



Garantáltan működő megoldások vállalkozóknak, cégvezetőknek hatékonyság- és bevételnövelésre, válságkezelésre

Avagy felejtsd el a panaszkodást és a borúlátó gondolkozást! A marketing minding segít!

A cikket írta: Miklovicz Norbert, az **Internet vállalkozás a semmiből** című eBook szerzője, és a **www.internetvallalkozas.com** alapító főszerkesztője.

Publikálva: 2009. május 6.

Stílus és korrekció: Baráth Gabriella

Kedves Olvasó,

A tanulmány, amit most a kezvedben tartasz eredetileg egy fizetős termék része vagy egy konferencia egyik vezértematikája lett volna. Már csak azért is, mert olyan, már-már exkluzív, garantáltan működő és kipróbált megoldásokat közöl, amelyeket máshol súlyos pénzekért lehet csak megkapni. Tudom, azt gondolod, akkor miért publikáljuk mi mindezt ingyen?

Aki ismeri az internetvallalkozas.com portált, annak célkitűzéseit, szerkesztőit, termékeit, tanulmányait, tudja, hogy amellett, hogy harcolunk a nagy lehúzások ellen, tisztában vagyunk azzal, hogy csak úgy építhetünk egy sikeres márkát, ha minőségi cikkekkel, tanulmányokkal látjuk el a hozzánk lojális olvasókat, tagokat. Ilyen világban élünk, a sikerért meg kell dolgozni. Csak úgy, mint egy hatékony, nyereséges online vagy offline vállalkozásért, amiről ez a tanulmány is szól, és amelynek eléréséhez szeretne ez a pár oldal segítséget vagy megerősítést nyújtani.



„A tanulmány forrása, amúgy az egyik cégvezető barátommal történt beszélgetés volt. Neki vidéken van nyomdája és kartondoboz-gyártó cége, nagy cégeknek is beszállít, sok ügyfele van. Most éppen nem egy közös projekt miatt voltam náluk (korábban én készítettem nekik az ügyviteli szoftverüket). Egy kupica nagyon finom pálinka után rákérdeztem, hogy megy a bolt és mondta, hogy sajnos nem a legjobban. Próbálnak túlélni, de le kell építeni. Kevesebb a megrendelés és szerinte a marketing sem segíthet. No erre elindultak a fogaskerekeim és megígértem neki, írok egy tanulmányt, hogy ilyen esetben miben segíthet a marketing. Remélem, meg fogja valósítani valamelyik ötletemet ezek közül, és azok sikerességéről is beszámolhatok majd.”

A most következő tippek szakmai publikációkból, hazai és külföldi könyvekből, konferenciák anyagaiból és egy titkos MasterMind csoport *(akinek ismeretlen lenne a szó jelentése: sikeres vállalkozók megosztják egymás tapasztalatait és segítik egymást ötleteikkel)* legutóbbi találkozásáról valók. Nyilván nem fedheti le az összes lehetőséget, amivel egy cég élhet rosszabb hónapokban, de nem is ez a cél. Lacinak (mert így hívják a fent említett barátomat) is 5 tippet ígértem, ezt Nektek is tartom.

Még egyszer tehát a kiinduló gondolat az, hogy mit tegyünk akkor, ha a bevétel felülről kapott támaszt és stagnál, esetleg csökken. Mit tehetünk, ha a viszonylag monoton termékstruktúránkon (nem minden héten adsz ki új terméket) nem tudunk változtatni, és csak a marketinget hívhatjuk segítségül.

1. Alaplépések a marketingünk megszületéséhez

Kedves olvasó, ebben a tanulmányban én nem térek ki arra, amire az „Internet vállalkozás a semmiből” c. könyvemben kitértem, hanem tényként, magyarázat nélkül mondom: a marketing nem költség, hanem befektetés és egy olyan kommunikáció, amit nem szabad elhanyagolni. Válság idején, rosszabb hónapokban is kommunikálni kell, az addigi tevékenységet nem lehet felfüggeszteni. A marketing fontos, mert ez fog Téged a bajból kihúzni, ez fogja bevételeidet növelni és ez fog új megrendeléseket, új piacokat hozni a vállalkozásnak.

Ne aggódj, nem csak beszélek a levegőbe, mondok néhány kézzel fogható tippet.

A cégek több mint 50%-ánál (erre vonatkozóan a későbbiekben tudok pontosabb számot mondani, mert felmérésünk most folyik) a cégvezető foglalkozik a marketingtevékenységgel, de gyakran előfordul az is, hogy egyáltalán nem foglalkozik senki sem a marketinggel, így a cég – legyen az offline vagy online – a kapcsolataiból és a vezetők ad-hoc jellegű reklámdöntéseiből él.

Ha Te vagy a cégvezető és Te vagy egyben a marketing ügyekért felelős is, akkor ezt nagyon gyorsan felejtsd el. Alkalmazd, vedd fel (akár jutalékért) olyan segítséget, aki eltudja látni ezeket a feladatokat. Ez nem azt jelenti, hogy a stratégiát ne Te rajzold meg, csak azt, hogy magát a kivitelezést ne Neked kelljen elvégezni, és az egyéb kreatív feladatokat, ötletelést más készítse elő Neked. Hozzál létre szabályokat (pl. kivel, hogyan köthet a cég partnerkapcsolatot), tervezd meg a marketingstratégiát, a többi pedig add ki a kollégának. Ha nincsen mozgósítható embered, alkalmazd valakit! Bizony ez befektetés, de ha jól döntesz és jól irányítasz, napi 8 órában csak azon fog dolgozni, hogy Neked új üzleteket hozzon. Alapbér + jutalék – jó marketingismeretekkel rendelkező kollégát már így is találsz magadnak. Mondanom sem kell: ne felejtsd el költeni a taníttatására sem. Konferenciák, szakmai könyvek nem jelentenek nagy költséget, de folyamatos szinten tartást biztosítanak.

Ha egyszemélyes a vállalkozásod, akkor pedig hozz létre partnereiddel együtt (lehetőleg ne konkurensseiddel vagy azonos szektorban működő cégekkel) MarterMind csoportot, ami azt jelenti, hogy heti rendszerességgel összegyűltök és azon töritek a fejeteket, hogy miként lehet a vállalkozást fejleszteni. Kényes téma, és nem az információk elhallgatásáról szól. Ezért is fontos, hogy megbízható és nem azonos iparágban dolgozó embereket válassz, hogy az esélyét se add meg annak, hogy valaki az ötletedet a saját hasznára valósítsa meg.



\$Norbert\$ 1. tippje: Ha még nincs, gondoskodj egy full-time marketingesről, aki napi 6-8 órát csak azzal foglalkozik, hogy neked szerezzen új üzletet és új piacot. Ha egyedül vagy, alapíts MasterMind csoportot vagy csatlakozz egyhez (ez a nehezebb), de csak is különböző szektorban működő, megbízható vállalkozókkal!

Ha már van marketingesünk vagy részese vagyunk egy csoportnak, egy közösségnek, ahonnan szállíthatjuk az ötleteket (erre valóak amúgy az internetvállalkozas.com tanulmányai is), akkor radikálisan vizsgáljuk felül a költségeket és nézzük meg, hogy honnan tudnánk elvonni a hatékonyabb vagy erősebb kommunikáció részére. Ha válság van, vagy stagnál a bevétel, Neked kell a munka után menned, ezt pedig csak pénzből teheted. Ok, vannak olcsóbb megoldások, amit szintén alkalmaznod kell, de azért az anyagi forrás meglétét ott is tudjuk hasznosítani.



\$Norbert\$ 2. tippje: Csoportosítsd át a költségeidet! Függessz fel minden felesleges, vagy jobban megvizsgálva annak bizonyuló költséget és havi bevételed minimum 15%-át költsd marketingre!

Ha van e-mail-adatbázisod, akkor jó helyzetben vagy, csak meg kell találnod a megfelelő taktikát arra, hogyan növelj meglévő ügyfeleid aktivitását vagy, hogy miként szerezz újakat; viszont ha nincs adatbázisod, építsd fel. Ez a tanulmány már működő vállalkozásoknak szól, tehát feltételezem, a levelezőprogramod vagy egy külön erre fenntartott névjegykártya-gyűjtemény, excel lista tartalmazza a partnereid e-mail címét. Kérd meg a titkárnődet, hogy rendszerezze, és töltsd be egy erre a célra vásárolt szoftverbe. Ezután már kész vagy kommunikálni feléjük. Hogy hogyan, mit, stb. arra nem térek ki, csak ötleteket adok, mert maga az e-mail marketing egy külön könyvet, de minimum egy

fejezetet töltene meg. A lényeg, hogy mostantól havonta legalább egyszer küldj érdekes, hasznos témájú e-maill ügyfeleidnek, rólad, cégedről vagy arról, ami érdekelheti őket.



\$Norbert\$ 3. tippje: Ha eddig nem kommunikáltál az ügyfeleid felé, azonnal szerezz be egy hírlevélküldő szoftvert, és töltsd bele az összes ügyfeled e-mail címét. Kommunikálj havonta legalább egyszer! Ne engedd, hogy elfelejtsenek!

Ha eddig megvagyunk (vagy alapból is megvoltunk), jöjjön 1-2 taktika, hogy mit lehet alkalmazni válság vagy stagnáló forgalom esetén.

2. Akciók

Ajándék: Szinte minden nap járok Budapesten, többek közt olyan helyeken is, ahol osztogatják a Metró újságot is. A minap is így volt annyi különbséggel, hogy most egy ajándék magazint is adtak mellé ingyen, jól hallható „AJÁNDÉK” szó kíséretével. Mit csinált minden ember? Oda ment és elvette az újságot és az ajándékot is. Én is. Azt sem tudtam mi az ajándék, de odamentem, mert hát milyenek vagyunk mi emberek? Szeretjük, ami ingyen van, vagy ami kedvezményes. Ez egy nagyon egyszerű példa, de az üzletben is így van.

Milyen akciókat indíthatunk? Például 1-et fizet kettőt kap! A munkadíjnak a felét elengedjük! Minden 3. vásárlónak ajándékba adunk valamit. Rendelje meg, a szállítás felét mi álljuk! És még hosszasan sorolhatnám. Tedd kedvezőbbé a vásárlást, motiváld, hogy vásároljon. Sőt, adjál határidőt is, hogy ez az akció meddig tart. Érezze azt, hogy ha nem él a lehetőséggel, lemarad.



\$Norbert\$ 4. tippje: Ha terméket gyártasz, ha szolgáltatatsz, akcióztasd meg a kínálatodat! Tedd olcsóbbá vagy adj mellé ajándékot, plusz szolgáltatást kedvezményesen, ingyen! Szabjál határidőt és kommunikálj meglévő ügyfeleidnek vagy hirdetéseidben!

Csomagold újra amid van: Akármilyen szolgáltatásod van, akár milyen terméked, használhatod az újracsomagolás eszközét. Találj ki a szolgáltatásodnak, termékednek egy nevet, egy új márkát, designt, esetleg (nyomdánál maradvá) találj ki csomagokat, megoldásokat, komplett szolgáltatásokat. Lásd el nagyon részletes információval, készítsd el a brosúrát, a weboldaladon egy külön lapot szentelj neki és promózd a hírleveledben.

3. Trükkök

A trükkök nem átverések, nem csalások, hanem olvasatomban „adok is-kapok is” dolgok. Számtalan lehetőséget tudnék mondani, de szerepeljen itt csak két olyan mesterfogás, amellyel kis erőfeszítéssel, gyakorlatilag befektetés nélkül érhetünk el újabb ügyfeleket.

Felmérés, ingyenes tanácsadás: Főleg gyártó, szolgáltató és tanácsadó cégeknél használható az ingyenes felmérés, tanácsadás eszköze. Ön szerint miért kínálnak ingyenes szemvizsgálatot? Ingyenes honlaptanácsadást? Ingyenes árajánlatkészítést? Azért, hogy kapcsolatba lépjünk a hirdetővel és egy kedvező ajánlat vagy kedvező tapasztalat esetén eszünk ágában se legyen máshova menni. Lépünk be az ajtón, legyünk a barlangban, onnan a medve már nem enged el minket, persze csak ha nem kétbalkezes.

Ajánlj Te ingyenes szaktanácsadást, felmérést, cserkészd be a cégeket, a vállaltok vezetőit, de már régen rendelő partnereidet is. Hidd el, a hatás nem marad el!

Megjelenni, megjeleni, megjeleni: A megjelenésnek ezernyi formája van; én mint marketinges tudok több mint 100 lehetőséget. Ha olvasod a hírleveletem, tanulmányaimat, könyveimet, előbb utóbb Te is birtokában leszel ennek az eszköztárnak.

Az egyik ilyen megjelenési forma, amikor gerilla módon, a hátsó ajtón kopogtatsz egy szerkesztőségbe. Nem hirdetni akarsz, nem PR cikket akarsz fizetni, mert azt mindenki tud, még egy

10 éves gyerek is. Zsebébe teszek félmillió forintot, beküldöm a szerkesztőségbe, aztán megrendel egy fél oldalas megjelenést. Na jó, ez persze valótlan szituáció, de képletes.

Ha nyomdász vagy, készíts felmérést a nyomdákról, ha butikos vagy, készíts felmérést/kutatást a mostani trendekről, ha fodrász, az idei év frizuradivatjáról. Mindegy ki vagy, mindegy mit csinálsz, saját üzleteddel kapcsolatosan készíts felmérést, kutatást, statisztikát és küldd el annyi szerkesztőségbe, amennyibe csak tudod. Ha jó a cikked és kitartó vagy (sokszor csak tízszeri küldés után fogják betenni), akkor nyertél egy több százezer forintos megjelenést teljesen ingyen.

Egyelőre ennyit, kedves vállalkozó, vállalkozni készülő barátom. Mint láthatod, a gerillamarketingben erő van és ha kicsit is logikusan, tervezetten, a marketing alapszabályai szerint működsz – ERGO ha fontosnak tartod a marketinget, akkor a bevételod garantáltan megduplázódhat, az ismeretséged garantáltan megsokszorozódhat.

– Könyvajánló –

MÁR KAPHATÓ - Marketingeseknek, vállalkozóknak, magánszemélyeknek



Internet vállalkozás a semmiből

Egy hiteles könyv az online jövedelemszerzési lehetőségekről.

- ✓ 10 év tapasztalat, hitelesség, 100% garancia
- ✓ kipróbált, sikeresen működő eszköztár
- ✓ valós, pénztermelő Internetes lehetőségek
- ✓ tények - titkok - megoldások röviden
- ✓ félrebeszélés nélkül, saját valós példákkal
- ✓ Verhetetlen ár-érték arány

Ára: 3.000 Ft

Megrendelhető a www.internetvallalkozas.com oldalon.

„Vedd meg a könyvemet, amelyben titkos praktikákat, trükköket árulok el Neked arról, hogyan lehetséges egy online üzletet felfuttatni, weboldaladra látogatókat csalogatni és azokat vásárlókká konvertálni.

Olvasd el az internetvallalkozas.com –on a tartalomjegyzéket és azok véleményét, akik már megvásárolták és elolvasták a könyvet!”