

Marketing Önvédelmi Gyorslap

10 emlékeztető, mielőtt marketingesre bízod a pénzed

Cél

Ez a gyorslap nem elemző munkafüzet és nem részletes checklist.

Arra való, hogy döntés előtt gyorsan visszahúzzon a józan gondolkodásba, amikor egy ajánlat jól hangzik, egy marketinges magabiztos, vagy úgy érzed, most azonnal lépned kell.

Tedd el, nyomtasd ki, vagy tartsd kéznél, mielőtt igent mondasz egy marketing együttműködésre.

1. A lelkesedés nem bizonyíték

Attól, hogy valaki nagyon magabiztos, még nem biztos, hogy igaza van.

A jó előadás, a szép prezentáció és az erős meggyőző erő nem ugyanaz, mint a valódi szakértelem.

Döntés előtt ne azt nézd, mennyire lelkesített fel, hanem azt, mennyire érted, amit javasol.

2. A homály mindig kockázat

Ha valami nem világos, azt ne söpörd félre azzal, hogy „biztos én nem értek hozzá”.

A homályos ajánlat, a homályos ígéret és a homályos felelősség később könnyen vitához, csalódáshoz vagy pénz veszteséghez vezethet.

Amiért fizetsz, annak érthetőnek kell lennie.

3. A jó marketinges nem siettet megértés nélkül

Lehet határidő. Lehet akció. Lehet korlátozott kapacitás.

De ha azt érzed, hogy előbb kell döntened, mint ahogy megértetted volna az ajánlatot, állj meg!

A gyors döntés ritkán jó döntés, ha közben bizonytalan vagy.

4. Nem minden probléma marketingprobléma

Ha kevés az ügyfél, nem biztos, hogy azonnal hirdetés kell.

Lehet, hogy az ajánlat, az ár, a célcsoport, a weboldal, a bizalomépítés vagy az értékesítési folyamat a gyenge pont.

Légy óvatos azzal, aki minden helyzetre ugyanazt a marketing megoldást ajánlja!

5. A referencia nem garancia

A szép eredmények, esettanulmányok és ügyfélvélemények hasznosak, de nem jelentik automatikusan, hogy nálad is ugyanaz fog történni.

Más piac. Más ajánlat. Más büdzsé. Más időzítés. Más vállalkozás.

A jó kérdés nem az, hogy „volt-e már sikere?”, hanem az, hogy „miért működhet ez nálam?”

6. A te pénzed, a te felelősséged

A marketinges javasolhat, tervezhet, kivitelezhet.

De a döntést végül te hozod meg.

Ezért nem elég, hogy valaki meggyőző. Neked is értened kell annyira a helyzetet, hogy tudd, mire mondasz igent.

Nem kell szakértővé válnod, de nem dönthetsz teljesen vakon.

7. A „majd meglátjuk” nem stratégia

A marketingben mindig van bizonytalanság, de ez nem jelenti azt, hogy minden mehet észre.

Legyen világos, mi az első lépés, mit figyelték, mikor értékelték, és mikor változtattok.

A rugalmasság jó. A teljes terv nélküliség veszélyes.

8. A túl szép ígéretnek ára van

Ha valaki gyors, biztos, látványos eredményt ígér kevés munkával, kis kockázattal és komoly feltételek nélkül, legyél óvatos.

A marketing működhet nagyon jól, de ritkán varázsütésre.

A túl egyszerű válasz sokszor nem megoldás, hanem csali.

9. A jó együttműködésben nem érzed magad butának

Egy jó szakember nem lenyom, hanem felemel.

Nem azt érezteti veled, hogy te ehhez kevés vagy, hanem segít megérteni a lényegét.

Ha egy beszélgetés után zavarodottabb, bizonytalanabb vagy, mint előtte, az is információ.

10. A legjobb védelem a tisztánlátás

Nem az a cél, hogy minden marketingestől félj.

Az a cél, hogy felismerd, ki dolgozik átláthatóan, ki gondolkodik rendszerben, és ki próbál csak gyorsan eladni valamit.

A jó döntés nem félelemből születik, hanem tisztánlátásból.

Egyperces döntési szűrő

Mielőtt igent mondasz, állj meg egy percre, és válaszolj őszintén:

Nyugodt vagyok, vagy sürgetve érzem magam?

Értem az ajánlat lényegét, vagy csak bízom benne, hogy jó lesz?

Konkrétumokat kaptam, vagy inkább ígéreteket?

Tudom, mi lesz az első lépés?

Tudom, mikor és mi alapján fogunk értékelni?

Ha holnap valaki megkérdezné, mire fizettem, el tudnám mondani egyszerűen?

Ha több kérdésnél bizonytalan vagy, még ne dönts!