Gabriela Antczak

Mali mogą więcej!

Marketing małej firmy czyli wojna o rynek

Gabriela Antczak

jest doświadczonym praktykiem w dziedzinie marketingu i zarządzania, absolwentką Akademii Ekonomicznej w Poznaniu. Od lat związana jest z marketingiem, który jak sama mówi, traktuje jak szczerą pasję. Opracowuje i wdraża strategie marketingowe w przedsiębiorstwach. Doradza także małym i najmniejszym firmom jak skutecznie wprowadzać zasady profesjonalnego marketingu, z uwzględnieniem ograniczeń i trudności jakie napotykają początkujący przedsiębiorcy w obecnych realiach.

Kontakt z autorką możliwy jest przez www.gabrielaantczak.pl

Mali
mogą
więcej!

Projekt okładki: Adam Zienkowicz
Ilustracje: Adam Zienkowicz z wykorzystaniem materiałów ze strony www.istockphoto.com copyright © istockphoto.com HazMax
Redakcja: Leszek Plak

Copyright by Wydawnictwo Placet, 2010

Wydanie ebook

Wszelkie prawa zastrzeżone. Publikacja ani jej części nie mogą być w żadnej formie i za pomocą jakichkolwiek środków technicznych reprodukowane bez zgody właściela copyright.

Wydawca:
Wydawnictwo PLACET
01-517 Warszawa ul. Mickiewicza 18a/1
tel. (22) 8393626; fax (22)8396761
Księgarnia internetowa http://www.placet.pl
email: redakcja@placet.pl

ISBN 978-83-7488-031-2

Skład i łamanie: Placet
Druk:Nexto

Spis treści

O CO WALCZĘ? 9
POMYSŁ I PASJA 21
WIZJA I PLAN DZIAŁANIA 31
ROZSTAWIENIE WOJSK PRZED BITWĄ 43
KONSEKWENCJA
I SPÓJNOŚĆ DZIAŁANIA 69
SYSTEMATYCZNOŚĆ PRZYCIĄGA
OKAZJE 81
KLASYCZNE NARZĘDZIA WALKI 95
NARZĘDZIA NOWOCZESNE 111
WSPÓŁPRACA 127
KOMPLEKSOWOŚĆ I UROZMAICENIE 139
DEFILADA I PRZEGLĄD SIŁ 151

Drogi Przedsiębiorco.

Stajesz u progu kolejnej z miliona decyzji, jakich wymaga od ciebie na co dzień prowadzenie własnej działalności gospodarczej. Skoro nosisz się z zamiarem sięgnięcia po ten poradnik, to albo walczysz już na konkurencyjnym rynku, albo właśnie zamierzasz się w wir tej walki rzucić, zakładając własną firmę. Gratuluję!

Jeśli stale jesteś w biegu i nie lubisz czytać – doskonale trafiłeś.

Ten poradnik powstał w wyniku mojej pracy jako doradca marketingowy dla małych przedsiębiorstw. Każdy dzień i każde spotkanie przynosi mi kolejne doświadczenie i niespodzianki – nie mogę się nadziwić, jak wielki potencjał i wola przetrwania tkwi we właścicielach małych firm.

Wiem, że nie masz ani czasu ani ochoty na studiowanie kolejnych, teoretycznych porad i wielkich słów. Potrzebujesz kon-

kretnych i sprawdzonych metod, przykładów i narzędzi, które mogą pomóc ci wyróżnić się i zacząć naprawdę zarabiać!

Dlatego nie zamierzam zamęczać cię długimi wywodami, a tym bardziej nudnawym wstępem. Poradnik, nad którym właśnie się zastanawiasz to czysta praktyka i konkret. Jeśli zechcesz poświęcić kilka chwil i przejrzeć jego zawartość, a następnie wypróbować przynajmniej część z proponowanych w nim chwytów, to twoje szanse na przetrwanie i wygraną walkę z konkurencją na pewno wzrosną!

Zapraszam!

Gabriela Antczak

O CO WALCZĘ?

Czy kiedykolwiek zastanawiałeś się po co chcesz prowadzić własną firmę? Wszystkie fachowe stwierdzenia i terminy zostawiamy w tej chwili na kartach poważnych (a może i nieco nadętych) podręczników. Czytając ten poradnik odłóż to, co gdzieś, kiedyś słyszałeś o prowadzeniu własnej firmy. Zastanów się raczej dlaczego chcesz prowadzić działalność, czy jesteś na to gotowy i co cię po drodze czeka? *Powiedzmy sobie szczerze – twoja wiedza praktyczna, zdobyta w codziennej walce podczas zakładania lub prowadzenia firmy jest bezcenna! I żadne poradniki nie wystarczą – mogą jedynie ją uporządkować i uzupełnić!*

Walka, do jakiej w tej chwili się przygotowujesz idzie o wysoką stawkę. Masz przed sobą nie lada wyzwanie. Zapytałam przedsiębiorców, z którymi pracuję czy warto mieć własną firmę – przytłaczają-

ca większość z nich stwierdziła, że mimo wszystkich trudności – warto. Swoboda, niezależność, większe pieniądze – to głównie wymieniane argumenty „za”. Jest jednak warunek – można zaobserwować pewien konkretny typ osobowości ludzi, którzy prą i dążą do posiadania własnego biznesu. Przebojowość, często niepokorność i upodobanie do podniesionego poziomu adrenaliny – są niezbędnymi składowymi sukcesu, podobnie jak cierpliwość, konsekwencja i determinacja. Cechy urodzonego przedsiębiorcy skutecznie można określić analizując jego przeciwieństwo – czyli zadowolonego pracownika etatowego. To, co dla przedsiębiorcy jest atrakcyjne i działa mobilizująco, dla pracownika na etacie jawi się jak koszmar i odwrotnie. Stabilizacja, rutyna, powtarzalność, bezpieczeństwo finansowe, mniejsza odpowiedzialność, itp. – dokładnie tych elementów brakuje w prowadzeniu własnej działalności – i to uwielbiają ryzykanci – przedsiębiorcy!

Jest również grupa ludzi, którzy po prostu mają nietuzinkowe umiejętności i nie mogą ich realizować w przypadku tradycyjnego zatrudnienia. Jeśli jesteś, np. księgową z boskim talentem do układania kwiatów, to zdecydowanie warto, aby ta umiejętność pozostawa-

ła w cieniu kolumn, tyle żeby nie były to kolumny cyfr, a raczej własnej pracowni florystycznej. Z całą pewnością warto założyć działalność, jeśli będzie ona w stanie spełnić oczekiwania, marzenia i uczynić nas szczęśliwszymi. Życie pełne jest przykładów pozornych desperatów, którzy pozostawili prestiżowe stanowiska w korporacjach i założyli własną firmę, realizującą kompletnie, na pierwszy rzut oka, szalony pomysł, a teraz są zadowolonymi i dumnymi z siebie, spełnionymi ludźmi interesu. Własna firma zapewnia niezależność i swobodę. Jednocześnie pamiętaj, że jest też jak przybysz z innej planety – opanowuje mózg absolutnie; nie ma mowy o trzaśnięciu drzwiami i zapomnieniu o problemach zawodowych zaraz po przekroczeniu progu domu – bo praca jest w ...domu! Myśli o kolejnych krokach, zleceniach i obowiązkach prześladują w każdej chwili i czają się zarówno w szafie, jak i lodówce. Praca na własny rachunek jest o prostu bardziej absorbująca – i to również należy wziąć po uwagę. Przedsiębiorca sukcesu okazje widzi wszędzie, a tam, gdzie ktoś inny nawet by nie przystanął, analizuje przyszłe przychody, wiedząc, że znalazł kolejną szansę.

Walczysz o poprawę i unormowanie swojej sytuacji finansowej. Będzie cię to niestety

(paradoksalnie) sporo kosztowało, bowiem nieterminowe i przedłużane wręcz w nieskończoność płatności są dzisiaj rzeczywiście zmorą wszystkich firm. To przerażające, jak wiele przedsiębiorstw staje na skraju przepaści z tego powodu! I co najgorsze, nie widać na takie praktyki prawdziwie skutecznego rozwiązania! Krążą wielorakie mity na temat windykacji, wyroków sądowych, komorników i wreszcie Krajowego Rejestru Długów. Oto pokrótce najważniejsze i najczęściej stosowane metody walki z powszechnym brakiem płatności.

1. Windykacja w wydaniu własnym – możesz prowadzić ją samodzielnie (niezwykle uciążliwe, ale niezbędne i dość skuteczne zajęcie). Po prostu należy cierpliwie i monotonnie przypominać się dłużnikom, aby przypadkiem nie zapomnieli, że mają zobowiązania. A muszę przyznać, że w takich przypadkach pamięć jest bardzo ulotna! Telefonicznie, mailowo, listownie – wszelkie metody dozwolone prawem, są dopuszczalne. Z moich doświadczeń wynika, że jest to typowa metoda „na zmęczenie" – dłużnik będzie się w końcu liczył z tym, że nie podarujesz mu należnego zobowiązania. Metoda skuteczna, ale bardzo czasochłonna i męcząca, zwłaszcza, jeśli masz więcej

kandydatów do załatwienia… Ale z czasem, jak staniesz się liczącym się partnerem, płatności też będą spływały w ustalonych terminach.

2. *Windykacja profesjonalna* – prowadzona przez wyspecjalizowane w tej dziedzinie firmy. Niestety, często opierająca się jedynie na powtarzaniu wezwań i kontakcie telefonicznym. Wielu dłużników uodporniło się już na tę formę. Powiedzmy sobie szczerze – firma windykacyjna nie ma mocy wykonawczej i nic poza upominaniem i przesyłaniem wezwań zrobić nie może. Są jednak reprezentanci branży, bardzo konsekwentni w swoim działaniu i profesjonalnie przygotowani. Służą pomocą w przygotowywaniu pozwów do sądu i generalnie opieką prawną lub występują do sądu w imieniu klienta. Dzięki temu ich działania są dość skuteczne. Windykator musi mieć upoważnienie do kontaktów z dłużnikiem i występuje w twoim imieniu. Co ważne, a często mylone – nie ma uprawnień podobnych do komornika. Może tylko negocjować i upominać – na tym jego możliwości się kończą. Większość firm pobiera opłatę tylko od faktycznie ściągniętych kwot, po otrzymaniu przez ciebie przelewu.

3. Wyrok sądowy – najczęściej opcja ostateczna, po wykorzystaniu wszystkich narzędzi polubownego załatwienia sprawy. Wyrok otrzymuje się dość szybko. Upoważnia on do działań komorniczych. Warto pamiętać, że początkowe koszty sądowe (kilka procent od wartości długu) to ty musisz uiścić składając pozew. W przypadku przegranej dłużnika, otrzyma on nakaz do ich zwrotu, wraz ze zobowiązaniem. Zależnie od wartości długu, te początkowe obciążenia mogą być niestety dość znaczne.

4. Krajowy Rejestr Długów. System, o którym krąży chyba najwięcej mitów i plotek. Nie jest prawdą, że aby dopisać do niego dłużnika, trzeba mieć wyrok sądowy – wystarczą dokumenty potwierdzające należność (czyli najczęściej po prostu faktury). Nie jest też prawdą, że raz dodany wpis, zostaje w systemie na zawsze – zostanie usunięty (przez ciebie) po uregulowaniu zobowiązania. Jaka jest skuteczność KRD? W moim odczuciu znaczna. Nadal jeszcze nierzetelni płatnicy obawiają się konsekwencji w postaci poważnych utrudnień w otrzymaniu kredytu, czy podpisaniu umowy telekomunikacyjnej. Niestety są również tacy, którzy jako „recydywiści" nic sobie nie robią z kolejnych wpisów. Jeśli jednak

miałabym porównywać skuteczność przekazu i oddziaływania informacji o korzystaniu np. z usług firmy windykacyjnej, a o możliwości dodania dłużnika do KRD – to ta druga opcja jest znacznie skuteczniejsza. Możliwość korzystania z systemu generuje dodatkowe koszty miesięczne, ale w dzisiejszych czasach, noszących wyraźne znamię niewypłacalności, są to koszty stosunkowo nieznaczne i warte rozważenia. Zajrzyj na www.krd.pl.

Walczysz o niezależność, swobodę i możliwość decydowania o własnym rozwoju. Ale walczysz nie tylko „**O**”, ale również „**Z**”. Przedsiębiorcy, których zapytałam o to co jest dla nich obecnie najbardziej uciążliwe, odpowiedzieli że: urzędy i urzędnicy (75%), a także brak dostępu do precyzyjnej informacji, skomplikowane procedury, podatki i wysokie koszty funkcjonowania. No i bałagan – włażący wszędzie, zagarniający dokumenty, opóźniający realizację zadań, skutecznie skracający dobę. Bałagan jest wszechobecny i tak jak zielsko w ogrodzie – najłatwiej zdobywa swoją pozycję, nie wymagając pielęgnacji. No oczywiście są też tacy, którzy mu pomagają (świadomie, lub nie – to inna sprawa), dostarczają mu nawozu, kolekcjonując, np. tony makulatury

i dziwiąc się po czasie jak się pięknie i skutecznie rozrosła… Walka z bałaganem stanowi jeden z podstawowych problemów codzienności. Trzeba być trochę pedantem, ale bardzo niewielu z nas jest. Bałagan widać wszędzie – nie tylko w dokumentacji, lecz również w realizacji początkowych założeń, dbałości o klienta, pomysłach na dalszy rozwój. Nie pozwól się przytłoczyć bałaganowi, bo skutecznie i szybko cię zdominuje tak bardzo, że nie będziesz mógł oddychać. A w firmie trudniej jest o generalne porządki „raz na jakiś czas" – tutaj potrzebne jest ogarnięcie spraw codziennych, aby kurz nie przykrył całości i nie spowodował, że wraz z nim całość przedsięwzięcia pójdzie w niepamięć.

Wielką plagą są również plotki i mity. Ile ja już słyszałam opowieści nie mających nic wspólnego z rzeczywistością! Niekiedy myślę sobie, że to ich autorzy powinni zdecydowanie pisać książki… ale s*cience fiction*! Mity rosną, przechodząc z ust do ust. Każdy lubi delikatnie je ubarwić. Wszyscy doskonale wiemy, jak działa plotka. No i teraz na ten prosty

i sprawdzony dokładnie mechanizm nałóż sobie informacje przydatne w prowadzeniu firmy. Spotykasz się ze znajomym, który z absolutnym przekonaniem tłumaczy ci jakiś mechanizm, czy sposób pracy pewnej firmy, instytucji, itd. Jest tak stanowczy i pewny swego, że ulegasz magii i nawet nie przyjdzie ci do głowy, aby tę informację sprawdzić. No i tu zaczyna się problem! Nie jesteśmy w stanie dowiedzieć się samodzielnie i sprawdzić absolutnie wszystko. Właśnie po to korzystamy z profesjonalnych porad, ale również konsultujemy się z innymi, którzy w danej dziedzinie mają coś do powiedzenia. Tyle tylko, że słyniemy z powiedzenia: „Polak potrafi", które w tym kontekście nie jest akurat najszczęśliwsze, bo nawet jeśli nie „potrafi", to zmyśli, ale sprawi wrażenie, że doskonale wie co mówi. Generalnie wielu zna się na wszystkim i skutecznie wprowadza innych w błąd.

Uważaj, bo z tym zjawiskiem również będziesz walczył każdego dnia!

A że dana sytuacja stwarza okazję do rozwoju mitów, to zależnie od okoliczności, pewne historie rozwijają się silniej, niż inne. To, że nie jesteśmy w stanie zweryfikować wszystkich, przedstawianych nam faktów, to często spory problem. Kwestię dostępu do wiarygodnej informacji spróbujemy częściowo rozwiązać wspólnie. W treści poradnika znajdziesz sugestie i pomysły, wraz z namiarami na firmy, ludzi i instytucje, które będą w stanie udzielić ci fachowej porady, lub zapewnić profesjonalne usługi. Oszczędzisz czas i zyskasz dodatkową wiedzę.

No i wreszcie pamiętaj! Zawsze walczysz o najlepsze miejsce w świadomości klienta! Tylko ono gwarantuje ci sukces i możliwość dalszego rozwoju. Twój klient chce wiedzieć jaką korzyść przyniesie mu współpraca z tobą. Oprócz wyjątkowych przypadków indywidualnych i prywatnych, przychodzi do twojej firmy, ponieważ chce skorzystać z jej usług i zakłada, że będzie z nich zadowolony.

Dlatego *do klienta mówisz pokazując mu korzyści, a nie sam produkt czy usługę.*

Przyjmijmy, że to ty kupujesz nowy samochód do swojej firmy. Wybierasz spośród wielu propozycji. Co tobą kieruje? Czy zdajesz sobie sprawę, że mnóstwo różnych marek posiada te same komponenty od tych samych dostawców, że wiele modeli jest niemalże identycznych, a ich zasadniczą różnicą są znaczki na masce? **Kupujesz korzyści i skojarzenia!** *Konkretne auta wzbudzają u ciebie konkretne odczucia. Do tego dochodzą umiejętności sprzedawcy – który prezentuje ci plusy, jakie uzyskasz kupując samochód akurat od niego. W efekcie nabywasz wizerunek danej marki i korzyści, jakie konkretnie tobie daje. Nie kupujesz fizycznie tylko czterech kółek i kilku metrów blachy – bo wtedy mogłaby to być blacha „bezmarkowa" ☺ – ale cały wizerunek, jaki za sobą pociągają. To o taki wizerunek w świadomości własnych klientów będziesz walczył.*

Albo inaczej:

Do kawiarni młodego biznesmena, który podzieli się z nami swoimi doświadczeniami przychodzą bardzo różni ludzie. Czy zaglądają tam, żeby po prostu

usiąść i wypić kawę (co mogą z powodzeniem zrobić w domu albo w pierwszej lepszej knajpce), czy raczej szukają innych, podobnych do siebie ludzi; chcą odsapnąć od obowiązków w klimatycznym wnętrzu; chcą się poczuć dobrze i spokojnie w zgiełku codzienności? Zapraszając ich do nastrojowej kawiarni, nie podasz im po prostu „atrakcyjnych" cen ciastek – bo te mogą dostać w milionie innych miejsc. Powiesz im, jak wspaniale się poczują i doskonale odpoczną. Podasz im jakie korzyści osiągną tylko dlatego, że zajrzą do środka.

No i najprościej:

Dlaczego kupujesz pralkę? Czy dlatego, że ma silnik, bęben i miejsce do wsypywania proszku; oraz dlatego, że ładnie wygląda? Czy może po prostu dlatego, że pioąc oszczędza twój czas i siły? No właśnie…

Najtrudniejsza walka jaką stoczysz, wymagająca największej konsekwencji, cierpliwości i systematyczności – *to walka o miejsce w świadomości klienta!* Naprawdę możesz ją skutecznie wygrać, musisz się tylko trochę postarać.

No to zaczynamy!

Z entuzjazmem i prawdziwym przekonaniem polecam ten poradnik wszystkim ambiitnym i ceniącym profesjonalizm, przyszłym i teraźniejszym przedsiębiorcom! Potrzebujesz mądrego przewodnika na początku swojej przygody z prywatnym biznesem?... Ta książka to wiarygodne kompendium wiedzy dla Ciebie!...

Karolina Grabowska
Właścicielka SJO Open Mind