

DobraStrategia.pl

Prezentuje:



autor: Łukasz Stokłosa

Niniejsza publikacja może być kopiowana oraz dowolnie rozsyłana tylko i wyłącznie w formie dostarczonej przez DobraStrategia.pl. Zabronione są jakiegokolwiek zmiany w zawartości publikacji bez pisemnej zgody autora i zabronione jest kopiowanie jej fragmentów oraz odsprzedaż.

Ważny wstęp.

Być może wydaje się także Tobie Czytelniku, że największą przeszkodą na drodze do wielkich sukcesów w Twoim biznesie jest za duża konkurencja, która zabiera Ci każdego dnia potencjalnych klientów albo za krótka doba bo pracujesz zbyt ciężko od rana do wieczora i brakuje Ci czasu, a i tak nie dostrzegasz zadowalających efektów w zyskach Twojej Firmy. Czy zastanawiałeś się kiedyś, że dużą przeszkodą w osiągnięciu obranego przez siebie celu może być nieumiejętność zaplanowania strategii, która krok po kroku, stopniowo i skutecznie doprowadzi Cię do sukcesu. Zapewne robisz dużo różnych rzeczy, chwytasz się każdego dnia różnych zajęć, które mają w Twoim przekonaniu pomóc Twojej firmie, ale zniechęcasz się po pewnym czasie widząc brak długotrwałych efektów swoich działań. Zastanawiasz się, dlaczego nie masz efektów pomimo tego, że przecież chcesz postępować zgodnie z dobrymi radami mądrych znajomych. Masz zbyt dużo pomysłów naraz. Porażki Twoich niezbyt udanych akcji promocyjnych tłumaczysz sobie brakiem wrodzonych umiejętności do prowadzenia skutecznego marketingu i brakiem wystarczającej wiedzy o tym, jak wykorzystać potencjał Twoich produktów lub usług tak, by zwiększyć sprzedaż.

Ale Ty Czytelniku jesteś osobą, która łatwo się nie poddaje, dlatego skoro postawiłeś sobie cel jaki chcesz osiągnąć prowadząc i rozwijając Twoją Firmę to, zrób wszystko, aby móc go zrealizować. Mocno wierzę, że ten krótki poradnik pomoże Ci w tym.

Czym powinna być główna strategia Twojej Firmy?

Zanim zaczniesz Czytelniku zgłębiać i stosować w Twojej Firmie tajniki konkretnych, strategii marketingowych, zastanówmy się przez chwilę, czym powinna być główna strategia Twojej Firmy.

Strategia firmy jest jak dobra mapa, która wytycza najbardziej optymalną trasę podróży. Gdy jej nie masz, nie dotrzesz szczęśliwie do celu lub znajdziesz się tam, ale z wielkim trudem. Z tego co zaobserwowałem wśród klientów DobraStrategia.pl to większość osób posiadających firmy już wie, jak ważne jest by posiadać strategię i trzymać się jej założeń, ale tak naprawdę tylko nieliczne firmy ją posiadają.

Większość zarządzanych w ten sposób firm traci czas na poszukiwanie doraźnych okazji, bez względu jakie to przyniesie im skutki w długiej perspektywie czasu. Efekt tego jest taki, że przez kolejne lata takie firmy tkwią w miejscu, nie rozwijają się, kiedy rynek wciąż się rozwija i konkurenci w tym samym czasie odcinają kolejne smakowite kawałki z ich rynkowego tortu. Albo osoby zarządzające firmą przeskakują z jednego pomysłu na drugi w efekcie nie kończąc żadnego z rozpoczętych projektów. W ten sposób potwierdzają tylko to, że nie do końca wiedzą, co chcą żeby robiła ich firma i w jaki sposób to osiągną. Firmy te

rozwijają się bez pomysłu i nie wiadomo dokąd zmierzają. Takie firmy do końca nie rozumieją wielkiej roli sprzedaży przesadnie skupiając się wyłącznie na własnych produktach lub usługach, a to sprzedaż właśnie wpływa na ich szybki lub powolny rozwój. W efekcie firma nie jest odporna na sezonowość, recesje na rynku, czy agresywne działania ze strony konkurencji. Firmy, które nie posiadają strategii, bardziej narażone są na podejmowanie niepotrzebnie dużego ryzyka podczas wprowadzania nowych produktów i technik sprzedaży, czy rozwiązań marketingowych.

Dlatego wytyczenie najlepszej drogi prowadzącej firmę do sukcesu, może być trudne dla kogoś, kto nie ma dostępu do gotowych porad. Mówiąc krótko, musisz wiedzieć, jak przeprowadzić Twoją Firmę stąd gdzie jest obecnie, do miejsca w którym chcesz, żeby się znalazła w przyszłości. Do miejsca o ugruntowanej pozycji rynkowej i poziomem satysfakcjonujących wyników finansowych.

Żeby było Ci łatwiej zapisz teraz na kartce odpowiedzi na poniższe pytania:

Czym jest moja firma?

Dlaczego to robię?

Co sprawia mi największą przyjemność w tym co robię?

Kto jest klientem mojej firmy?

Jacy klienci kupują ode mnie z największym zyskiem?

Na jakich klientach ponoszę największe koszty obsługi i cierpi na tym mój zysk?

Co jest największą wartością, korzyścią dla mojego potencjalnego klienta?

Które cechy produktów lub usług mogę zmodyfikować, uwypuklić tak, aby się wyróżnić wśród konkurencji?

Jak chcę, aby moja firma wyglądała w przyszłości? (za 3, 5 lat)

Jak wdrożyć strategię?

Proponuję abyś teraz wziął Czytelniku kartkę papieru i czytając dalej ten poradnik zapisywał na niej już dziś wstępny zarys strategii Twojej firmy. Zaczynając tworzyć strategię firmy musisz zastanowić się nad wizją, jak chcesz by w przyszłości wyglądała Twoja Firma. A to wszystko, co określi w jaki sposób będziesz chciał zrealizować tę wizję, będzie stanowić strategię Twojej Firmy.

Misja firmy → Strategia firmy → Taktyki działania → Programy realizacji

1. Na początku określ wizję Twojej firmy. (Dokąd zmierza moja firma?, Co chcę w ten sposób osiągnąć?)

Napisz najbardziej konkretnie w jakim kierunku ma podążać rozwój Twojej firmy i co chcesz osiągnąć w Twoim biznesie. To co naprawdę będzie Cię motywować do działania, bo jeżeli wizja nie motywuje do działania to jest bardzo mało prawdopodobne, że odniesiesz sukces. Wizja powinna być zapisana prosto, krótko i skupiać się na potrzebach klientów. W napisaniu wizji pomogą Ci odpowiedzi na pytania zawarte w poprzednim rozdziale.

Przykład: **Chcę zostać liderem w sprzedaży energooszczędnych i ekologicznych rozwiązań dla domów.**

2. Zapisz główną strategię Twojej firmy. (Pomysł na zrealizowanie mojej wizji. Jak zamierzam to osiągnąć?)

Kolejnym elementem, wynikającym bezpośrednio z wizji jest strategia, która jest bardziej rozbudowana niż wizja i jest swego rodzaju pomysłem na zrealizowanie wizji. Zapisz Czytelniku, co masz robić, aby dotrzeć do celu który zapisałeś w wizji Twojej firmy. Kogo i w jaki sposób będziesz obsługiwać? W czym będziesz najlepszy? Jaką unikalność zbudujesz? Jakie kanały dystrybucji wykorzystasz?

Przykład: Zbuduję ogólnokrajową sieć specjalistycznych sklepów, uruchomię dodatkowo sprzedaż przez internet, zatrudnię w terenie dodatkowych sprzedawców za prowizję, zaoferuję klientom serwis 24/7 i własny transport, znajdę partnerów do współpracy biznesowej – np. firmy budowlane, biura projektowe i architektoniczne. itd.

3. Określ taktyki postępowania.

Ze strategii wynikają taktyki (sposoby), jakie zastosujesz i które ułatwią Ci osiągnięcie założonego celu.

Przykłady: Odpowiednia identyfikacja wizualna oddziałów firmy, jej siedziby, samochodów firmowych. Stworzenie odpowiedniego firmowego serwisu internetowego i sklepu internetowego, wykorzystanie dodatkowych kanałów dotarcia do klienta przez portale aukcyjne i ogłoszeniowe. Publikacja artykułów oraz not prasowych w prasie budowlanej i dodatkach do dzienników regionalnych, udostępnienie darmowych kursów z wartościowymi poradami i katalogów produktów dla klientów. Zaoferowanie bezpłatnych konsultacji w doborze odpowiedniego rozwiązania energooszczędnego dopasowanego dla

domu klienta. Udostępnienie specjalnego kalkulatora inwestycji. Pokazanie klientom wymiernych ekonomicznych korzyści z przejścia na energooszczędne i ekologiczne technologie.

4. Opisz odpowiednie programy działania. (najbardziej szczegółowe)

Aby wdrożyć taktyki musisz w swojej firmie stworzyć szczegółowe programy działania, czyli określić poszczególne nakłady na realizację, daty realizacji, spodziewane zyski.

Przykłady: Opis zasad funkcjonowania sieci sklepów (pracownicy, rozliczenia, magazyny, koszty). Asortyment oferowanych produktów – budżet na zakup odpowiedniej ilości towaru i magazynowanie. Zawartość oraz wygląd firmowej strony internetowej i sklepu internetowego. Terminy planowanych kampanii reklamowych i promocyjnych oraz ich koszty w określonych mediach. Wykorzystanie dodatkowych strategii marketingowych i uruchomienie darmowych metod marketingu dla zwiększania sprzedaży o 100% rocznie przez trzy kolejne lata. Powiększanie wartości postrzeganej, dostęp do nowych, dużych skupisk klientów, likwidacja barier zakupu i sprzedaż ukierunkowana na potrzeby klienta, uruchomienie systemu poleceń itd.

Jakie błędy można popełnić określając strategię firmy?

Największym i najpowszechniejszym błędem jest nie posiadanie strategii. Większość takich firm ciągle poszukuje okazji, nie podąża wytyczoną trasą tylko zbacza w boczne uliczki, które często okazują się ślepyimi drogami. Wiąże się to przeważnie z małymi lub większymi kłopotami z płynnością finansową tych firm.

Kolejnym błędem jest to, że jeśli posiadamy już strategię firmy to trzymamy ją w głębokiej tajemnicy. Jeśli klienci, kontrahenci i partnerzy biznesowi nie wiedzą, co Twoja firma robi i w jakim celu, to tracisz w ten sposób kontakt z potencjalnymi klientami i partnerami. Nie podsuną Ci oni pasjonujących pomysłów dla rozwinięcia Twojego biznesu, które będą wspierać strategię Twojej firmy. Dlatego mów wprost o swojej strategii albo niech cała Twoja firma i jej działania jasno ukazują, jaką strategię wybrałeś.

Następnym błędem jest przekonanie, że raz zapisanej strategii nie należy rozwijać i modyfikować. Musisz pamiętać, że technologia i trendy ciągle się zmieniają. Jeśli kiedyś firma produkowała wysokiej jakości tradycyjne aparaty fotograficzne i to była jej główna strategia, to w dzisiejszych czasach taka strategia nie sprawdzi się, biorąc pod uwagę jaki nastąpił rozwój techniki cyfrowej. Kto dziś pamięta o telegramach, które odeszły do muzeum, bo każdy za grosze

może natychmiast wysłać swój własny elektroniczny telegram (SMS) ze swojej komórki. Wracając do aparatów fotograficznych to były firmy, które w odpowiednim momencie nie ukierunkowały swojej strategii na aparaty cyfrowe i wypadły z rynku.

Strategia firmy zawsze powinna podążać za technologią, za trendami w branży i zmianami oczekiwań klientów, dlatego co jakiś czas należy strategię firmy modyfikować i dostosowywać do aktualnej sytuacji biznesowej. Nie ma w tym nic złego.

Nagminnym błędem jest także szybkie rezygnowanie z realizacji strategii zanim zacznie ona przynosić wymierne korzyści dla firmy. Wielu właścicieli firm jest niecierpliwych. Tacy ludzie myślą, że strategia firmy to proces natychmiastowy, tymczasem jest to działanie długookresowe. Niestety wolą oni codziennie walczyć z kolejnymi przeciwnościami losu skacząc od zlecenia do zlecenia i borykając się z problemem płynności finansowej firmy.

Jakie korzyści może dać Ci dobrze określona i realizowana strategia firmy?

Po pierwsze wiesz w jaki sposób oraz za pomocą, których narzędzi marketingowych i taktyk możesz szybciej, łatwiej rozwijać Twoją firmę. Nie tracisz czasu na podejmowanie decyzji na temat każdej rzeczy w Twojej firmie. Dzięki zapisanej strategii wiesz dokładnie, gdzie chce podążać firma i natychmiast możesz odrzucić pewne rozwiązania i pomysły, które nie współgrają z Twoją strategią.

Drugą korzyścią z posiadania i stosowania określonej strategii firmy są zmniejszone wydatki na działania marketingowe i reklamowe. Twój marketing i reklama jest skuteczniejsza, gdyż nie docierasz ze swoim przekazem do wszystkich jak leci, tylko do określonej grupy docelowej potencjalnych klientów. Marketing i promocja firmy jest tym skuteczniejsza im jest bardziej zawężona, trafia do bardziej zainteresowanego odbiorcy i konkretnie pokazuje mu korzyści.

Firmy, które nie działają strategicznie reklamują i promują się gdzie tylko popadnie. Robią marketing w różnych mediach, każdej gazecie, przekazując klientom wiele, czasem mało istotnych i bezwartościowych dla nich informacji, ponosząc przy tym ogromne koszty.

Jeśli marketing i reklama Twojej Firmy jest skuteczna, to mniej Ciebie kosztuje. To powoduje, że masz dużo większy zwrot z inwestycji w taką reklamę. Mając strategię firmy wiesz dokładnie do kogo adresujesz, gdzie i po co robisz marketing oraz reklamę.

Dodatkowo dzięki określonej głównej strategii, marketingowe i reklamowe działania Twojej Firmy będą spójne. To oznacza, że nie tylko logo, wystrój siedziby firmy, firmowa szata graficzna, wygląd strony www, czy firmowych dokumentów będą współgrać. Ważniejsze jest jednak to, aby treść informacji, które dostarczasz klientowi różnymi metodami i narzędziami marketingowymi także ze sobą współgrała. Na przykład, jeśli wysyłasz do klienta e-mail w którym opowiadasz mu o korzyściach wynikających z zakupu danego produktu, to w treści takiej wiadomości wstaw link kierujący go bezpośrednio do podstrony w Twoim serwisie www opisującej ów produkt, a nie do strony głównej.

Rozwijanie firmy z dobrą i poprawnie realizowaną strategią daje Tobie bardzo dużą szansę na spektakularny sukces i zostanie liderem danej branży.

Jeżeli Twoja firma działa strategicznie to wiesz, co robisz i jak robisz. Zajmujesz się tylko konkretnymi rzeczami, dostarczasz konkretnym klientom, konkretnych usług lub produktów. Możesz także ocenić, jak bardzo opłacalne są dla Ciebie wszystkie te rzeczy, które robi Twoja firma:

- ✓ Jak bardzo zyskowna jest sprzedaż produktów, czy świadczenie usług?
- ✓ Ile kosztuje Cię obsługa danych klientów?
- ✓ Jaka jest skuteczność marketingu i reklamy?
- ✓ Jakie wydatki ponosisz na marketing i reklamę?
- ✓ itd.

Zastanów się, jak szybko Twoja firma może osiągnąć założony w wizji cel, postępując zgodnie z wytyczoną strategią. Jeżeli chcesz dowiedzieć się więcej w jaki sposób łatwiej i szybciej zrealizować Twoje cele to, być może jesteś zainteresowany [szkoleniem z ukrytych strategii marketingu](#).

A teraz spokojnie jeszcze raz przeczytaj zapisaną przez siebie strategię Twojej Firmy, zastanów się, dokąd zmierzasz, w jaki sposób tam dotrzesz i czyja pomoc będzie Ci potrzebna po drodze.

Łukasz Stokłosa

trener, doradca marketingowy i strategiczny

www.dobrastrategia.pl