

Литература, рекомендуемая к самостоятельному изучению по теме: «Основы маркетинга»

Статья «Как УТП помогает продавать»

УТП — уникальное торговое предложение — часто воспринимается как теоретический бизнес-термин, созданный методологами бизнеса и маркетинга и не имеющий ничего общего с практикой реального предпринимательства. В этой статье рассказываем, почему УТП нельзя пренебрегать и зачем нужно целенаправленно работать над УТП своего дела. Если вы спросите любого предпринимателя, знает ли он что такое УТП, в большинстве своем вы получите утвердительный ответ. Однако вопрос «Какое УТП у вашего бизнеса?» может поставить в ступор каждого второго предпринимателя.

Дело в том, что на первый взгляд УТП легко создать, поэтому предприниматели не уделяют должного внимания этой задаче, ведь у них есть гораздо более сложные и значимые дела. Но стоит только задуматься об работающем УТП, владельцы 70% бизнесов, хватаются за голову и понимают, что УТП у них нет и они не понимают, как его создать. Но именно УТП выделяет вас среди других. Именно УТП стимулирует клиентов покупать у вас, а не у ваших конкурентов. Именно УТП удерживает клиентов и не дает им уйти к более дешевым аналогам.

В чем поможет УТП

«Если у вас сильный УТП, вы сошли с ума, если не используете его» Дрейтон Берд
Действительно, наличие правильного УТП облегчает жизнь бизнесу. Есть 5 основных сфер, где сформулированное и четкое УТП улучшает бизнес-результаты.

Продажи

Одно из самых сложных клиентских возражений в продажах: «Почему мы должны покупать у вас, а не у ваших конкурентов?» — разбивается о УТП вашего бизнеса, так как вы можете уверенно и без промедлений рассказать, почему клиенту стоит выбрать вас, чем вы лучше, и почему покупке у вас самое разумное решение.

Маркетинг и реклама

Очевидно, что в любых рекламных и маркетинговых кампаниях подчеркиваются преимущества продукта/услуги/компании. Но как ваша компания будет выделяться, если у вас нет своего УТП? Клиенты будут видеть одинаковую рекламу с одинаковыми преимуществами — им ничего не останется кроме как выбрать по цене.

Если вы проработаете основное УТП, а также УТП для разных клиентских групп, сможете «бить точно в цель» своими рекламными сообщениями и захватывать разные группы целевой аудитории.

Создайте вескую причину, чтобы люди покупали именно у вас с помощью пошаговой инструкции, заданий, формул и чек-листов

Контент-маркетинг

УТП также является основой контент-маркетинга. Имея УТП вы знаете, на чем делать акценты в своих соцсетях, email-рассылках, обучающих материалах. Зная свое преимущество перед другими вы можете нативно доносить его до потенциальных клиентов различными способами.

Телемаркетинг

Если вы активно используете продажи по телефону, УТП как нельзя лучше поможет вам создать скрипты истанет для ваших менеджеров опорой при отработке возражений. Когда менеджеры точно знают, в чем уникальность продукта, они работают эффективнее и приносят больше продаж.

Email-маркетинг

Email-маркетинг особенно хорошо работает на «прогрев» потенциальных клиентов. Если человек пока не готов купить прямо сейчас, сомневается или еще выбирает среди других предложений, используя УТП и email-маркетинг вы можете убедить его стать вашим клиентом. Создайте welcome-цепочку из писем, в которых будете подробно рассказывать и объяснять, почему клиенту стоит выбрать именно вас.

Заключение

УТП не просто термин, это одно из самых важных в бизнесе понятий, которое влияет на его успешность. Если у вас до сих пор нет УТП, срочно начинайте работу по его созданию и формулированию.

