

Вступление

Предисловие — самая важная часть книги.
Даже рецензенты читают предисловие.
Филип Гедалла

Считается, что потенциальные читатели вначале обращают внимание на обложку, затем пролистывают книгу и читают вступление.

И в этом вступлении мы сразу же хотели бы ответить на их вопросы.

Для кого эта книга? Кто идеальный читатель? Какая, говоря профессиональным языком, целевая аудитория?

Во-первых, эта книга для того, кто хочет стать директором по маркетингу или готовится стать им очень скоро (это наша главная читательская аудитория).

Во-вторых, эта книга для того менеджера по маркетингу, который мечтает стать директором («плох тот солдат, который не мечтает стать генералом»).

В-третьих, эта книга предназначена для директоров по маркетингу. Мы ждем от вас одобрения, замечаний, критики, но самое главное — подобных книг. Мы должны делиться своим опытом не только с теми, с кем работаем.

И наконец, эта книга для всех тех, кому понравилась книга «Маркетинг на 100%». Мы сумели написать книгу в том же ключе — весело, конкретно и полезно.

Зачем читать эту книгу?

Кто такой «хороший директор»?

Хороший директор — это:

- лидер и хороший начальник (для своих подчиненных);
- хороший профессионал (для сослуживцев, бизнес-партнеров, клиентов, поставщиков, журналистов и т.д.);
- хороший коллега;
- хороший подчиненный и союзник (для директора компании и учредителей).

Эта книга как раз о том, как быть хорошим коллегой, начальником и профессионалом. Мы уверены, что вы найдете здесь много идей и мыслей — для себя, для своей команды, для своего маркетинга.

Поэтому берите карандаш, открывайте книгу... приятно-полезного чтения, коллега!

Игорь Манн,

Анна Турусина

P.S. Книга написана нами вдвоем, но для большей динамичности и создания эмпатии (вот какие слова мы знаем! но не бойтесь, их больше в тексте не будет!) мы решили, что книга должна быть написана от первого лица — и этим «лицом» будет Игорь.

Предупреждение читателю

Наша книга не очень велика по объему. Причин тому три.

Во-первых, я достаточно много рассказал в книгах «Маркетинг на 100%: ремикс» и «Маркетинг. А теперь вопросы!». Те приемы, подходы, которые работают для менеджера, будут работать и для директора. Повторяться мне не хотелось бы.

Во-вторых, директора (или те, кто стремится к этой позиции) — достаточно занятые люди, им некогда читать толстые книги. Поэтому, как и в прошлый раз, минимум воды, максимум рекомендаций.

Так же как и в случае с «Маркетингом на 100%: ремикс», я заранее приношу извинения, если где-то как-то использовал чужие мысли. Я слишком много читаю, общаюсь, чтобы не попасть под влияние других.

В-третьих, как и в случае с книгой «Маркетинг на 100%: ремикс», это только начало. Я жду вашей обратной связи, читатель (и заранее спасибо!).

Ваши комментарии, замечания и вопросы (многие я уже использовал во врезках этой книги) помогут сделать следующее издание еще более интересным и полезным чтением

(увы, с большим количеством страниц — но, может, тогда мы уменьшим размер шрифта?). Я и сам планирую многому научиться. И поделиться с вами новым опытом.

Поэтому хорошего чтения, читатель! И до встречи в Интернете, в жизни и на страницах следующего издания!

Игорь Манн