

Vállalkozás fejlesztés grafikai tervezéssel

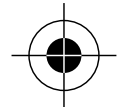
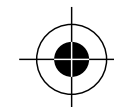
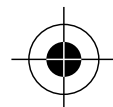
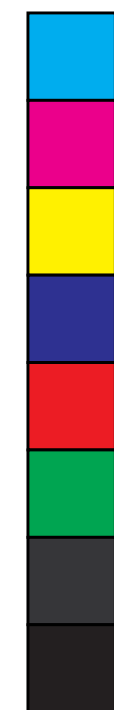
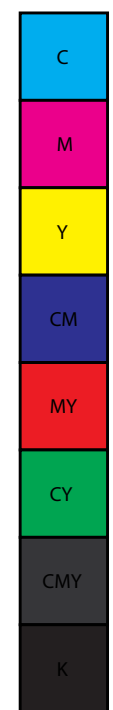


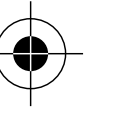
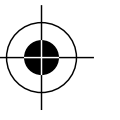
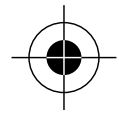
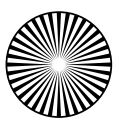
Miért nem fejlődik a vállalkozásom? Valószínűleg ez a legfontosabb probléma, aminek eredményeképpen Ön itt van és ezt az útmutatót olvassa.

Ha egy cég nem találja meg a megfelelő vásárlókörét, vagy megtalálja, de nem a megfelelő hangon szól hozzájuk, vagy nem megfelelő értéket ad számukra, akkor az a cég nem tud fejlődni és nem tud több bevételt termelni.

Minden vállalkozás egyedi helyzetben van, ezért a fent említett problémákra minden cégnél más a válasz. De a megfelelő folyamatot végigjárva felépíthetjük az Ön, saját üzleti stratégiáját, ami megoldás nyújt a legfontosabb dologra egy vállalkozás életében: a bővülésre.

Az általunk készített útmutató ezen stratégia felépítését magyarázza el lépésről lépésre.





Bevezetés

Egy cégnél, ha felmerül a probléma, hogy több bevételt kell termelni, akkor rendszerint összeülnek egy megbeszélésen. Megállapítják, hogy új ügyfeleket kell behozni, és kell például egy arculatváltás vagy weboldal. Egy-két brainstorming alkalmával felépítik a weboldal szerkezetét, tartalmát meghatározzák. Esetleg utólag emailés körlevelekben többször is finomítanak rajta. Konkurens cégektől emelnek át szöveget, csak kicsit átírva. És keresnek más arculatokat mintának, hogy ez és ez tetszik, ilyen legyen a színe.

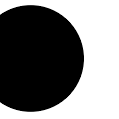
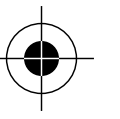
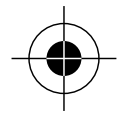
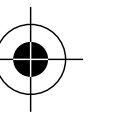
Majd árajánlatokat kérnek különböző design cégektől, esetleg a referenciáikat is összehasonlítják. Majd kiválasztanak egyet (sajnos Magyarországon a tapasztalat az, hogy általában a legolcsóbb ajánlat nyer). Majd átküldik a dizájn cégnek az összeírt anyagot és a mintákat. A design cég készít is egy csinos logót és weboldalt, ami a cégben mindenkinek tetszik, esetleg két-három körben finomítanak rajta. Üzembe is állítják a szép, új arculattal ellátott weboldalt és a végén mégis elmarad a várt eredmény.

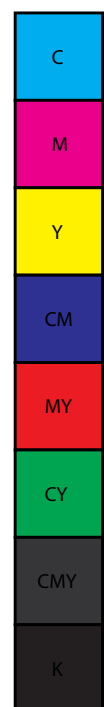
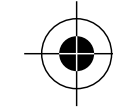
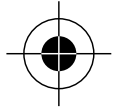
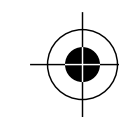
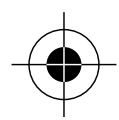
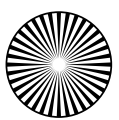
Hol rontotta el a dizájn cég?

Mi az SMK Design-nál az elejétől kezdve részt veszünk a folyamatban. A kezdetektől, amikor definiáljuk a cég problémáját (pain point), amiért szüksége van a változásra. Az okát, amiért pénzt kell befektetnie a vállalkozás változtatására. Mi, az együtt felépített üzleti stratégiát fordítjuk le a design nyelvére, így biztosítva a maximális hatást a potenciális ügyfélre. Ez a hatás teszi lehetővé, hogy megnyerjük magunknak az ügyfelet.

A üzleti stratégia felépítése több részből áll, amik egymásból következnek és hatással vannak egymásra, így alkotva egy folyamatot, amit végigjárva és figyelembe véve, Ön biztos lehet abban, hogy a megfelelő döntéseket hozza, amikor pénzt áldoz cégének bővítésére.

Az üzleti stratégia folyamatát nem kell Önnek felépítenie. Önnel együtt mi, a bevált folyamatot visszük végbe. A lépésekben definiáljuk az Ön cégét, az ön ügyfeleit. A hangot, amin megszólítja a leendő ügyfeleket. És a hatást, amivel elégedettséget nyújt ügyfeleinek. Ezen tudás birtokában magabiztosan és hatékonyan kommunikálhatunk a potenciális ügyfelekkel, legyen az a közvetítő eszköz az Ön weboldala, közösségi oldal, esemény, nyomtatott vagy egyéb média formájában.

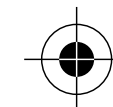
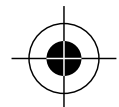
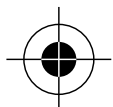


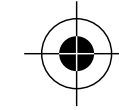
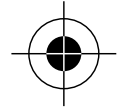
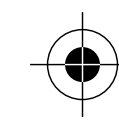
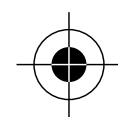
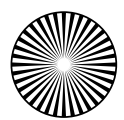


1. Az Ön cége

Az első építő elem, hogy meghatározzuk a cégét. Honnan jött, ki Ön? Mi a cég története? A potenciális ügyfél bizalma elnyerése érdekében átláthatóságot kell adni. Senki sem bízik egy olyan eladóban, akiknek a weboldalán csak egy telefonszám van megadva kapcsolatnak. Minél közelebb érzi magát az ügyfél az Ön cégéhez, annál biztosabb, hogy önt választja a konkurencia helyett.

Az Ön vállalkozásának meghatározásában az egyik legfontosabb tényező az úgynevezett x-faktor. A tényező, amittől az Ön cége különbözik a versenytársaktól, amivel kiemelkedik és mást nyújt, mint a konkurencia. Amikor kommunikál a potenciális ügyfél felé, akkor ezt az üzenetet mindenképpen át kell adni. A 4."A Hatás" című fejezetben, ezt vesszük számításba.



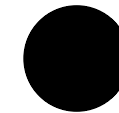
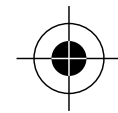
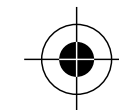
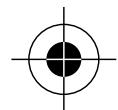
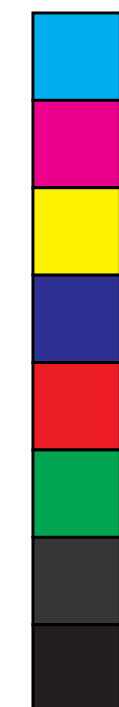
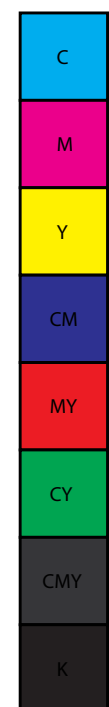


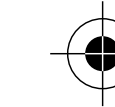
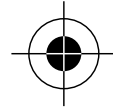
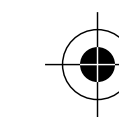
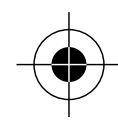
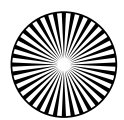
2. Az Ön vásárlói

A megfelelő célközönség kiválasztása és annak megismerése az egyik legfontosabb építőelem a stratégiában. Ismerni kell, hogy kiknek szól az Önök terméke vagy szolgáltatása, hogy amikor kommunikálunk velük, a megfelelő üzenetet juttassuk el hozzájuk, így biztosítva a legnagyobb hatékonyságot. Azt kell elérni, hogy az Ön cége, a potenciális ügyfélnek ne csak egy legyen a sok közül a Google keresés találati listáján, hanem az egyetlen, aki képes személyre szabottan kommunikálni vele így győzve meg arról, hogy az Ön cégét válassza. A legrosszabb, ha egy potenciális ügyfél például az Ön weboldalára látogat és nem a megfelelő hatás éri és ezért a konkurens céggel hasonlítja össze, vagy ami még rosszabb, azt választja az Ön cége helyett.

Kik a potenciális ügyfelek? Kik azok, akik Öntől szoktak vásárolni vagy szolgáltatásukat igénybe venni? Bizonyára már Ön ezt pontosan tudja. Ahhoz, hogy tudjuk nekik mire van szükségük és hogyan kell hozzájuk szólani, tudatosan fel kell építeni a profiljukat. P! Milyen életkorúak? Férfi vagy nő? Elvált vagy házas? Vannak vagy nincsenek gyerekei? Hol élnek és hogyan? Milyen élethelyzetben vannak vagy milyen vállalati döntés előtt állnak? Mi motiválja döntésükben? Hétköznapi halandók vagy cégvezetők?

Minél részletesebben meghatározzuk a potenciális ügyfelek profilját, annál hatékonyabban tudunk hozzájuk szólani.



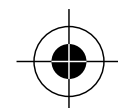
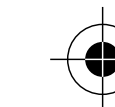
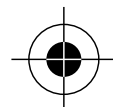
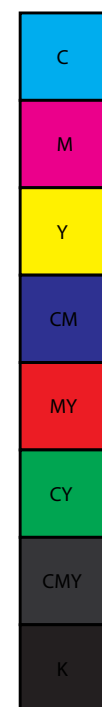


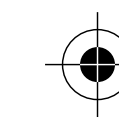
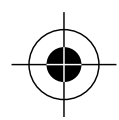
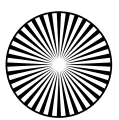
3. A hang

A Ön cégének hangja az ügyfél felé. A megfelelő tónusban átadott pontos üzenet, amire "ráharap" a ügyfél. Fontos, hogy az esélyt, amikor át tudunk adni üzenetet egy leendő ügyfélnek, ne pazaroljuk el. A sok reklám és ilyen-olyan leárazási akciót az emberek tolatodásnak veszik és ennek mindig elutasítás vagy ignorálás az eredménye. Minden esetben azt kell közölni, amit az ügyfél szeretne hallani.

Mivel a profilok megalkotása után már tudjuk, hogy ki az ügyfél és tudjuk, hogy mit szeret, így tudjuk, hogy mit kell mondani és hogyan kell mondani. Barátságosan, empatikusan, vagy kimérten, professzionálisan, vagy lazán, fiatalosan.

Itt nem csak egy pár frappáns szlogenről van szó, hanem a cég identitásáról, arculatáról. A vizuális kommunikáció éppen olyan fontos, mint a verbális. Sőt a mai világban, ahol mindenki jól informált, de kevés szabadideje van, az arculat az, ami egy szó nélkül, egy pillanat alatt a megfelelő hangulatot kelti az ügyfélben. Nap, mint nap óriási mennyiségű információ éri az embereket és ezért szó szerint csak pár másodpercünk van arra, hogy megnyerjük az ügyfelet magunknak. Ezért kell a hangnak megfelelőnek és pontosnak lennie.





4. A hatás

Mi az amit az Ön vállalkozása ígér? Mi lesz a hatása, ha az ügyfél a Ön termékét veszi vagy az Ön szolgáltatását veszi igénybe? Fontos építő elem, hogy felhívjuk a figyelmet az előnyre, amire szert tesz az ügyfél, ha minket választ. Azért vág bele a keresésbe, hogy megkapja a megoldást problémáira, hiszen az a motivációs rugó, ami hajtja. Tisztán, világosan kell közölni, hogy itt bizony rálelt a megoldásra.

Az cég x-faktora a hatásban fontos szerepet játszik. Ez a tényező, az amitől más, jobb hatás éri az ügyfelet, ha Önt választja. A korábban meghatározott hangon (3. fejezet) ezt az üzenetet a kell átadni a leghatékonyabb módon.

Ha végig olvasta az útmutatót, akkor már Ön is biztos abban, hogy nem elég egy szép logó vagy weboldal, és csak kidobott pénz, ha nem éri el a kívánt eredményt. Csak olyanba szabad befektetni amiről tudjuk, hogy megbízható alapokon áll. Egy üzleti stratégia alapjaira épített arculattal, weboldallal, kampánnyal biztos lehet abban, hogy a lehető legjobb döntést hozta.

Az SMK Design-t az üzleti stratégia alapú tervezés teszi egyedivé a piacon.

Lépjön kapcsolatba velünk, ha szeretné Ön is a legjobb döntést hozni amikor pénzt fektet be, hogy még több bevételhez jusson cége.



www.smk.hu

