

Naziv originala:
Frederic Jacob
Big advices for small businesses
LM Publishing, San Francisco, 2014.

Kontakt sa izdavačem:
tel. 011/2773-721, 064/122-54-06
www.marketing-knjige.org.rs
e-mail: kramer@eunet.rs

Frederik Džejkob

Veliki saveti

za mali biznis

Beograd
2019.

Sadržaj

Uvod.....	7
Vaš marketinški plan u sedam koraka.....	13
Koliko vaš klijent vredi?	21
Razlikujte se ili umrite: Vaša Jedinствена Prodajna Ponuda.....	25
Formula u pet koraka za stvaranje vaše marketinške poruke.....	31
Šta treba da učinite da preporuke pljušte	39
Najdragocenije što imate... vaši sadašnji klijenti	53
Zajednička ulaganja: Neka vam klijenti drugih budu put do novog posla	59
U kom ste biznisu?	67
Kako pokloni mogu da povećaju prihode vaše male firme.....	71
Marketing s garancijom: kako garanciju pretvoriti u konkurentno oružje	79
Prednosti marketinga niša	87
Korišćenje istraživanja potrošača za razvijanje snažne marketinške strategije malog biznisa	107
13 elemenata uspešnog oglasa za mali biznis	113
Strategije uspešne upotrebe telefona u malim preduzećima	121
Kako treba da koristite moć pakovanja da biste udvostručili prodaju	129
Ključ za garantovano ponavljanje prodaje.....	137
Kako da stvorite ponudu kojoj vaši potencijalni klijenti ne mogu da odole?	143

Uvod

Svet malog biznisa se razvija. Konkurencija, pojava Interneta, spajanja i preuzimanja (da ne spominjemo recesiju) prisilili su ljude u malom biznisu da preispitaju svoje marketinške strategije.

Konkurencija stvarno postoji... Da li ste spremni?

Uz recesiju malim preduzećima je sve teže da budu konkurentna na tržištu. Mnogo vlasnici malih firmi se pitaju: „Kako mogu da preživim recesiju”? Odgovor je: Neka vam marketing postane prvi prioritet!

Da li je Korisnički servis važan? Apsolutno. Da li su vaše finansije važne? Apsolutno. Da li je razvoj vašeg zaposlenog važan? Apsolutno. Svi ti procesi su veoma važni, ali tokom recesije NIŠTA NIJE važnije od vašeg marketinga.

Marketing pokreće vaše poslovanje. Šta više, tokom recesije on često presuđuje napuštate li biznis ili postizete sjajne rezultate. Možda će vaše najbolje poslovne godine biti baš tokom krize!

U teškim vremenima naučite kako da rastegnute novac da biste više uložili u marketing. U takvim vremenima učite nove marketinške tehnike koje pomažu vašem poslovanju da napreduje.

U ovoj knjizi naučićete nove i efikasne tehnike. Vaše tržište

biće imuno na ekonomska kretanja i povećaćete vaše domete, bez obzira na okruženje.

Morate da „lovite i ulovite” potencijalne klijente

Iskreno verujem da će biti sve manje potrošača koji samo čekaju da kupe. Moraćete da naučite kako da pronađete moguće kupce i uverite ih da moraju da kupe – danas. Za to je potrebno da otkrijete nove i drugačije načine istraživanja i marketinga.

Svakako nećete se oslanjati na svetlucave oglase u kojima piše „prodaja, prodaja, prodaja”. Svi ti oglasi namenjeni su onima koji su već spremni da kupe odmah. Tokom recesije moraćete da upotrebite nevidljive marketinške tehnike koje će tiho „loviti i uloviti” one koji bi da kupe, ali su previše oprezni da bi povukli taj potez.

Jedini način da preživite i napredujete tokom takmičarskog vremena jeste da ponovo usredsredite svoju pažnju na marketing. Vreme je da prilagodite svoj marketing – da biste bili sigurni da ćete privući nove klijente, neaktivne vratiti, a vašim aktivnim klijentima prodati više.

Vreme je da udvostručite svoje marketinške napore i učinite ih prvim prioritetom

Sada nije vreme da smanjujete marketinške napore, već da ih udvostručite, kao i posvećenost da biste bili najpametniji marketer u svojoj delatnosti. Iskreno verujem da baš marketing pokreće uspešno poslovanje. Dobar marketing može da prevaziđe mnoge loše poslovne poteze. On ne može da ih opravda, ali može da ih nadoknadi.

Proveo sam mnogo godina kao konsultant u raznim oblastima poslovanja, čak sam sarađivao i sa firmama iz Fortune 500. „Reinženjirao” sam finansijske službe, logistiku i sisteme lanaca snabdevanja, funkcije ljudskih resursa, pa čak i proizvode.

A, onda sam napustio svet konsultacija velikih kompanija i usredsredio se na pomoć malim preduzećima da napreduju, koristeći tehnike razumnog marketinga.

Uspostavite efikasne sisteme marketinga i možete svoj mali biznis da stavite na autopilota

Nekoliko marketinških tehnika koje vam predstavljam u ovom priručniku biće potpuno nove i pomalo neobične. Ali, funkcionišu. Dokazale su se. Možda ste već primenjivali neke od njih, ali niste shvatili kako da ih u potpunosti sprovedete da bi prerasle u „sistem“.

Volim „sisteme“. Oni su pouzdani i predvidivi. Možete da „uključite“ efikasan sistem i znate koji rezultat da očekujete sledećeg dana. Ako su pravilno primenjeni, omogućavaju vam da stavite svoje marketinške napore na autopilota i pređete na primenu sledeće marketinške strategije.

Efikasni marketinški sistemi omogućavaju vam takođe da iskoristite sredstva koja već imate. To može da bude dobro znanje, koje ste pohranili u vašem mozgu, ali ga niste iskoristili jer niste znali kako. Razumećete bolje kada pročitate odeljak „Marketing s garancijom“.

Korišćenje tih marketinških tehnika uzdići će vas iznad konkurenata. Zašto? Zato što veoma malo (ako ih ima) vlasnika malih preduzeća zna tehnike dinamičnog marketinga koje ću vam pokazati. Te ideje mogu bukvalno da udvostruče vaše sadašnje poslovanje u roku od šest meseci, da se kupci praktično postroje i mole da kupe od vas.

Četiri područja razvoja – ključ vašeg obaveznog marketinškog plana

Tajna leži u učenju kako da efikasno razvijete posao. Postoji nekoliko strategija koje možete koristiti da biste postigli taj cilj, a sve spadaju u četiri opšte kategorije.

1. Privucite više novih klijenata.
2. Povećajte prosečan iznos prodaje.
3. Utičite da vaši kupci češće kupuju od vas.
4. Zadržite kupce do kraja života.

Svaka tehnika o kojoj govorim u ovom priručniku spada u jednu ili više kategorije rasta.

Smatram da mala preduzeća previše truda ulažu u strategije 1 i 4. Možda niste saglasni samnom, ali ako podaci pokazuju da ostvaruju 40% prihoda od postojećih kupaca, to je možda znak da ne ulažu dovoljno vremena u privlačenje novih klijenata.

Nemojte pogrešno da me shvatite. Postojeći kupci su najbolja vrsta klijenata. Ali ako potrošite većinu vremena i novca pokušavajući njima da prodate, možda zanemarujete čitav niz novih kupaca koji čekaju da kupe od vas.

Isto tako, ako malo preduzeće vreme potroši na marketing za pridobijanje novih kupaca, ignorišući postojeće klijente, možda ostane bez plodova koji su im na dohvat ruke.

Kao što sam rekao, postoji mnogo načina da se iskoriste vaši marketinški napor u četiri kategorije. Evo samo nekoliko načina da poboljšate svaku oblast rasta:

Privucite više novih klijenata...

- Izaberite tržišnu nišu u kojoj možete lako da ostvarite kontakte i zavladata njom.
- Razvijte program marketinga zasnovan na obrazovanju, koji utiče na potencijalne kupce da vam se obrate.
- Uspostavite proaktivni program koji može da otvori nove kanale rasta vašem poslovanju i vama.

Povećajte prosečan iznos prodaje...

- Ponudite klijentima proizvode i usluge visokog kvaliteta.

- Predložite prateću opremu, predmete i usluge koji upotpunjuju zadovoljavanje zahteva kupca.
- Kombinujte nekoliko stvari u paketu u kojem bi proizvodi koštali manje nego kada se kupuju odvojeno.

Neka vaši kupci češće kupuju od vas...

- Uspostavite stalne komunikacije i dajte neodoljive ponude koje ne mogu da odbiju.
- Pratite svoje klijente, da biste videli kako uživaju u blagodatima novog proizvoda ili usluge koje ste im prodali i predložite im proizvode ili usluge koji bi im povećali zadovoljstvo.
- Pratite navike kupaca i način kupovine, da biste im predložili pravu kupovinu, pre nego što im je zaista potrebna (ovo takođe pomaže da se ukloni konkurencija).

Zadržite svoje klijente do kraja života...

- Obezbedite neke usluge kupcima koje će dobiti kao bonus.
- Dajte svojim klijentima priliku da vam nezvanično kažu šta misle o vašoj sjajnoj usluzi.
- Povremeno sprovodite anonimne ankete među svojim klijentima da biste procenili nivo njihovog zadovoljstva.

Vaš cilj je da stvorite sisteme i programe koji podržavaju te četiri kategorije strategije rasta. U ovom priručniku daću vam specifične marketinške tehnike za svaku od njih, da bi vaš mali biznis rastao.

Možda ćete morati u potpunosti da redefinišete svoju marketinšku strategiju

Dok čitate, razmislite o tome kako se svaka strategija ili metoda može primeniti na vaš mali biznis. Odbacite svoj ego i razmislite kako možete da prilagodite te moćne taktike da se

uklope u vaš trenutni poslovni model. Dok čitate ovaj priručnik imajte notes zgodan za pravljenje beleški i zapisivanje šta treba da uradite.

Možda ćete morati da se povučete i potpuno promenite pogled na vaš sadašnji marketing. Kada pročitate ovaj priručnik možda ćete poželeti da ponovo procenite čitav marketinški plan. Neke od tih ideja mogu biti toliko nove za vas, da će vas prisiliti da preispitate svoju tržišnu strategiju.

Ne verujte ni na trenutak da su mnoge od tih tehnika očigledne svima! Nisu. Samo mali broj ljudi ih zna i razume. Kao jedan od tih nekoliko, nećete naučiti samo kako da vaš mali biznis održite živim i naprednim, već ćete naučiti kako da dominirate vašim tržištem. To je ono što želite, zar ne?