

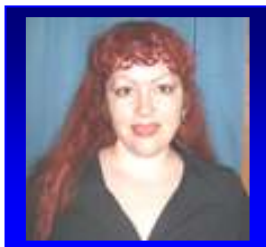
Témakörök: tervezés, marketing stratégia, kisvállalati marketing, ingyenes tanulmány, vállalkozás fejlesztés, vállalkozói tanfolyamok, egyéni vállalkozó, kisvállalati gondolkodásmód, válságkezelés, marketing kommunikáció, marketing tanácsadás

Válság és kommunikáció!

A potenciális vevőink irányába történő kommunikáció válság idején
kiemelten fontos.

Sajnos nagyon sokan elkövetik azt a hibát, hogy egy nehéz helyzetben
(pl. válság idején) behúzzák a kézféket.

A gond igazából nem ezzel van, hanem azzal, hogy rossz helyen történik
a költségcsökkentés.



**Fogadd szeretettel ezt a tanulmányt!
Remélem hasznodra válik majd!**

Üdvözlettel,

Uccinál Doris

Témakörök: tervezés, marketing stratégia, kisvállalati marketing, ingyenes tanulmány, vállalkozás fejlesztés, vállalkozói tanfolyamok, egyéni vállalkozó, kisvállalati gondolkodásmód, válságkezelés, marketing kommunikáció, marketing tanácsadás

A legtöbb kisvállalkozó lépése válság idején az, hogy a marketing és reklámköltségekből faragnak le, és a kommunikációs csatornákat "nyirbálják" meg.

Szerintem **ez a legrosszabb, amit egy vállalkozó, vagy cég válságban tehet.**

Én egyébként nagyon nem szeretem a válság szót használni.

Van ennek a szónak valami hihetetlen negatív kisugárzása az emberi pszichére, és azt figyelem meg, hogy sokan annak ellenére nyirbálják meg a célcsoport felé történő kommunikációt, hogy az ő üzletük-vállalkozásuk ténylegesen is válsághelyzetben lenne.

Egyébként ezen a ponton eszembe jutott egyik volt tanárom, aki egyetemi éveim alatt makroökonómiára és gazdaságpolitikára tanított.

Akkoriban utáltam azt, hogy az inflációról annyi mindent meg kellett tanulnom, és ráadásul ez az egyik kedvenc témája volt.

Mondanom sem kell, nekem nem.

Viszont az elv, amit tanultunk, a mai napig elkísér.

Az a nagyon egyszerű igazság jutott eszembe, hogy amikor beharangozzák, hány százalékos infláció várható, akkor elindul egy öngerjesztő folyamat, egy lavina, és részben az inflációs várakozásoknak "köszönhetően" magasabbra kúszik a ráta, mint amire valójában számítottunk.

Copyright by Vállalkozó Tanoda 2010
A magyar kisvállalkozók iskolája!
www.vallalkozoi-tanfolyamok.net



Témakörök: tervezés, marketing stratégia, kisvállalati marketing, ingyenes tanulmány, vállalkozás fejlesztés, vállalkozói tanfolyamok, egyéni vállalkozó, kisvállalati gondolkodásmód, válságkezelés, marketing kommunikáció, marketing tanácsadás

Ha sikeresen elhitetjük a pszichénkkel, hogy válságban vagyunk, akkor saját magunknak is generáljuk a válsághelyzetet.

Lehet, hogy ezért a mondatért sok szakember "megkövezne", hiszen a válság nem a pszichéből indul ki (és ez így is van), de én arra szeretnék rámutatni, hogy ne hagyjuk, hogy a válságőrület maga alá temessen minket.

Én inkább azt mondanám, jelenleg nehezebb a helyzet, tehát rá kell lépni a gázra, és igenis reklámozni, marketingezni, kommunikálni kell!

Persze az sem mindegy, milyen irányban, és kiknek, illetve hogy milyen marketing csatornákon keresztül reklámozunk!

Kommunikáljunk a célcsoportunk felé, legfőképp azokon a csatornákon keresztül, melyeken át garantáltan elérjük őket!

Hogy ezt hogyan tehetjük meg, arról nemrégiben egy másik cikket írtam, itt elolvashatod:

Ne csak lőj, célozz is!

http://kisvallalkozoi-marketing.blog.hu/2009/04/21/ne_csak_loj_celozz_is

Amennyiben faragni szeretnénk a költségeinkből, akkor tüzetesen nézzük át, hol, mely pontokon tudnánk spórolni, de én mindenképp azt tanácsolom, hogy a költségcsökkentés ne a kommunikáció, ne a marketingezés rovására történjen.

Copyright by Vállalkozó Tanoda 2010
A magyar kisvállalkozók iskolája!
www.vallalkozoi-tanfolyamok.net



Témakörök: tervezés, marketing stratégia, kisvállalati marketing, ingyenes tanulmány, vállalkozás fejlesztés, vállalkozói tanfolyamok, egyéni vállalkozó, kisvállalati gondolkodásmód, válságkezelés, marketing kommunikáció, marketing tanácsadás
Sőt!

A mostani helyzetben **rendkívül fontos, hogy folyamatosan kommunikáljunk célcsoportunk felé, próbáljuk őket elérni, visszajelzésre biztatni.**

Emellett ne feledkezzünk meg azokról az (elégedett) ügyfeleinkről se, akik már vásároltak nálunk, és ajánljunk fel nekik kedvezményeket, indítsunk újtárra egy kuponkampányt, vagy találjunk ki bármi más csábító ajánlatot, amivel rábírhatjuk őket arra, hogy ismételten vásároljanak tőlünk.

Szintén jó megoldásnak tartom a partnercégekkel történő együttműködést.

Olyan vállalkozásokkal érdemes összedolgoznunk, akiknél megfordul a célcsoportunk, viszont maga a vállalkozás nem jelent számunkra konkurenciát.

Az együttműködésnek számtalan formája lehet, melynek a legegyszerűbb (és ingyenes) módja, hogy: "Én reklámozlak Téged, Te reklámozol engem."

Sajnos azt tapasztalom, hogy sok esetben a vállalkozók egyáltalán nem próbálnak meg összedolgozni egymással, pedig ez nagyon fontos lenne, különösen válság idején.

Témakörök: tervezés, marketing stratégia, kisvállalati marketing, ingyenes tanulmány, vállalkozás fejlesztés, vállalkozói tanfolyamok, egyéni vállalkozó, kisvállalati gondolkodásmód, válságkezelés, marketing kommunikáció, marketing tanácsadás

Jó hír, hogy a jelenlegi helyzetben sok hirdetési felülethez sokkal olcsóbban hozzá lehet jutni, és sok cég hajlandó engedményeket tenni, tehát gyakran jóval olcsóbban reklámozhatunk, mint eddig.

Használjuk ki!

Ne feledjük!

Igenis reklámozunk, kommunikálnunk kell, különben pont azt a "fonalat" "csonkítjuk" meg, amely elvezeti hozzánk az érdeklődőket, leendő vevőket, vagy akár a visszatérő ügyfeleinket!

Sikeres vállalkozás kíván Neked,

Weinzierl Anett

felnttkepzési szakértő, munkavállalási és pályaválasztási tanácsadó

KKV marketing oktató

www.vallalkozoi-tanfolyamok.net

Még több ingyenes cikkért és tanulmányért iratkozz fel Vállalkozói

Hírlevelünkre!

http://www.vallalkozoi-tanfolyamok.net/vt_hirlevel.htm

Copyright by Vállalkozó Tanoda 2010

A magyar kisvállalkozók iskolája!

www.vallalkozoi-tanfolyamok.net

