

МОЙ ПЕРВЫЙ ОПЫТ В МАРКЕТИНГЕ



Май 1993 года. Второй месяц моего бизнеса в электронных компонентах. Выставка «Связь». Эта выставка была единственной в то время, на которой можно было увидеть поставщиков электронных компонентов. Поскольку я собирался стать одним из них, я пришел на выставку посмотреть как они работают, поучиться у состоявшихся компаний. Главной моей удачей было посещение стенда компании ZETRON, если я не ошибаюсь в названии за давностью лет, на котором я познакомился с Борисом

Потаповым. В его задачи входило распространять в правильные руки толстенный каталог электронных компонентов с краткими их характеристиками, классический, как я узнал позже, инструмент маркетинга каталожных компаний в то время. Взяв его в руки, я осознал, что держу сокровище, ключ к рынку, обладание которым – необходимое условие успеха в бизнесе, который я собирался строить. Борис колебался, стоит ли давать мне этот каталог, будет ли польза для него и компании ZETRON, которую он представлял. Мне повезло, и я покинул стенд, став счастливым обладателем каталога. Вторым важным событием выставки для меня оказались воздушные шарики. В стороне от стендов я увидел длинную очередь, которая привлекла мое внимание. Какая-то компания надувала и раздавала бесплатно воздушные шарики. В то время у меня было двое маленьких детей, и я конечно же встал в эту очередь. Какая интересная идея – раздавать шарики с логотипом, названием и номером телефона компании, подумал я. Совмещение семейных ценностей и бизнеса – просто блеск! Очередь шла быстро, и вскоре я стал счастливым обладателем еще и двух воздушных шариков с реквизитами компании SE Spezial-Electronic. Стенда этой компании на выставке не было, видимо они решили, что тратить деньги на стенд и время специалистов – не самый лучший способ продвижения компании на рынке, намного эффективнее привлечь потенциальных клиентов непосредственно в офис компании.

Через несколько дней я позвонил, сообщив, что о компании я узнал на выставке «Связь». Меня вежливо пригласили приехать в офис по адресу Ленинский проспект, 148. Адрес я помню до сих пор как помню имя первой девочки, которая мне понравилась. Это был первый офис компании, поставляющей электронные компоненты, в котором я оказался. Меня встретил человек, выглядевший как менеджер из американского фильма, его звали Василий Дедов. Он провел со мной много времени, рассказывая что-то про компанию MAXIM, представителем которой являлась Spezial-Electronic (тогда я впервые узнал про компанию MAXIM, с которой в будущем я был тесно связан). Для меня все было внове, я ловил каждое слово, практически не понимая ничего из того, что слышал. Прощаясь, он снабдил меня несколькими каталогами MAXIM, различавшимися по толщине и, очевидно, по содержанию. Напоследок, прощаясь, я задал Василию важный для меня вопрос:

- Вы придумали очень интересный маркетинговый ход – раздавать шарики. Как много людей посетили ваш офис в результате этой акции?

И Василий, не стесняясь ответил: Вы – единственный посетитель.

Борис Рудяк : июль 2020