

3+1

Bevált Marketing Tipp a Válság Alatt

Szia, először is köszönjük,
hogy vetted a fáradságot, és regisztráltál.

Az emailben megtalálod
az ingyenes konzultáció részleteit.

MESH[®]

1. Ne állj le a kommunikációval, sőt...!

Egyik kedves, szépségiparban dolgozó ügyfelünk, megkeresett kb. fél éve minket, hogy valamilyen oknál fogva, kevés új vendége van. Kiemelte, bár jelenleg elég szűkösek a lehetőségei, és költségvetése (ez később még fontos lesz), szeretne valamilyen ésszerű megoldást találni, és megélni munkájából. Elkezdtük még februárban a piackutatást, majd összeállítottuk számára az új kommunikációs stratégiát.

Sajnos, közben megérkezett a **korona vírus**, mint a legtöbb vállalkozó teljesen érthető okból, így ő is bepánikolt, és leállította rövid időre a marketinget.

Néhány nap elteltével, megkerestük az általunk vélt ideális megoldással, majd újrátárgyaltuk a lehetőségeket és azt, hogy min szükséges azonnal változtatni, végül elkészítettük, és újra ütemeztük a kampányait. Minden tiszteletünk az övé, hiszen kockáztatott, fejlesztett, de azt gondolom, már kitaláltad, nem véletlenül hoztuk őt példának.

Az első megbeszélésünk idején, ügyfelünk még gyakorlatilag saját konkurensétől volt kénytelen széket bérelni, azonban mára ez megváltozott, hiszen nagyjából fél év alatt, annyi vendége lett, hogy saját üzletet nyitott!

Ezért kérlek, fogadd meg tanácsunkat: az esetek nagy részében, a pánik szerűen leállított marketing kommunikáció rossz döntés! Helyette, mérd fel a lehetőségeid (ha kell, kérd szakértő tanácsát) és optimalizálj!

2. Találd meg a számodra releváns célközönséget!

Korábban említett ügyfelünknel maradva, fontosnak tartjuk kiemelni, hogy nem a nulláról indult. Volt a konkurenséhez képest egy egész elfogadható weboldala, félig - meddig használható arculata, és közösségi oldalai. Azonban, a márka nem volt megfelelően, sőt inkább alul volt pozicionálva és ezért nem csak, hogy kevesebb ügyfele volt, áron alul kellett dolgoznia (azaz szolgáltatását értékesítenie).

Az újrapozicionálás és áremelés után, megmaradtak a korábbi „jó vendégei” és szép számmal bővült az új fizetőképes ügyfélkör. Fontos, ez egy előre megtervezett stratégia része volt, nem működik mindenkinél kellő tapasztalat nélkül!

3. Győzd le a saját egódat, ha szükséges változtass!

Észrevettük szépségipari, akkor még új ügyfelünknel, pár alapvető hibát, például: arculati elemek nem voltak összhangban, a weboldala lehetett volna szebb és felhasználóbarátabb módon felépítve, nyomdai anyagai túlsúlyosak voltak, illetve social felületein is azt gondoltuk jóval több lehetőséget be lehet majd vetni, ami előrébb mozdítaná az áhított prémium ügyfélkör megszerzésében.

Őszintén, amikor ennyi minden „szúrja a szemünket”, megpróbáljuk minél finomabban kommunikálni ügyfeleinkkel hiszen, fordított helyzetben mi sem lelkesednénk, pedig hidd el a változás sok esetben jól tesz a márkáddal! :)

Természetesen azzal is tisztában vagyunk, hogy minden vállalkozó saját gyerekeként tekint brandjére, ezért még nehezebb tisztán látni az esetleges hibákat, és legyőzni saját egónkat.

Szerencsére, ügyfelünk megfogadta tanácsunkat, időben rákapcsoltunk, azóta szépen jönnek az eredmények! :)

+1. Többet észzel, mint erővel - ez a költségvetésedre is igaz!

Oké, elfogadtuk, mérlegeltünk, muszáj változtatni, pénzt és időt befektetni, de egyáltalán nem mindegy mikor és hogyan tesszük. A legtöbb esetben, ezért is van szükség egy átfogó stratégiára, hiszen priorizálni és rendszerbe kell szedni, ezeket a tevékenységeket.

A végére egy másik ügyfelünktől hoztunk neked példát, aki úgy döntött nem fogadja meg mindenben a tanácsunkat. Annak ellenére, hogy az arculata ráncfelvarrására, korrigálására javasoltuk neki az első és lefontosabb módosítást, ő idő hiányában inkább tovább haladt és több nyomdai anyagot: köztük szórólapot, katalógust nagy tételben kinyomtatott.

Az eredmény az lett, hogy amikor elkészült a honlapja és a közösségi oldalai, rájött a korábbi arculata elavult és már össze egyeztethetetlen az újjal, így gyakorlatilag a saját pénzét égette el feleslegesen. Ráadásul közben email címe is megváltozott, tehát a nyomdai anyagokon szereplő már sajnos nem volt releváns.

Ezért nem győzzük hangsúlyozni, hogy fontos a jól átgondolt stratégia, amihez mindig tartod magad, ezzel rengeteg kellemetlen szituációtól kímélheted meg vállalkozásod és pénztárcád!

Ha a fenti példák alapján úgy érzed a te márkád marketing kommunikációján is lehetne csiszolni, keress bátran minket elérhetőségeink egyikén! :)

MESH

+36 30 876 3972

hello@meshads.com