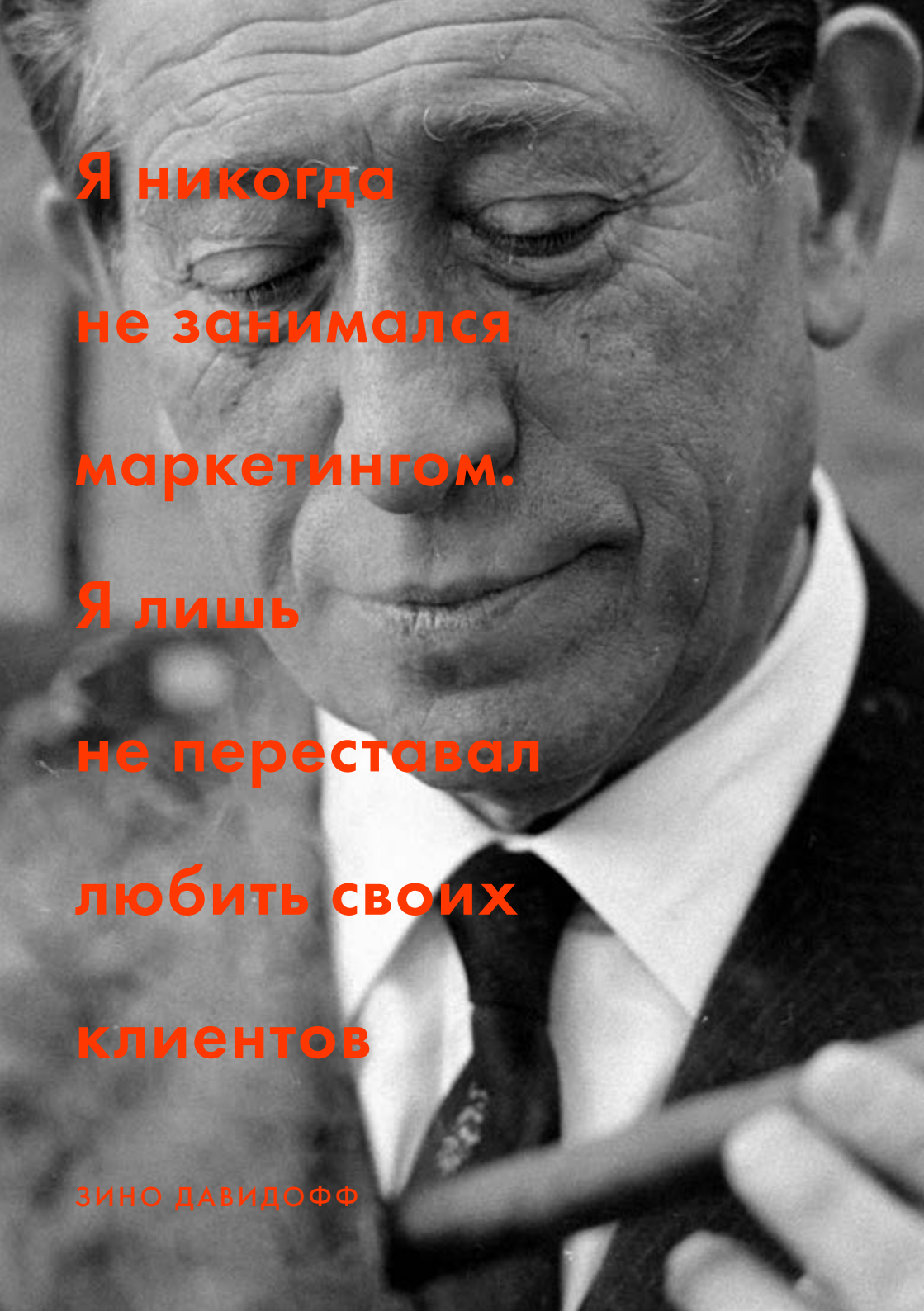
Желание

прикоснуться

к сердцам мудро

МАЙА АНДЖЕЛУ





**Я никогда
не занимался
маркетингом.**

**Я лишь
не переставал
любить своих
клиентов**

ЗИНО ДАВИДОФФ

“Чтобы сладить с собой, используй голову, чтобы поладить с другими — сердце”. **ЭЛЕОНОРА РУЗВЕЛЬТ**

“Маркетинг не имеет ничего общего с поисками хитрых способов избавиться от произведенного товара. Маркетинг — это искусство создания ценности для потребителя”. **ФИЛИПП КОТЛЕР**

«Лично я люблю землянику со сливками, но рыба почему-то предпочитает червяков. Вот почему, когда я иду на рыбалку, я думаю не о том, что люблю я, а о том, что любит рыба». **ДЕЙЛ КАРНЕГИ**

«На фабрике мы производим косметику, в аптеке продаем надежду во флаконе». **ЧАРЛЬЗ РЕВСОН**

”



маркетинге



«Маркетинг — вид человеческой деятельности, направленной на удовлетворение нужд и потребностей посредством обмена». **ФИЛИП КОТЛЕР**

«В маркетинге - потребители покупают не продукты и услуги, а платят деньги за разрешение мотива или удовлетворение потребности». **ТЕОДОР ЛЕВИТТ**

«Основная задача маркетинга — это приобретение и удержание клиентов. Точка... Нет клиентов — нет продаж. Нет продаж — нет бизнеса. Нет маркетинга — нет клиентов. Круг замкнулся». **ИГОРЬ МАНН**

«Цель маркетинга — сделать усилия по сбыту ненужными. Его цель — так хорошо познать и понять клиента, что товар или услуга будут точно подходить последнему и продавать себя сами». **ФИЛИП КОТЛЕР**

«Приоритеты, простота, четкое сообщение — это основа блестящего маркетинга». **АЛЛАН ДИБ**

“Маркетинг и инновации обеспечивают результаты, все остальное — это расходы. Так как целью коммерческого предприятия является привлечение и удержание покупателей, у него могут быть две и только две функции: маркетинг и инновации”. **ПИТЕР ДРУКЕР**

“Если фирма не сумеет разбить рынок на сегменты, то рынок разобьет на сегменты фирму”. **ПИТЕР ДОЙЛЬ**

“Задача маркетинга в том, чтобы свести к минимуму усилия по продажам. В идеале, маркетинг должен создавать готового к покупке потребителя”. **ПИТЕР ДРУКЕР**

“Маркетинг — это кино, в котором главный герой — товар. Все остальные детали и герои — часть сюжета о том, чем мой товар отличается от других и почему следует покупать именно его. Посмотреть хороший фильм приходят много зрителей”. **ДЖЕК ТРАУТ**

”

**Маркетинг
состоит
в том, чтобы
распространить
среди людей
историю о ваших
преимуществах,
причем так, чтобы
эти люди могли
оценить их**



потребителе



“Потребители. Это крупнейший экономический слой, который воздействует на любое частное или государственное экономическое решение. Но это единственный голос, которого зачастую не слышно”. **ДЖОН Ф.КЕННЕДИ**

“То, что фирма думает о своей продукции, не самое главное, особенно для будущего бизнеса или для его успеха. Что потребитель думает о своей покупке, в чем он видит ее ценность - вот что имеет решающее значение, определяет сущность бизнеса, его направленность и шансы на успех”. **ПИТЕР ДРУКЕР**

“Когда вы слушаете потребителя, происходят удивительные вещи”. **ДЖОНАТАН МИЛДЕНХОЛЛ**

“Есть ли разница между средним и посредственным? Практически никакой... Создавайте выдающиеся продукты, и люди, которым нужны такие продукты, найдут их сами”. **СЕТ ГОДИН**

“Бизнес может зайти в тупик, если сосредоточиться не на покупателях, а на конкурентах. Вам нужно определить, что хотят покупатели и как им это дать”.

ДЖЕФФ БЕЗОС

“Смартфоны всегда под рукой, поэтому покупатели в любой момент могут начать что-то искать. И они рассчитывают, что бренды будут понимать их потребности и предлагать только то, что действительно нужно прямо сейчас. Если вы хотите, чтобы покупатели выбрали вас, будьте готовы дать им релевантную информацию в подходящий момент”. **ТОДД ПОЛЛАК**

”Если вы не заботитесь о своем клиенте, это сделает ваш конкурент”. **БОБ УИ**

“Клиент — это самый важный посетитель на нашей территории. Он не зависит от нас. Мы зависим от него. Он — не помеха нашей работе. Он — ее цель. Он не посторонний в нашем бизнесе. Он — его часть”.

МАХАТМА ГАНДИ

”

Зарплату

платит не

работодатель —

он только

распоряжается

деньгами.

Зарплату платит

клиент

— **ГЕНРИ ФОРД**



КЛИЕНТО- ориентированности



“Лучшая в мире система клиентского сервиса является и самой простой: делай то, что обещал, и делай это с первого раза... Сделайте для своего клиента бесплатно то, что вы бы сделали для своего друга...Главное здесь — честность и восхищение. И умение делать людей счастливыми”. **К. СЬЮЭЛЛ И П. БРАУН**

“Закон правды гласит, что правда — это не то, что вы думаете. И не то, что думает сосед за дверью или ваши клиенты. Правда — это то, во что верят люди. Вот что такое, правда. Она у каждого своя”. **РОМАН МАСЛЕННИКОВ**

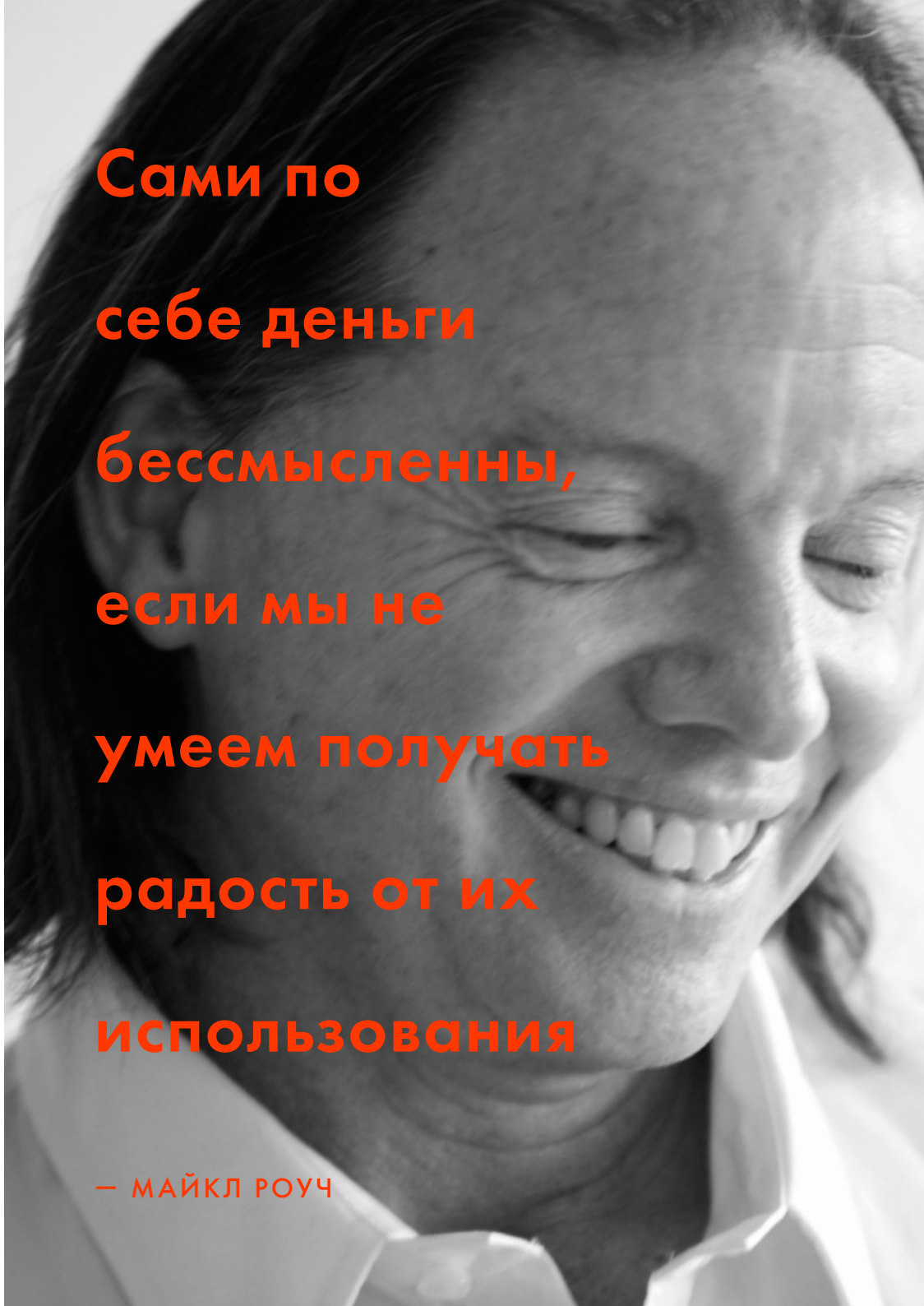
“Отрицательные отзывы — это ваш шанс. Прислушайтесь к ним и сделайте выводы”. **ЭНДИ СЕРНОВИЦ**

“Жалоба: дорога жизни, ведущая к клиенту”. **ДЖАНЕЛЛ БАРЛОУ, КЛАУС МЕЛЛЕР**

“Ключ к успеху — это создание у клиентов реалистичных ожиданий, а затем эти ожидания нужно не просто оправдать, их нужно превзойти”. **РИЧАРД БРЭНСОН**

“Если вы чувствуете, что у клиента может зародиться возражение, а вы его проигнорируете, то это все равно, что проигнорировать самого клиента. Вы останетесь ни с чем. А он все поймет и ничего не купит”.
ДЖОЗЕФ ШУГЕРМАН

“Представьте свои ощущения, если, зайдя всего лишь второй раз в магазин, вы услышите от продавца радостное: „Роб! Рад снова вас видеть“. А потом: „Как поживает Рики, как малыши Марк и Дженнифер?“ И в довершение: „Довольны ли вы темно-синим костюмом от Zegna, который купили здесь в марте прошлого года? Кстати, нам только что завезли красивые костюмы в серую полоску, есть ваш размер”.
ДЖЕК МИТЧЕЛЛ



**Сами по себе деньги
бесмысленны,
если мы не
умеем получать
радость от их
использования**



**Дайте
клиенту
выбор,
и он оставит
у вас все
свои деньги**

— ФИЛИП КОТЛЕР

“Ничто не произведет на клиента большего впечатления, чем сознание того факта, что вы потратили на него свое время и усилия, чтобы собрать информацию о его ситуации и способах решения его проблем”.

БРАЙАН ТРЕЙСИ

“Не мешайте своим клиентам брать. Лучше дайте им то, чего они желают”. **МАЙК ВОЛЬП**

”



позиционировании



“Завладеть умом хорошо, но завладеть сердцем куда лучше”. **ПИТЕР ДРУКЕР**

“Многие компании не понимают разницы между созданием продукта и марки. Продукт есть то, что произведено на предприятии. Марка есть нечто, производимое в сознании. Рыночный успех предполагает выпуск марок, а не продуктов”. **ДЖЕК ТРАУТ**

“Реальная ценность - это вовсе не та, которой обладает сам по себе товар или услуга, а ценность, которой он наделен в сознании клиента. Если клиент считает, что твой товар стоит пять долларов, то он действительно стоит пять долларов”. **БИЛЛ БИШОП**

“Выигрывает тот, чье название первым приходит в голову”. **НИР ЭЯЛЬ, РАЙАН ХУВЕР**

“Люди покупают доверие прежде, чем они купят товары”. **МАРК СТИВЕНС**

“Самое важное понятие в маркетинге — понятие бренда. Если вы не бренд — вы не существуете. Кто же вы тогда? Вы — обычный товар”. **ФИЛИП КОТЛЕР**

“Люди по-прежнему остаются важнейшим активом и главным компонентом конкурентного преимущества Starbucks... кофейни не продают кофе. Они продают третье место между домом и работой, где бы человек чувствовал себя комфортно”. **ГОВАРД ШУЛЬЦ**

“Конкурентная стратегия состоит в том, чтобы отличаться о других. Это означает осознанный выбор иного комплекса мероприятий по предоставлению уникальной ценности”. **МАЙКЛ ПОРТЕР**

”

Наш бизнес —
не кофе,
который
мы подаём
людям, а люди,
которым мы
подаём кофе

— ГОВАРД БЕХАР





продажах



“Разница между продажей и маркетингом заключается в том, что продажа - это избавление от того, что у вас есть, тогда как маркетинг - это имение того, что хотят люди”. **ТЕОДОР ЛЕВИТ**

“Люди покупают не то, что вы создаете, а то, почему вы это создаете”. **САЙМОН САЙНЕК**

“Красиво оформленное глупое предложение пойдет намного дальше, чем неудачно оформленная замечательная идея”. **СКОТТ АДАМС**

“Умение слушать приносит много пользы, которой никогда не принесет умение говорить. Нет лучшего метода, чтобы возбудить доверие людей, чем внимательно выслушать то, что хочет высказать собеседник...”
“Относитесь к возражениям как к запросам новой информации”. **БРАЙАН ТРЕЙСИ**

“Продавай решения, а не просто продукцию”.

КЛАУС ЛЕЙЗИНДЖЕР

“В эру «человечного» маркетинга успешность продаж определяется долей клиентов, купивших данный товар или услугу второй раз”. **ЛУИС БУН**

“Нейрология решений о покупке основана на простом уравнении: чистая ценность = удовольствие — страдание. Чем выше чистая ценность, тем вероятнее покупка”. **БАРДЕН ФИЛ**

“Гораздо проще продать то, что люди хотят купить”.

СЕТ ГОДИН

“То, что называют удачей, обычно является следствием успешных коммуникаций”. **ЭЛ РАЙС, ДЖЕК ТРАУТ**

”



**Вы
не можете
продать,
если люди
не хотят
покупать**

— АКИО МОРИТА



рекламе



“Есть только один единственный способ найти решение ваших проблем в рекламе — спросите вашего покупателя. Это — истина в последней инстанции”.

КЛОД ХОПКИНС

“Реклама сопряжена с таким количеством проблем, как строительство небоскреба. И большая часть этих проблем связана с фундаментом”.

КЛОД ХОПКИНС

“Перестаньте рекламировать свою унылую продукцию и займитесь ее инновацией”.

СЕТ ГОДИН

“Сворачивать рекламу, чтобы сберечь деньги, все равно, что останавливать часы, чтобы сберечь время”.

Э. МАКЕНЗИ

“Когда мы только начинали, данных не просто не хватало — их практически не было. Мы совсем мало знали о нашей аудитории... Хотя данные и совершили революцию в отрасли, их недостаточно... Важно знать, как их использовать”.

ДЖУЛИ РИГЕР

“Один миллион, вложенный в эффективную рекламу, продает больше, чем десять миллионов, вложенных в неэффективную рекламу... Если говорят о рекламе, это плохая реклама. Если говорят о товаре, это хорошая реклама... Цель рекламы состоит не в том, чтобы развлекать зрителя, а в том, чтобы продавать ему товар... Никогда не создавайте такую рекламу, которую вы бы не хотели, чтобы увидела ваша семья. Вы не стали бы лгать собственной жене. Не лгите и моей”.

ДАВИД ОГИЛВИ

“Реклама — это способность чувствовать и передавать само сердцебиение бизнеса в словах, бумаге и чернилах”.

ЛЕО БЕРНЕТТ

“Делать деньги без рекламы может только монетный двор”.

ТОМАС МАКОЛЕЙ

”



**Реклама —
самое
увлекательное
из того, что
можно делать
не раздеваясь**

— **ДЖЕРРИ ДЕЛЛА ФЕМИНА**



продвижении



“Маркетологи стараются кричать во все горло. Однако иногда хорошо продуманный шепот доходит до большего количества ушей». **ЭМАНУИЛ РОЗЕН**

“Реальность — это то, что в голове”. **ПЛАТОН**

“Продавайте недовольным скрягам, и это будет отражаться на вашем бизнесе. А с другой стороны, когда вы найдете великолепных клиентов, они страстно помогут вам в создании вашего бизнеса. Они увлекутся и создадут о вас молву”. **СЕТ ГОДИН**

“Единственная цель первого предложения рекламного текста — заставить прочитать второе предложение”.
ДЖОЗЕФ ШУГЕРМАН

“...автору нужно задавать себе всего один вопрос: “А я бы сам расшарил этот пост, если бы входил в его целевую аудиторию?”. **ДЕНИС САВЕЛЬЕВ, ЕВГЕНИЯ КРЮКОВА**

“Контент — король”. **БИЛЛ ГЕЙТС**

“Действительно говорите со своими клиентами. Используйте язык, который они используют. Говорите о том, о чем они говорят. Никогда не кормите салатом льва”.
ДЖЕЙ АКУНЦО

“Люди доверяют друг другу больше, чем учреждениям”
ДЖО ЧЕРНОВ

“Умение помещать информацию в контекст жизни потенциального клиента становится ключевой маркетинговой стратегией”. **ДЖОН ЯНЧ**

”



**Хорошее
обслуживание
позволяет
забыть о цене**

— **ДЭЙВИД ОГИЛВИ**

О продукте



“Без перемен в продукте или услуге, цене или способе распространения, любая стратегия будет бессмысленным потоком слов.... Маркетинг - это кино, в котором главный герой - товар”. **ДЖЕК ТРАУТ**

“Вещь стоит ровно столько, сколько готов заплатить за нее покупатель”. **ПУБЛИЛИЙ СИР**

“Качество — это делать что-либо правильно, даже когда никто не смотрит”. **ГЕНРИ ФОРД**

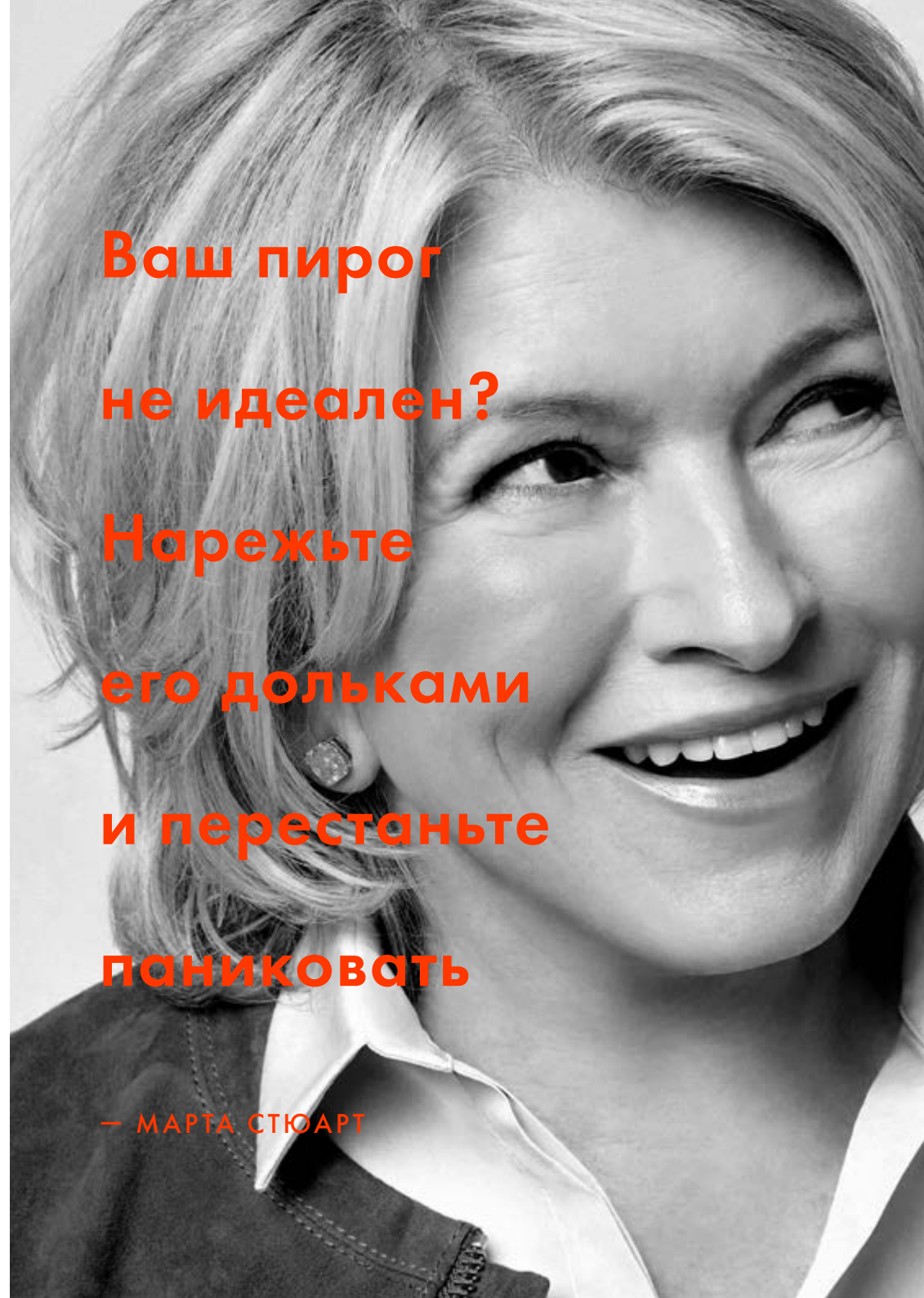
«Мы верим, что бизнес должен что-то значить. В его основе должен быть какой-то оригинальный продукт, превосходящий ожидания клиента». **ГОВАРД ШУЛЬЦ**

“То, что некоторые коммерсанты считают законами маркетинга, основывается на ложной предпосылке, что главный герой маркетинговой программы — это сам продукт и что победа или поражение компании зависит от достоинств продукта. Вот почему естественный, логический способ маркетинга продукта неизменно ошибочен”. **ДЖЕК ТРАУТ**

“Дизайн — это не то, как выглядит вещь! Это то, как она работает, её глубинная суть”. **СТИВ ДЖОБС**

“Качество — это когда возвращается покупатель — а не товар”. **БЕНДЖАМИН ФРАНКЛИН**

”



**Ваш пирог
не идеален?**

Нарежьте

его дольками

и перестаньте

паниковать

— **МАРТА СТЮАРТ**



людях, себе и движении



“Бизнес — не только деньги”. **МАЙКЛ РОУЧ**

“Тот, кто хочет видеть результаты своего труда немедленно, должен идти в сапожники”. **АЛЬБЕРТ ЭЙНШТЕЙН**

“Если руководство компании говорит вам, что маркетинг - пустая случайность, пошлите к черту не маркетинг, а эту компанию”. **ПАВЕЛ ЧЕРНОЗУБЕНКО**

“Предприниматель, который разрушает своё здоровье, занимаясь бизнесом, извращает само назначение бизнеса”. **МАЙКЛ РОУЧ**

“Если ваши клиенты стареют вместе с вами, то в конечном итоге вас можно будет сдавать в утиль. Нужно пытаться понять новых клиентов и оставаться вечно молодым”. **ДЖЕФФ БЕЗОС**

“Всё, что мы собой представляем, — это наши идеи и наши люди. Вставать по утрам и тащиться на работу нас заставляют лишь находящиеся в стенах компании блистательно умные люди. Я всегда полагал, что правильный подбор сотрудников — это залог успеха в любых делах”. **СТИВ ДЖОБС**

“Умение общаться с людьми — это товар, который можно купить так же, как мы покупаем чай или кофе, и за этот товар я готов заплатить больше, чем за что-либо другое”. **ДЖОН Д. РОКФЕЛЛЕР**

“Развивайте в себе способности к таким вещам, как целеустремленность, любовь, вера в чудо, милосердие и смелость”. **ДЖОН ЯНЧ**

“Как известно, изменения — единственное, что постоянно в этом мире. (...) если вы сегодня будете делать то же, что и вчера, то потеряете свой бизнес”. **ФИЛИП КОТЛЕР**

**Великие
КОМПАНИИ**

НАЧИНАЮТСЯ

С ЖАЖДЫ

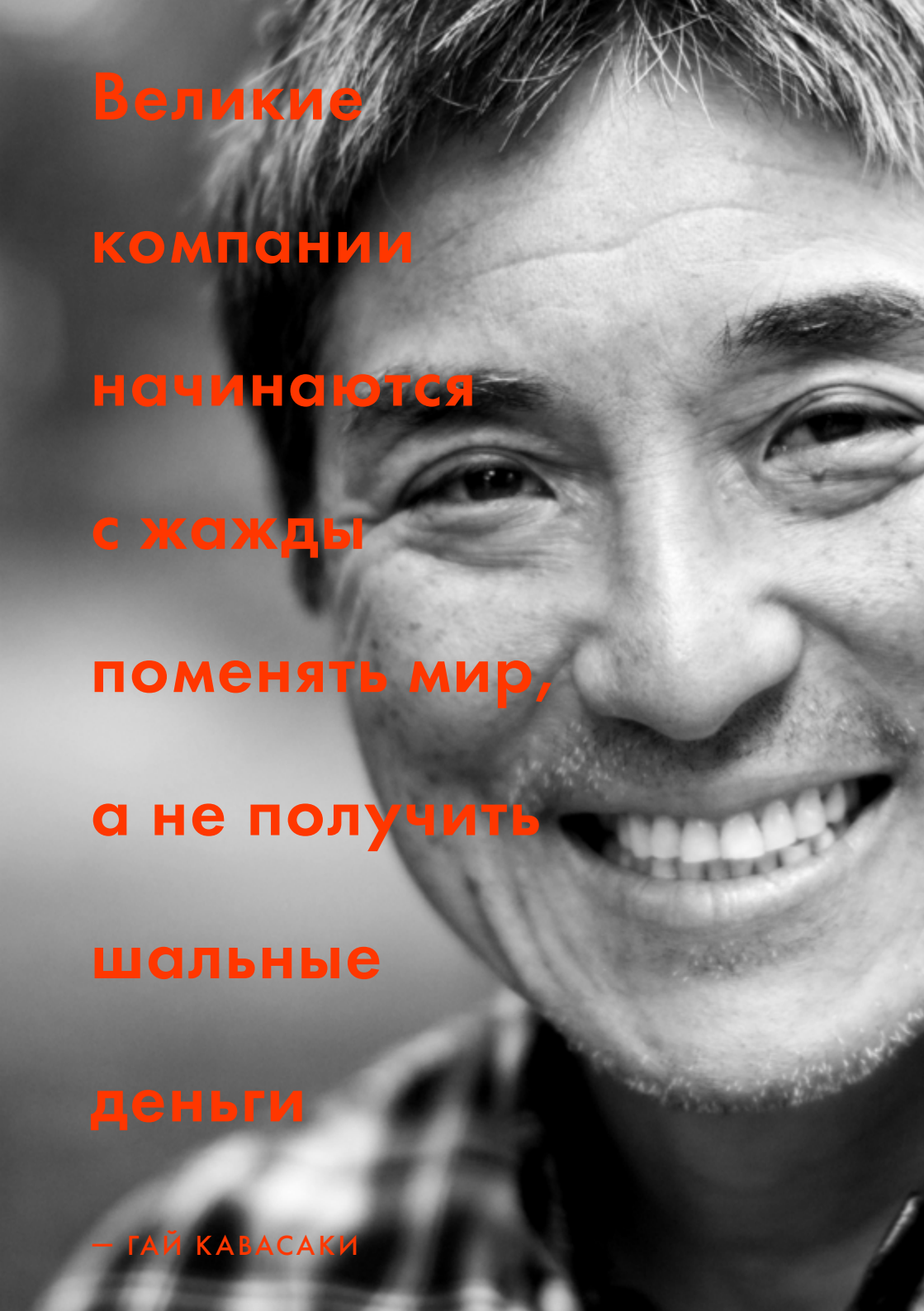
ПОМЕНЯТЬ МИР,

А НЕ ПОЛУЧИТЬ

ШАЛЬНЫЕ

ДЕНЬГИ

— **ГАЙ КАВАСАКИ**





Самая
главная
формула
успеха —
знать, как
общаться
с людьми

— ТЕОДОР РУЗВЕЛЬТ

“Если ты споришь с идиотом, то вероятно, то же самое делает и он”. **МИХАИЛ ЖВАНЕЦКИЙ**

“Не гадайте, куда вас приведет тропинка. Сойдите с нее и проложите свою собственную”. **РАЛЬФ ЭМЕРСОН**

“Муза существует. Но она приходит только к тем, кто работает”. **ПАБЛО ПИКАССО**

”

Как достучаться

до клиента?

Перестаньте

к нему стучаться,

просто откройте

ему дверь

— ЖАННА МЕНЬШИКОВА

