

V POSTELI JSEM FAKT DOBŘEJ !!!

aneb

JAK POROZUMĚT MARKETINGU :o))



Karla Krausová

Chcete alespoň trochu porozumět marketingové terminologii?

Není to moc složité, i když to na první pohled tak vypadá ;o)

Některé druhy marketingu potkáváte denně ve svém životě, aniž si to mnohdy uvědomujete.

Například:

1.// Jsi na večítku a vidíš tam fakt krásnou holku.

Přijdeš k ní a řekneš: *V posteli jsem fakt dobrej!!!*

Tak tohle byl klasický „direkt marketing“!

2.// Jsi na večítku s partou kamarádů a vidíte tam fakt krásnou holku.

Jeden z nich k ní přijde a řekne jí: *Vidíš támhletoho kluka? Ten je v posteli fakt dobrej!*

Tak tohle je „reklama“!

3.// Jsi na večítku a vidíš tam fakt krásnou holku.

Přijdeš k ní a požádáš ji o telefonní číslo. O pár dní později jí zavoláš a řekneš jí:

Pamatuješ si, jak jsme se potkali na večítku? Tak já jsem v posteli fakt dobrej!

Tohle je případ „telemarketingu“.

4.// Jsi na večítku a vidíš tam fakt krásnou holku.

Vstaneš, upravíš si oblečení, přistoupíš k ní, nabídneš jí, že jí objednáš skleničku něčeho dobrého dle jejího výběru. Když se rozhodne odejít, podáš jí kabelku, podržíš jí otevřené dveře. Pak jí ještě nabídneš cigaretu. Na rozloučenou podotkneš: *V posteli jsem fakt dobrej!*

Tomuhle se říká „public relation“, nebo – li P.R.

5.// Jsi na večítku a vidíš tam fakt krásnou holku.

Vzpomeneš si, že už ji znáš, tak k ní přijdeš a připomeneš se:

Vzpomínáš si, jak dobrej jsem byl v posteli?

Tohle byl CRM - „customer relationship management“ (systém pro řízení vztahů se zákazníky)

6.// Jsi na večítku a vidíš tam fakt krásnou holku.

Ona k tobě zajde a pošeptá ti: *Chtěla jsem ti říct, že v posteli jsi fakt dobrej!*

Tak tohle byl „branding“, rozpoznání značky a upoutání na ni.

7.// Jsi na večítku a vidíš tam fakt krásnou holku.

Přijdeš k ní a řekneš: *V posteli jsem bezkonkurenčně nejlepší!*

Tak tohle, tohle je klasický příklad „klamavé reklamy“!

8.// Jsi na večítku s partou kamarádů a vidíte tam fakt krásnou holku.

Jeden z nich k ní přijde a řekne jí:

Vidíš támhletoho kluka? Ten je v posteli naprosto děsnej, já jsem mnohem lepší!

Tohle je „nekalá soutěž“!

9.// Jsi na večírku a vidíš tam fakt krásnou holku.

Nejdřív ji pozveš zadarmo na panáka, chvíli si s ní povídáš o tom, jak jsi dobrej v posteli a jak by to pro ni bylo přínosné, pak se rozloučíš, do ruky ji vrazíš CD a řekneš:

V posteli jsem fakt dobrej, jak dobrej se můžeš kouknout na cédečku, a první číslo máš zdarma!!!

Tohle byl „infomarketing“ !

10.// Jsi na večírku s partou kamarádů a vidíš tam fakt krásnou holku.

Přijdeš k ní a řekneš: *Já teda nevím, co ti nakukali ostatní, ale já ho mám 30 čísel v klidovém stavu a v posteli jsem lepší, než všichni ostatní dohromady!*

Tohle??? To je „výběrové řízení pro státní zakázku“!!! :o)))

No to jen tak na odlehčení.

Marketing obecně víme, co je, v době otců to byl prachobyčejný obchod, kdy se prodavač snažil maximálně uspokojit potřeby zákazníka.

Dnes se témuž říká marketing :o), udělala se z toho celá věda, a je to kapku složitější. Dělí se na spoustu odvětví, které se navzájem prolínají, ale podstata je stejná jako kdysi:

Snažíme se uspokojit potřeby klienta,

tj. nejdříve se mu musíme věnovat, jeho potřeby a přání zjistit, získat jeho důvěru, kterou pak hýčkáme, pravidelně jej informujeme o novinkách, které by mu mohly být přínosem, a posléze mu ukážeme, který produkt, služba, mu nejlépe vyřeší jeho starosti, problémy usnadní život apod. Takový klient nám bude vděčný, a řekne o nás známým...

I v době internetu panují osobní vazby a reference.

Nemůžeme se dovolit v okamžiku, kdy získáme zákaznickovy peníze, na něj zapomenout. Každý člověk má průměrně cca 200 známých...nebovim se o tzv. virtuálních přátelích na sociální síti, ale o živých lidech. A věřte tomu, že když je zákazník spokojen, poví to dál. Ale poví to dál, i když spokojený není, a to je podstatně horší.

Vím, nelze se zavděčit vždycky všem, nicméně to neznamená, že zákazníka beru jako otravu, který mě ruší v nicnedělání a tlachání s kolegy v práci.

Málokdo z nás si uvědomuje, že je TAKY ZÁKAZNÍK!

Vy jste prodavač, obchodník, i když se tomu říká sales manager! Neprodáváte „něco“, prodáváte sebe!!! Vždycky, za všech okolností, jdete s kůží na trh!!!

(nebo byste aspoň měli jít...)

Líbilo by se vám, kdyby se prodavač k vám choval tak, jako se vy chováte k němu?

Role se mohou velmi rychle prohodit, pak je pozdě lepit piliny do polínek.

Nejde jen o kamenný obchod, ale i obchod na internetu, a na tom hlavně!

Dělejte svůj obchod správně, můžete jen získat!

Existuje spousta chytrých podpůrných nástrojů, na automatické posílání e.mailů, tvorbu kampaní, správu kontaktů, fakturace, následný servis apod.

Je doba moderní technologie, využijte ji, využijte ji ke svému prospěchu, ale nezapomínejte, že na druhém konci drátu sedí živý člověk a jako k takovému se k němu chovejte.

Přeji vám hodně úspěchů

Karla :o))