

Co marketing opravdu dělá

Jednoduchý příběh o malé značce, která si myslela, že marketing znamená postovat častěji.

KAPITOLA 1

Seznamte se s Luna Bowl



Malé obědové bistro s dobrým jídlem a jedním známým problémem:
nechodí dost lidí.

Seznamte se s Luna Bowl

Luna Bowl je malé obědové bistro poblíž rušné kancelářské čtvrti.

Prodává čerstvé bowly, polévky a rychlá zdravá jídla.
Jídlo je dobré. Tým je přátelský. Suroviny jsou čerstvé.
Majitelka je hrdá.
Je tu jen jeden malý problém: nechodí dost lidí.



Moment „potřebujeme více marketingu“

V tu chvíli mnoho firem řekne slavnou větu:
„Potřebujeme více marketingu.“

Obvykle to znamená více příspěvků, více reklam, hezčí logo, influencers nebo TikTok, protože něčí synovec řekl, že TikTok je důležitý.

Luna Bowl začne stejně.
Postují fotky quinoj. Odvážný krok.
Přidají popisky jako „Čerstvé. Zdravé. Výborné.“
To není špatně.
Jen by to mohlo říct každé obědové bistro ve vesmíru.



Marketing má problém s pověstí

Někteří lidé si myslí, že marketing znamená reklamu.

Jiní si myslí, že znamená sociální sítě.

Jiní si myslí, že znamená dělat věci hezčí.

Některé firmy používají marketing jako hasicí přístroj.

Prodeje klesají? Rozbijte sklo. Spustte kampaň.

Ale marketing není hasicí přístroj.

Marketing je spíš navigační systém.



Skutečná otázka

Luna Bowl se nejdřív ptá: „Proč marketing nefunguje?“

Otázka ale nezní: „Jak uděláme více marketingu?“

Otázka zní: „Co má marketing vlastně vyřešit?“

Tato otázka posune tým od aktivity k účelu.



Marketing je zajímavý.
Lidé se jen hodně snaží, aby zněl nudně.