

Több pénzt ugyanabból az üzletből

Válságelkerülési stratégia azoknak,
akik úgy gondolják, hogy nincs is válság :)

A válság nem azt jelenti, hogy a pénz eltűnt a piacról, hanem, hogy elvándorol az egyes piacokról más piacokra, a multicégektől a kicsik felé. Szeretnéd, hogy hozzád vándoroljon? Akkor jól figyelj, mert most megmutatjuk azokat a módszereket, amelyeknek használatával a vándorló pénzek téged is megtalálnak majd.

1.Stratégia mindenkinek

Akár a családi kasszádat szeretnéd jobb helyzetben tudni, akár a vállalkozásod bevételeit szeretnéd biztonságban megőrizni, **az első és legfontosabb, hogy a bevételeidet több lábra helyezd, azaz több forrásból érkezzon hozzád a pénz.** Nincs kellemetlenebb annál, mint ha mindent egy lapra teszel fel, például csak a fizetésedre támaszkodhatsz és a munkahelyed egyszer csak megszűnik.

Ne hidd, hogy ez veled nem fordulhat elő! Sajnos az elmúlt 1 évben még a korábban bebetonozott cégek közül is megingott néhány és köztisztviselői, közalkalmazotti helyek egy része is bizonytalanná vált.

Mielőtt azonban aggódni kezdenél, azt javaslom, **szerezz minél több bevételi forrást.**

Ha eddig csak a munkabéredből éltél, akkor most érdemes olyan mellékállást keresned, ami kezdetben csak kevés energiát és munkát igényel (lehet, hogy csak kis bevételt hoz majd), de amire vészhelyzet esetén (több időráfordítással) számíthatsz. Erre alkalmas bármilyen bedolgozás vagy egy jobb MLM rendszerbe való belépés, de kiváló megoldás lehet egy (vagy több) szakértői oldal elindítása az interneten, amely révén megtanulhatod, hogyan működik az internetes értékesítés és egyre növekvő haszonra tehetsz szert.

Ha vállalkozó vagy, akkor most érdemes bővítened az ügyfélkörödet. Gyakori, hogy a kisebb vállalkozások bevételeinek javarésztét 1-2 nagyobb ügyfél hozza, ilyenkor ha véletlenül valamelyik nagy megbízást elvesztik, működésük ellehetetlenül.

Éppen ezért nagyon fontos, hogy vállalkozóként igyekezz a nagy megbízóid mellé több kisebb ügyfelet is találni, így ha elvesztesz egy nagy

megbízást, a kisebb megbízásokból származó bevételekre még mindig tudsz támaszkodni.

Nagyon fontos, hogy legyen egy jól kialakított termékstruktúrád és marketing stratégiád. Legyenek alacsony áras és prémium termékeid/szolgáltatásaid egyaránt. Ne becsüld le az alacsony értékű termékekben rejlő erőt, mert „sok kicsi sokra megy”-alapon nagyon nagy erő lehet az belépő szintű termékek értékesítésében is. És míg versenytársaid továbbra is a prémium termékeket próbálják elsózni, addig te kiválóan megélhatsz az alacsony áras termékek egyre bővülő piacából, és egyre több ügyfélre tehetsz szert. Ha a termékpiramisod egyes lépcsőfokaira nem tudsz már meglevő saját termékeket állítani, kiegészítheted azt információs termékekkel vagy mások jutalékért forgalmazott termékeivel (pl. partnerprogramokból származó termékek vagy keresztmarketing partnerek termékei)

2. Ha már van üzleted

Kommunikálj többet!

Ha eddig nem tetted, most itt az ideje adatbázist építeni az ügyfeleidből, vásárlóidból. Vásárláskor felajánlhatod nekik, hogy küldesz egy ajándék katalógust vagy termékmintát a részükre - amennyiben megadják a nevüket és címüket. Az adatbázisodnak rendszeresen küldhetsz különféle apróbb reklámajándékokat, kuponokat.

Ha van honlapod, akkor még egyszerűbb a helyzeted: elegendő a vásárlóid számára valamilyen értékes online letölthető ajándékot felajánlanod, ami lehet egy saját szoftverdemó, egy e-book vagy egy e-mail tanfolyam.

Az online üzletedet kiegészítheted offline adatbázis-építéssel is: ha például az adott szakmának van egy nagyobb rendezvénye, akkor ott megjelenthetsz, rendezhetsz egy nyereményjátékot, amelynek során a résztvevők megadják nevüket-címüket vagy reklámajándékokért cserébe kérhetsz nevet és címet az odalátogatóktól. Ismerek olyan céget, akik ilyen módon 1 év alatt több, mint 25.000 fős adatbázisra tettek szert.

Legyél személyesebb!

A személyes kapcsolat nagyon sokat emelhet az üzleted értékén. Míg a többi online vállalkozó minimalizálja a kiadásait, és csak online épít kapcsolatot a vásárlókkal, addig Te hatalmas lépéselőnyre tehetsz szert, ha személyesebbé teszed a kapcsolatot az oldalad látogatóival, és ehhez nem is kell túlságosan nagy költségekbe verved magad.

A hagyományos reklámokra (újsághirdetés, bannerkampány) fordított összegek egy részét érdemes inkább a vásárlókkal való személyes kapcsolattartásra fordítani. Ugyanez a teendő akkor is, ha egyáltalán nincs pénzed már hirdetésekre, reklámra.

Milyen eszközökkel teheted személyesebbé kapcsolatodat a weboldalad látogatóival?

- egy jól elkészített videó, ami személyesebb oldalról mutat be téged és a cégedet, miközben értékes tartalmat ad a látogatóknak (pl. egy számukra érdekes téma bemutatása a saját irodádból elmesélve, vagy a céged többi tagjával közösen bemutatva)
- hangfelvételek, podcastok (pl. podbean.com)
- személyes jellegű csoportos konzultációk, nyílt napok, élő közvetítések (pl. a Ustream.tv segítségével)
- webináriumok (pl. wiziq.com)
- személyes hangvételű történetek, tapasztalatok, beszámolók
- találkozók, személyes tréningek szervezése

Vannak olyan területek, ahol feltétlenül szükséges lépéselőnyre szert tenned, ha szorosabbá válik a piaci verseny. Ilyen például a marketing. Jó hír, hogy a válság hatására a legtöbb cég visszafogta a reklámköltségeit és ez szükségszerűen lejjebb nyomta az árakat.

Ha online szeretnél hirdetni, akkor most érdemes belekezdeni, hiszen most a válság miatt kevesebben hirdetnek ezért szükségszerűen csökkentek a kattintásalapú hirdetési rendszerek árai is ([ez a kutatás is ezt bizonyítja](#)), azaz most alacsonyabb áron hirdethetsz a Google Adwordsben vagy az ETARGET rendszerében, mint tavaly ilyenkor.

Mi a teendő, ha egyáltalán nincs pénzünk reklámra?

Ebben az esetben olyan megoldásokat kell keresned, amelyek teljesen ingyenesek és amelyekben nagy szerepet kapnak a személyes elemek. Ha ugyanis a látogatók/érdeklődők személyes kapcsolatba kerülnek veled, akkor nagyobb bizalmuk alakul ki feléd és nagyobb eséllyel vásárolnak tőled, mintha egy vagy a sok arctalan cég közül, akik csak „eladni akarnak valamit”.

A vásárlók szokásainak, motivációinak, égető szükségleteinek megfigyelése után ki kell dolgoznod egy olyan gerillamarketing stratégiát, amely több elemből áll. Mindegyik elemet magad meg tudod valósítani. A következő eszközöket használhatod:

- **Linképítés** Gyakran meglepedezünk róla, hogy a látogatottságunk egy jelentős része érkezik linkgyűjteményekből. A nagy és ismert linkgyűjtemények (lap.hu, Ok.hu stb.) mellett érdemes folyamatosan

regisztrálni a kisebb gyűjteményekbe is, mert ezek az évek folyamán egyre erősebbek lesznek, egyre növekszik a látogatottságuk és így a miénk is.

– **Vírusmarketing** Írhatsz egy tanulmányt a célcsoportod egy jellemző problémájával kapcsolatban adott tanácsaidról és a megoldásokról, vagy készíthetsz vicces, meghökkentő vagy éppen elgondolkodtató bemutatót, vagy akár egy jópofa tesztet is ppt bemutató formájában (Power Pointtal vagy Open Office-al elkészítheted). Kérd meg néhány ismerősödet, hogy küldjék körbe az ismeretségi körükben (persze ne legyen tele a reklámjaiddal, elég 1 link az anyag végén) Ha jól dolgoztál, ez a módszer jó néhány látogatót hozhat a számodra. A kreatív lehetőségek száma korlátlan!

– **Videómarketing** Készíts érdekes, hasznos vagy éppen nagyon szórakoztató videókat, és töltsd fel őket videómegosztókra (pl. Youtube.com, Vide.hu)

– **Blogolás** A blogolás teljesen ingyen van (pl. Blog.hu, Freeblog.hu) és ha jól csinálod szakmai ismertséget hozhat a számodra. Nagyon fontos, hogy egy jól körülhatárolt célcsoportnak, egy jól meghatározott témában írsz és lehetőleg minél gyakrabban. A blogodban elhelyezhetsz egy a szolgáltatásaidra/termékeidre mutató bannert vagy linket.

– **Hírlevél marketing** Gyakran egy cikk kiküldése az adatbázisodban szereplő embereknek már meglepően jó eredményeket hozhat (különösen, ha a cikkben van 1-2 link a cikk témájához kapcsolódó szolgáltatásodra/termékedre), hát még egy több lépésből álló levél-sorozat, amely hasznos az olvasóid számára ugyanakkor tartalmazza az értékesítési oldaladra való hivatkozást is

– **PR** Használd ki a sajtóban rejlő erőt! Gyakran elég egy jól megválasztott, aktuális hírekhez kötődő téma, egy blogban elvégzett rövid felmérés eredményei, ezekből már meg lehet írni egy rövidebb sajtóközleményt. Ezeket kiküldve az adott témával foglalkozó újságíróknak, szerkesztőknek jó esélyed van rá, hogy néhány online újságban meg tudj jelenni.

– **Affiliate marketing** Indíts saját partnerprogramot, amelybe bárki beléphet és jutalékért promótálhatja a termékeidet.

– **Keresztmarketing** Keresz olyan partnereket, akiknek nagy listájuk van és/vagy a te célcsoportod számára, de más típusú terméket kínálnak és kölcsönösen reklámozzátok egymás termékeit.

– **Nyereményjáték** Jó módszer a figyelemfelkeltésre és a listaépítésre a nyereményjáték. Nem kell plazmatévéet adni, elegendő, ha

valamelyik termékedet vagy szolgáltatásodat ajánlod fel nyereményként, hiszen itt az a lényeg, hogy az a célcsoport figyeljen fel rád, aki számára a te termékeid, tudásod megoldást jelenthet.

– Ha nem csak online, hanem offline értékesítesz, akkor jó megoldás lehet a kuponos akciók indítása. Megkérhetsz partnereket, akikkel kölcsönösen egymás reklámajándékait, katalógusait, kuponjait adjátok ajándékba a nálatok vásárlóknak.

Minél több eszközt használsz ezek közül annál nagyobb sikereket érhetsz el. Fontos, hogy fokozatosan vezesd be az egyes eszközöket és mérd a hatékonyságukat, csak azokat tartsd meg, amik megfelelő eredményeket hoznak, ezzel rengeteg időt takaríthatsz meg.

3. Néhány instant tipp

Vigyázat! Felbontás után azonnal felhasználandó!

„Add el előre csináld meg később” Ha oktatást, információs anyagot szeretnél értékesíteni, de nem vagy benne biztos, hogy lesz rá kereslet, akkor hirdesd meg tanfolyam formájában. Ha jól megnézed, a tanfolyamoknál, oktatásoknál előbb jelentkezel a képzésre, befizeted a díjat és csak ezután történik a képzés. Neked is ugyanezt a stratégiát kell követned.

Hirdesd meg a tanfolyamot előre! Vedd fel rá rendeléseket és ezután foglalj le a helyszínt, így biztosan nem fogsz mellétalálni a teremfoglalással.

Ha online tanfolyamot hirdetsz, akkor még egyszerűbb a helyzeted, hiszen ilyenkor csak egy zárt blogot kell létrehoznod (pl. Wordpress alatt a [Wordpress Authenticator](#) nevű pluginnel tudsz ilyet csinálni) és oda tudod feltenni a tanfolyam leckéit, illetve itt tudsz kérdezési lehetőséget biztosítani a tanfolyam hallgatóinak. A tanfolyam végén a hallgatók megkaphatják az anyagokat CD-n, így csak annyi CD-t kell elkészítened, ahány hallgató részt vett a tanfolyamon.

Amennyiben mindenképpen szeretnél „dobozos” infoterméket létrehozni, felvehetsz rá előrendeléseket, így pontosan tudod, mekkora gyártási darabszámra lesz majd szükség.

„Még egyszer” akció Ha az akciód nem sikerült olyan jól, mint vártad, nincs ok a csüggedésre. 1-2 hét múlva megismételheted az egészet szinte ugyanúgy, ezzel nagyjából az előző eredmények 25%-át tudod megint behozni.

Akcio olcsón Ha nem szeretnél árengedményt adni az akcióban, akkor adjál ajándékokat. Plusz szolgáltatásokat (pl. +1 év garancia), kiegészítő termékeket (pl. ajándék horoszkóp), hasznos információkat (pl. e-book a vásárlóid tipikus problémáinak megoldásáról), olyasvalamit, ami kapcsolódik a témához és értéket képvisel a vásárlód számára.

Piackutatás Amikor bizonytalan a helyzet, akkor nagyon fontos a piackutatás szerepe. Mielőtt új terméket/szolgáltatást vezetsz be a piacra, vagy új reklámra akarsz költeni, érdemes utánanézned, hogy vajon

- A te célpiacodat hol tudod elérni (Interneten? Tévében? Szaklapokban?)
- Mi érdekli őket, mire van igényük? (Nézz körül fórumokban, blogokban, keresd a témáddal kapcsolatos kérdéseket, problémafelvetéseket és az arra adott válaszokat)
- Milyen formában tudják használni a termékedet? (pl. nyugdíjasoknak nem biztos, hogy sikeresen fogsz tudni e-bookot értékesíteni)

Igyekezz minél több és minél sokrétűbb adatot begyűjteni az adott piacról és az adott célcsoportról és csak ezek ismeretében vágj újabb fejlesztésekbe (sok hasznos adatot szerezhetsz pl. [innen](#))

Képezd a vásárlóidat Ha nagyobb értékű terméket/szolgáltatást értékesítesz, akkor nagyon nagy lehet a tájékoztatás, az előzetes információk szerepe az üzletedben. Az értékesebb termékeknél általában tanácsadással, információátadással kezdődik a kapcsolat és általában azok az ügyfelek vásárolnak a végén, akik megfelelő mértékű információt kaptak és ez alapján fel tudják mérni az termék értékét és személyes hasznát. Ezt a fajta tanácsadói szerepkört jól lehet helyettesíteni olyan információs anyagokkal, amelyek részletesen leírják a problémákat, válaszokat adnak a kifogásokra, így a személyes eladásnál már csak a valóban egyedi kérdéseket kell tisztázni.

Előfordulhat olyan eset is, hogy az ügyfél tisztában van a problémájával, de nem tudja, milyen megoldások közül választhat. Ilyenkor egy tájékoztató anyag akár online akár offline nagy segítségére lehet - akár még fizetőssé is tehetjük ezt az anyagot.

Upsell Miután a vásárlód megvásárolt tőled terméket, felajánlhat még neki más termékeket is, amelyeket csak most és csak itt azonnal jelentős árkedvezménnyel vásárolhat meg. Ez a felajánlás történhet még a megrendelés előtt (tehát hozzáteheti a megrendeléséhez) vagy pedig az első megrendelés után azonnal. Interneten ezt csupán néhány perc megvalósítani a saját oldaladon, de a statisztikák azt mutatják, hogy a vásárlók 20%-a él a lehetőséggel.

Bónuszok Az emberek szeretnek ajándékokat kapni. Ha a terméked mellé sokféle bónuszt kínálsz, akkor gyakran éppen a bónuszok hatására döntenek úgy, hogy megéri nekik nálad elkölteni a pénzüket.

4. Hatékonyságnövelés

Ha szeretnél túllépni ezen a válság-mizérián, akkor jól teszed, ha hatékonyabbá, szervezettebbé teszed a munkádat, így több időd jut a megoldások keresésére és a pihenésre is.

Ahhoz, hogy ugyanannyi idő alatt több munkát végezhess el, 4 nagy területen kell fejlesztened magad:

1. Időbeosztás
2. Mások bevonása a munkába
3. Részfeladatok automatizálása
4. Folyamatok újragondolása, tervezése

Valamennyi területen sikeres lehetsz, ha tervszerűen és átgondoltan foglalkozol vele. **Első lépésként szükséged lesz jól megfogalmazott üzleti célokra** (mondjuk első körben az idei év végéig fogalmazd meg ezeket - írásban!). Pontosan írd le, milyen bevételeket és más üzleti célokat (látogatószám, feliratkozók száma) szeretnél elérni december végére akár éves, akár havi lebontásban.

Ezután **írd le, milyen stratégia mentén szeretnéd (illetve tudod) megvalósítani ezt a tervet** (hány terméket kell eladnod, ehhez hány akciót kell indítanod, hány látogatót és hány feliratkozót kell elérned - saját tapasztalat, hogy érdemes mindig ráhagyásokkal számolni, mert azok a konverziós arányok, amik korábban sikeresen működtek, lehetséges, hogy idén csak részben fognak teljesülni)

Ezt követően **a terveidet írd be a naptáradba és lépcsőről lépésre tervezd hozzá az elvégzendő feladatokat is!** (mikor kell blogbejegyzéseket írnod, mikor mennek ki az akciós levelek, mely időszakokban dolgozol majd a lista bővítésén stb.)

A feladatokat végignézve gondolkodj el azon, hogy **ha egyes egyszerűbb részfeladatokat kiszerveznél, akkor mennyivel több időd jutna pl. a látogatottságnövelésre** és ez mekkora profitnövekedést jelentene a számodra. Gyakran néhány tízezer Forintos kiadással jelentős bevételekhez juthatsz ilyen módon.

Érdemes azt is átgondolnod, **mely rutinfeladatok azok, amik csak hátráltatnak a munkában, nem hoznak sem közvetve sem közvetlenül hasznot, viszont jól automatizálhatóak.** Például a hírlevél kiküldés kiválóan automatizálható autoresponderrel, és a legjobban sikerült

akciókat is lehet időzíteni a hírlevél-sorozatba.

A látogatóink által gyakran feltett kérdésekre is kidolgozhatunk egy GYIK rendszert, amelyben minden kérdésre megtalálhatja a válaszokat (pl. „Letöltöttem az e-bookot, de elvesztettem, elküldenétek még egyszer?”), ezzel rengeteg időt takaríthatsz meg, amit e-mailezéssel töltenél.

Gyakran a berögzült szokásaid azok, amik hátráltatnak a munkában: pl. állandóan figyelgeted az e-maileket, minden új blogbejegyzést azonnal elolvasol, folyton elérhető vagy Skype-on, MSN-en. Ahhoz, hogy hatékony legyél a munkában, meg kell tanulnod különválasztani a kapcsolattartást és kommunikációt igénylő feladatokat és a fókuszálást, nagy odafigyelést igénylő alkotómunkát.

Ha ezen lépéseket külön-külön vagy egészében megvalósítod máris hatalmas előrelépést érhetsz el a bevételeid tekintetében és szemben úszhatsz az árral.

Az Idővarázs Tréningen megmutatjuk milyen gyakorlati lépéseket kell megtenned a hatékonyabb munka érdekében, segítünk ott helyben elkészíteni terveidet és fél éven át támogatunk a megvalósításban is.

A tréningről itt kaphatsz bővebb információt:

<http://www.rizsanelkul.hu/akcio/idovarazs-trening>