



Помните фото Энштейна с языком?

Ведь не глупый был, уж точно. А вот язык показывает всем. Но как часто мы видим рекомендации всяких “продвигаторов” для своих клиентов: побольше, мол, свидетельств, фактов успеха, побольше умных фраз и серьезного вида в лендинге. А выходит – потребитель говорит “не верю”. А сердце потребителя не обманешь. Вернее, можно обмануть. Но один раз.

Много ума – это еще не признак мудрости.

Не надо быть нарочито умным.

Нарочито веселым. Нарочито еще кем-то. Просто помнить, что мы считываем информацию сердцем.

Поэтому лучше быть веселым, когда тебе весело. Хмурым, когда в тебе – дождь.

Основа маркетинга – доверие потребителя.

Основа доверия – искренность отношений.

Современный маркетинг – это маркетинг отношений, основанных на искренности.

Вроде просто. Но почему так много вокруг серьезных умных.

И – неуспешных?