



Tudi vam poskušajo »prodati«, da so za povečanje vašega zaslužka, potrebna večja finančna vlaganja v reklamo?

Tudi to je ena od poti, vendar vam mi predlagamo drugačno, prav nasprotno rešitev!

Ste kdaj razmišljali koliko vas stane nasvet marketinškega osebja?
Ali 1 ura ustvarjanja kreativnih, a ne vedno finančno uspešnih idej vaših zaposlenih?

Ste kdaj pomislili, da bi vi sami znali kakšno prodajno akcijo izpeljati bolje od kolega, podrejenih, šefa?
Pa vendar to ni vaše področje, sploh pa nimate časa, da bi se ukvarjali s tem, kaj šele učili tudi te »obrti«, obiskovali seminarje, tečaje, brali knjige...?

Kako z minimalnim finančnim vložkom ... očaram šefa, celo partnerja, kolege, nadgradim svoje znanje, podjetju prislužim večji dobiček in ... ? Ah, takole v mislih je vse mogoče!

Pa vendar je mogoče tudi v realnem življenju!

Vas zanima, kako **s finančnim vložkom le 79€ in minimalnim vložkom časa** pridobite več novih strank, obdržite vse obstoječe, prodate več vaših, že tako odličnih izdelkov ali storitev in hkrati dosežete vse to, kar je sprva le v mislih videti mogoče in dosegljivo?

Ne, ne obljubljam vam enormnih dobičkov za prav nič vložene truda! Čisto zlahka tudi tukaj ne gre. Tudi tu je potrebno vložiti nekaj truda, vendar so tukaj rezultati opazni in dolgotrajni!

Priznam, vašega načina dela v marketingu ne poznam. Seveda oglašujete, pišete kakšna prodajna pisma ali ponudbe, skrbite za svoje stranke, pridobivate nove, morda sodelujete z oblikovalcem, tekstopiscem, morda celo marketinško agencijo ali pa ste šele na prvem koraku te zapletene uganke imenovane marketing.

Me pa zanima, ali ste se v tem času že spraševali, ali je to res vse, kar se da storiti. Je od tu naprej potrebno le še plačevati več za boljše termine oglaševanja, daljše, večje reklame, večje količine pošte, boljše marketinške sodelavce?

In če vam zaupam, da se je naučiti napisati odlično prodajno pismo, narediti učinkovito reklamo, izbrati dobro marketinško osebje, ki ni nujno tudi drago, najti odličen skupni jezik s to isto marketinško agencijo, s katero ste do sedaj morda zaradi njihovega umetniškega in ustvarjalnega občutka izgubljali lase, uspešno voditi in usmerjati osebje odgovorno za marketing v vašem podjetju, sila lahko?

Ne, seminarji! Ne tečaji! Ne kupi knjig!

Le ena sama knjiga, ki pokriva celotno področje!

Obrnite ----->

Se vam zdi knjiga draga? To je knjiga, kot malo katera druga

To ni navadna knjiga, ki jo preberete, dobite iz nje nekaj motivacije, dve ideji, malce zabave, jo položite na polico in se nanjo nikoli več ne spomnite.

Dolga leta je knjiga (v originalu naslovljena Commonsense Direct Marketing) »Direktni marketing po zdravi pameti« užívala sloves, da nima tekmeča, saj je veljala za »**ugleden učbenik**«, v zadnjem času pa ji rečejo kar »**pravi mini institut**«.

Knjiga je prvič izšla leta 1982, tudi nova, že njena četrta izdaja pa ohranja tradicijo odličnosti. Tokrat ta edinstveni pripomoček za boljšo prodajo vsakega podjetja, prvič ponujamo v slovenskem jeziku.



366 strani, 19x25 cm,
trde platnice

Drayton Bird

ima 48 let marketinških izkušenj. Delal je za pet največjih svetovnih agencij.

Napisal je več kot tisoč člankov za marketinške revije in časopise na vseh celinah sveta, tri knjige, ki so vse svetovne uspešnice in proglašene za najboljše knjige s področja direktnega marketinga in prevedene v dvanajst jezikov.

Drayton je delal v 39 državah za nekaj znanih podjetij, naj naštejemo le nekaj izbranih: Mercedes-Benz, Toyota, American Express, British Telecom, Xerox, The British Tourist Authority, IBM, Microsoft, Hewlett-Packard, Lloyd's Bank, Nat'West, Wegener, Samlarhuset, Ford, Visa, McKinsey&Partners, Unilever, A.T. Kerney, Price Waterhouse, Procter&Gamble, Nestle, British Airways ...

Knjigo poleg izredne vsebine, debeline in malce večjega (in prav zato tudi lažje berljivega) formata odlikuje tudi vezava v trde platnice.

Knjiga vam bo ne le enkrat in ne le vam osebno, ampak nešteto krat in to vsem vašim sodelavcem ali prijateljem, pomagala iz zagate, svetovala, naučila ali opozorila na napake!

Investicija v uspeh

Na 366 straneh boste našli razlago o:

- vloži marketinškega oddelka
- kako pridobiti in obdržati stranko
- kako doseči cilje in oceniti rezultate
- kako izbrati agencijo
- pogostih napakah, ki jih počnemo
- koga in kako vprašati glede produktov
- uspešni izbiri pravih medijev za oglaševanje
- direktni marketing preko interneta

Če imate čas za branje samo ene knjige s področja direktnega marketinga – je ta knjiga prava. Izprositi si jo, sposoditi si jo ali jo ukradite. **Graeme Mc. Corkell, ustanovitelj MSW Rapp & Collins**

Knjiga, ki jo mora imeti na polici vsak študent, četudi ne študira marketinga. **Žiga Vavpotič, študent mednarodnih odnosov**

Ker je Bird legenda, sem se bala, da bo vsebina zastarela, vendar pa vsebuje celo zelo obsežno poglavje o marketingu preko interneta. **Saša Gerčar direktorica N-21 d.o.o.**

Prvim 20 kupcem bo Drayton Bird odgovoril na kratka vprašanja. Na vašo željo bo vaše vprašanje z [linkom do spletne strani vašega podjetja](#), hkrati z odgovorom objavljeno na spletni strani <http://www.lisac-lisac.si>. Prvih 20 bomo poklicali.

Pred nakupom si lahko seveda knjigo osebno ogledate v naših prostorih. Ali še lažje za vas: brez strahu jo naročite! Če boste imeli občutek, da se vam investicija ne bo večkratno povrnila, vam bomo **kupnino vljudno vrnili takoj in brez vprašanj**.



S spoštovanjem,
Aleš Lisac
vaš mag. Aleš Lisac



pokličite nas
pošljite **mail** mojca@lisac-lisac.si
pošljite **faks** [01/541 22 06](tel:015412206)
ali **SMS** [040 77 14 77](tel:040771477)

P.S. Veste kaj se je zgodilo z manjkajočim vogalom?

DA, želim naročiti knjigo Marketing po zdravi pameti za 79€

Ime in Priimek Spol M Ž
Podjetje: Davčna št.
Naslov: Davčni zavezanec DA NE
.....
Pošta : Telefon:
e-mail

Način plačila:

- po povzetju
 po računu (za podjetja)
 Za plačilo s kreditno kartico nas pokličite na brezplačno številko 080 15 09

Če sem med prvimi 20 kupci, želim da me kontaktirate na

V ceno knjige so že všteti davek, stroški pošiljanja in pakiranja.

NAROČITE LAHKO TUDI PO FAKSU (01) 541 22 06

Ste ga našli? Ne dovolite, da vas odrežejo stran!



Pred nekaj dnevi smo vam poslali pismo, ki mu je manjkal vogal in vas spraševali po njem. Odrezali smo ga mi s preprostim namenom, da bi vas opozorili na nekaj, kar ste zagotovo že kdaj občutili tudi na svoji koži.

Vogal smo odrezali tako, kot vas pogosto odrežejo kreativci, kadar snujejo svoje marketinške akcije. Bajе se tisti, ki se na to ne »spoznamo«, v snovanje in oblikovanje marketinških akcij ne bi smeli mešati?

Investicija, ki se povrne

To sploh ni res in tako, kot je res, da je vsako dodatno znanje neprecenljiva investicija v samega sebe, tako je tudi res, da je poznavanje osnov direktnega marketinga nekaj, kar nujno pri svojem delu potrebuje vsak menedžer ali prodajno osebje, da ne govorimo sploh o tem, da je takšna literatura nekaj obveznega za vse oblikovalce, ki z vami snujejo vaše reklamne akcije.

Knjiga ni poceni, sploh ne, vendar to ni navadno branje za lahko noč. Je tako rekoč priročnik, ki nas na zabaven način vodi po zamotanostih direktnega marketinga.

Da ne boste ODREZANI od informacij, ki vas lahko stanejo povečanja vašega dobička, investirajte v svoje znanje!

Prvim 20 kupcem smo v prejšnjem pismu obljubili objavo njihovih kratkih vprašanj in Drayton Bird-ovih odgovorov nanje, skupaj s povezavo na spletno stran vašega podjetja (na vašo željo seveda), na spletni strani

www.lisac-lisac.si

Žal niste bili med njimi!

A še vedno ni prepozno!

Tokrat ponujamo to možnost le še

prvim 5 dodatnim kupcem!

Vendar počasi, počasi!

Tokrat je potrebno poslati tudi dokaz, da niste le »zamudniki« iz prve skupine.

Na kakršen koli način želite (faks, pošta, celo klic in najava, mail ...) nas čim hitreje obvestite, da imate:

- izpolnjeno naročilnico za nakup knjige
- naše prejšnje pismo z odrezanim vogalom
- odrezan vogal, ki ste ga dobili v kuverti

Če vam manjka le eden od pogojev, nas pokličite, poskušali bomo najti rešitev!

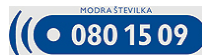
Prvih 5 bomo poklicali nazaj.

pokličite nas

pošljite mail mojca@lisac-lisac.si

pošljite faks 01/541 22 06

ali SMS 040 77 14 77



S spoštovanjem,

Aleš Lisac
vaš mag. Aleš Lisac



David Ogilvy – legenda marketinga

Drayton Bird ve o direktnem marketingu več kot kdor koli drug na svetu. Njegova knjiga o direktnem marketingu je čisto zlato.



Saša Gerčar direktorica Amec d.o.o.

Ker je Drayton Bird »legenda«, sem se bala, da bo vsebina zastarela. A knjiga vsebuje celo zelo obsežno poglavje o marketingu preko interneta



Žiga Vavpotič, študent mednarodnih odnosov

Knjiga, ki jo mora imeti na polici vsak študent, četudi ne študira marketinga.

DA, želim naročiti knjigo Marketing po zdravi pameti za 79€

Ime in Priimek Spol M Ž
Podjetje: Davčna št.
Naslov: Davčni zavezanec DA NE
Pošta: Telefon:
e-mail

Način plačila:

- po povzetju
- po računu (za podjetja)
- Za plačilo s kreditno kartico nas pokličite na brezplačno številko 080 15 09

Če sem med prvimi 20 kupci, želim da me kontaktirate na

V ceno knjige so že všteti davek, stroški pošiljanja in pakiranja.

NAROČITE LAHKO TUDI PO FAKSU (01) 541 22 06