

15 kérdés, amit minden marketingesnek fel kell tenned

Mielőtt igent mondasz egy együttműködésre

Pozicionálás

A legtöbb vállalkozó nem azért választ rossz marketingest, mert nem elég okos.

Hanem azért, mert rossz kérdéseket tesz fel, vagy egyáltalán nem kérdez.

Sokan csak azt kérdezik:

- mennyibe kerül,
- mikor indulhatunk,
- hoz-e eredményt,
- van-e referencia.

Ezek fontos kérdések, de önmagukban nem elegendők.

Egy jó marketinges kiválasztásánál nemcsak azt kell megtudnod, hogy mit ígér, hanem azt is, hogyan gondolkodik, hogyan dönt, hogyan kezeli a kockázatokat, és mennyire látja át a vállalkozásod valódi helyzetét.

Ez az anyag abban segít, hogy ne kiszolgáltatott érdeklődőként ülj egy beszélgetésben, hanem tudatos döntéshozóként.

Nem az a cél, hogy vállalat legyen a beszélgetésből.

Az a cél, hogy kiderüljön: valódi szakemberrel beszélsz-e, vagy valakivel, aki csak ügyesen adja el magát.

Hogyan használd ezt az anyagot?

Nem kell mind a 15 kérdést egyszerre, mechanikusan felolvasnod.

Válaszd ki azokat, amelyek az adott helyzetben a legfontosabbak. Ha például hirdetéskezelőt keresel, fókuszálj a mérésre, kockázatokra és reális eredményekre. Ha stratégiai segítséget keresel, figyeld, mennyire érti a vállalkozásod helyzetét.

A lényeg nem csak az, hogy mit válaszol, hanem az is, hogyan válaszol.

Figyeld meg:

- érthetően beszél-e,
- visszakérdez-e,
- vállalja-e a bizonytalanságokat,
- tud-e nemet mondani,
- vagy mindenre azonnal kész válasza van.

A jó szakember nem ijed meg a jó kérdésektől.
Sőt, általában értékeli őket.

A 15 kérdés

1. Mit látsz jelenleg a legnagyobb problémának a vállalkozásomban?

Ez megmutatja, hogy valóban figyelt-e rád, vagy csak sablonmegoldásban gondolkodik.

2. Miért pont ezt a stratégiát javaslod?

Ebből kiderül, van-e logika a javaslat mögött, vagy csak egy előre gyártott csomagot próbál eladni.

3. Milyen eredmények NEM reálisak rövid távon?

A korrekt szakember nemcsak azt mondja el, mi lehetséges, hanem azt is, mi nem várható el azonnal.

4. Milyen kockázatokkal számoljak?

Minden marketing döntésnek van kockázata. Gyanús, ha valaki úgy beszél, mintha semmi sem sülnhetne el rosszul.

5. Hogyan fogjuk mérni a sikert?

Fontos, hogy ne érzések alapján döntsetek, hanem előre tisztázott mérési pontok szerint.

6. Mi történik, ha a stratégia nem működik?

Ebből kiderül, van-e terve javításra, tesztelésre, újratervezésre, vagy csak az első ígéretig gondolkodik.

7. Volt már sikertelen projekted?

Nem az a baj, ha volt. Az a kérdés, mit tanult belőle, és hogyan kezeli az ilyen helyzeteket.

8. Miben nem vagy erős?

Egy érett szakember tudja, hol vannak a határai. Aki mindenhez ért, gyakran semmiben sem igazán erős.

9. Milyen szerepem lesz a folyamatban?

A marketing ritkán működik úgy, hogy a vállalkozónak semmi dolga nincs. Fontos tisztázni, miben kell részt vened.

10. Milyen adatokhoz férek hozzá?

A saját marketinged adataihoz hozzá kell férned. Ha ez homályos, később kiszolgáltatott helyzetbe kerülhetsz.

11. Ki dolgozik ténylegesen a projekten?

Nem mindig az végzi a munkát, akivel tárgyalasz. Ez nem baj, de tudnod kell, kikkel dolgozol valójában.

12. Mennyi idő után várható reális eredmény?

A túl gyors ígéretek veszélyesek. A korrekt válasz általában időtávot, feltételeket és bizonytalanságokat is tartalmaz.

13. Milyen együttműködéstől óvnál engem?

Ez jó tesztkérdés. Megmutatja, hogy csak eladni akar-e, vagy valóban gondolkodik a te érdekedben is.

14. Mit csinálnál másként, mint más marketingesek?

Itt nem az a fontos, hogy másokat szidjon. Az a fontos, hogy világosan meg tudja fogalmazni a saját módszerét.

15. Miért működne ez a stratégia pont nálam?

Ez az egyik legfontosabb kérdés. Ha nem tud konkrét kapcsolatot mutatni a te helyzeted, célközönséged és az ajánlott stratégia között, akkor még nincs elég alap a döntéshez.

Mire figyelj a válaszoknál?

Nem kell minden válasznak tökéletesnek lennie. De legyenek érthetők, konkrétak és őszinték.

Jó jel, ha a marketinges:

- kérdez, mielőtt válaszol,
- nem ígér biztos eredményt mindenre,
- beszél kockázatokról,
- tudja, miben nem ő a legerősebb,
- nem akar mindenáron azonnali döntést,
- érthetően elmagyarázza, mit miért javasol.

Figyelmeztető jel, ha:

- mindenre túl gyorsan kész válasza van,
- semmilyen kockázatot nem említ,
- lenézi a kérdéseidet,
- garantált sikert ígér konkrét feltételek nélkül,
- nem tudja egyszerűen elmagyarázni a saját javaslatát,
- vagy csak arról beszél, milyen jók az eredményei, de nem derül ki, hogyan dolgozik.

Záró gondolat

Nem attól leszel tudatos vállalkozó, hogy minden marketingesnél többet tudsz, hanem attól, hogy nem félsz kérdezni.

A jó kérdés nem kellemetlenkedés, jó kérdés védelem.

Ha valaki valóban szakértő, nem fog megsértődni attól, hogy megszeretnéd érteni, miért fizetsz.

Ha viszont már a kérdéseidtől védekezni kezd, az önmagában is fontos információ.