

Dean Jackson

# A 8 PROFIT AKTIVÁTOR



avagy hogyan érd el, hogy vevőid folyamatosan újravásároljanak és örömmel továbbajánljanak téged?

KISVÁLLALATI MARKETING SOROZAT 5.



# A 8 profit aktivátor

*Hogyan érd el, hogy vevőid folyamatosan  
újravásároljanak és örömmel továbbajánljanak téged?*

---

*Írta*

**Dean Jackson**

**Pongor**  
**Publishing**  
üzleti könyvek



A fordítás az alábbi kiadás alapján készült:  
DEAN JACKSON: BREAKTHROUGH DNA.  
8 PROFIT ACTIVATORS YOU CAN TRIGGER  
IN YOUR BUSINESS RIGHT NOW

This translation published by arrangement with NewInformation! Inc  
and Dean Jackson

ALL RIGHTS RESERVED

Írta: Dean Jackson  
Fordította: Bayer Antal  
Felelős kiadó és szaklektor: Pongor-Juhász Attila  
A borítót készítette: Kis-Szölgvényi Ákos

ELSŐ KIADÁS, 2016

Minden jog fenntartva

A könyv – kiadó írásos jóváhagyása nélkül – sem egészben, sem részleteiben nem sokszorosítható vagy közölhető, semmilyen formában és értelemben, elektronikus vagy mechanikus módon, beleértve a nyilvános előadást vagy tanfolyamot, a hangoskönyvet, bármilyen internetes közlést, a fénymásolást, a rögzítést vagy az információrögzítés bármely formáját.

A könyv oktatási, üzleti vagy promóciós célokra is megvásárolható. Információért vegye fel a kapcsolatot kiadónkkal!

Jogtulajdonos: © Pongor Publishing Üzleti Kiadó Kft., 2010-2016  
PONGOR PUBLISHING ÜZLETI KIADÓ KFT., Budapest

Web: [www.pongorkiado.hu](http://www.pongorkiado.hu)

E-mail: [ertekesites@pongorkiado.hu](mailto:ertekesites@pongorkiado.hu)

Nyomdai előállítás: EMU Stúdió  
Nyomtatás: Kvadrát 97 Kft.  
a Radin Print Group magyarországi képviselete

ISBN 978-615-5263-29-3

# Tartalomjegyzék

<i>A marketing új formulája</i> .....	5
<b>1. Profit Aktivátor</b> .....	11
Szűkítsd le a fókuszkodat, és egyszerre csak EGYETLEN célközönségre fókuszálj! .....	11
<b>2. Profit Aktivátor</b> .....	17
Használj azonnali válaszra késztető direkt marketing ajánlatokat, hogy CSELEKTVÉSRE ösztönözd potenciális vevőid .....	17
<b>3. Profit Aktivátor</b> .....	23
Türelemesen és szisztematikusan edukáld és motiváld a potenciális vevőid arra, hogy keressen fel téged... amikor már készen áll erre! .....	23
<b>4. Profit Aktivátor</b> .....	31
Úgy prezentáld az egyedi szolgáltatási ajánlatodat, hogy KÖNNYŰ legyen azonnal elkezdni használni ....	31
<b>5. Profit Aktivátor</b> .....	35
Nyújts egy „Valóra vált álom” élményt, a vevőid szemszögéből nézve .....	35
<b>6. Profit Aktivátor</b> .....	39
Gondoskodj az értékesítés utáni szolgáltatásokról – még azután is, hogy kifizettek .....	39
<b>7. Profit Aktivátor</b> .....	43
Élethosszig tartó kapcsolatok ápolása, és fókuszálj a vevői élettartam értékre .....	43
<b>8. Profit Aktivátor</b> .....	47
Komponáld meg az ajánlásadás élményét úgy, hogy az ügyfél számára örömteli érzés legyen továbbajánlani téged másoknak .....	47



# *A marketing új formulája*

*8 profitaktíváló tényező, amelyet már most „bekapcsolhatsz” a saját vállalkozásodban*

A vállalkozásod kiválóná akár válni.

Benne lakozik a kiválóság lehetősége.

Mint minden vállalkozásban. Csak arra vár, hogy megfelelően alakítsd és tápláld, hogy aztán boldogságot, pénzt és szabadságot biztosítson neked, a tulajdonosának.

Nincs olyan üzleti kategória, amelyen belül ne létezne legalább egy KIVÁLÓ cég, amelynek remekül megy, bárhogyan alakuljanak is a gazdasági, verseny és piaci viszonyok.

Minden vállalkozásban benne van a lehetőség, hogy kiválóná váljon... és ebből a könyvből meg fogod tanulni, mi az a 8 profitaktíváló tényező, amelynek segítségével elérheted az áttörést.

Az első lépés az áttöréshez abból áll, hogy vállalkozásodra ne egyetlen egy egészként gondolj, hanem oszd fel három üzleti egységre:

- Értékesítés Előtti egység
- Értékesítés Alatti egység
- Értékesítés Utáni egység

Mindaz, amiről az „I Love marketing” podcastokban tanítunk, erre a gondolkodási keretre és az Értékesítés Előtti, Alatti, és Utána egységek összefüggéseire épül.

Van egy mindent átszövő képletem, amelyet alkalmazni szoktam minden vállalkozásra. Ez alapvetően abból áll, hogy három részben vizsgáljuk a cégeket: **Értékesítés Előtti** egységként, **Alatti** egységként és **Utáni** egységként. Ez a lehető legegyszerűbb és legszélesebb kontextus.

Vizsgálódás közben egyre mélyebbre ásunk, de ha valóban három, egymástól független egységként tekintesz a vállalkozásodra, amelyek mindegyikének megvan a saját, meghatározható és mérhető pénzügyi célja és hatása, már meg is van a képleted.

Sokan képesek megháromszorozni az eredményüket egyszerűen azáltal, hogy három dimenzióban gondolkodnak róla, ahelyett, hogy egyetlen egy dologként tekintenének rá.

Ha valóban megérted ezt a koncepciót, képes vagy úgy tekinteni az **Értékesítés Előtti** egységedre, mint a vállalkozásod azon egységére, amelyik feladata, hogy azokat az embereket – a potenciális vevőket, akik először kerülnek kapcsolatba a vállalkozásoddal – megtalálja, beazonosítsa, oktassa és motiválja.

Az **Értékesítés Alatti** egységed vállalkozásodnak az a részlege, amely biztosítja, szállítja az élményt, a tapasztalatot a veled üzletelő embereknek. Amennyiben kiskereskedelni boltod van, attól a pillanattól kezdve, hogy belépnek az üzlethelyiségbe, egészen addig, hogy távoznak. Amennyiben ingatlanügynök vagy, attól a pillanattól kezdve, hogy megnézed az ügyféllel az első házat, egészen addig, hogy megtörtént az adásvétel, és már 30, 60 vagy 90 napja ott is lakik.

Az **Értékesítés Utáni** egységed feladata pedig, hogy egy életre szóló kapcsolatot építsen ki és ápoljon mind-

azokkal, akik már ismernek, kedvelnek és bíznak benned, hogy aztán további üzleteket tudj kötni velük, és megkomponálhasd a továbbajánlás élményét – azaz könnyűvé tedd számukra, hogy továbbajánlhassanak téged ismerőseiknek.

Szóval az a nagykép, aminek az alkalmazására rengeteg lehetőség létezik, rengeteg módon lehet felmérni, hogy egy vállalkozás hol találhatja meg a legjobb lehetőségeket.

Saját tapasztalataim szerint a cégtulajdonosok többsége általában a három egység közül az egyikre koncentrálsz elsősorban. Vannak, akik csak az aktuális ügyfeleikre fókuszálnak, és napról napra próbálják kezelni a felmerülő ügyeiket.

Így van ez például az orvosoknál és más, az egészségügyi szférában tevékenykedőknél, akik csak a beteglistájukkal foglalkoznak, mindig az Értékesítés Alatti egységre koncentrálsz.

Az ilyen cégek szinte büszkén jelentik ki, hogy nem reklámozzák magukat, nem csinálnak semmiféle marketinget. Mintha ez valami érdem lenne. Úgy érzik, nekik erre nincs szükségük.

Én azonban mindig szomorú leszek, ha ilyesmit hallok, mert úgy gondolom, hogy korlátozzák üzleti lehetőségeiket.

Ha azonban egyszerű részeire bontod a dolgokat, és tudod, hogy mit keresel, a kreativitásod valóban beindulhat ebben az összefüggésben.

Most az Értékesítés Előtti egységről beszélünk, de minden egyes szintnél egyre konkrétabb kérdések merülnek fel, és egyre jobban belemegyünk a részletekbe.

Az Értékesítés Előtti, Alatti és Utáni egységek mindent meghatározó kapcsolatában húzódik meg az a 8 Profit Aktivátor, amely megalapozza a vállalkozásod folyamatosan növekvő profitabilitását.

Vizsgáld meg mindhárom egységedet, és meg fogod látni, hogy számtalan módon lehet alkalmazni ezeket a Profit Aktivátorokat. Bármely jellegű cégnél ezeket szoktam használni elemző eszközként.

Amikor konzultációt tartok, és eljönnek az emberek a floridai vagy a torontói „Gonosz tervalkotó műhelyünkbe”, ezt az ábrát rajzoljuk fel a fehér táblára, az adott cég Értékesítés Előtti, Alatti és Utáni egységeit. Ez igazán hasznos, hiszen így mindenki képes úgy gondolni a vállalkozására, mint egy mozgásban lévő folyamatra.

A Discovery Channelen fut egy kiváló műsor, a „How It’s Made”. Ebben mindig más és más gyártási folyamatot vesznek végig, bemutatják az összeszerelő sorokat, megtanulhatod belőle, hogyan készül a csavarhúzó vagy éppen a kemény cukorka.

Járják az országot, és bemutatnak mindenféle gyártási folyamatot, lépésről lépésre elmagyarázva az elkészítésüket.

Megdöböntő, hogy milyen összetett eljárásokról van szó, miközben egyszerűek és elegánsak is egyben. Mennyi minden kell például egyetlen cukorka elkészítéséhez...

Igazán lebilincselő ez a sorozat, rengeteg részét láttam. Nem is tudom, mikor találtam rá először, mindenesetre jó régen volt. Amikor először belebotlottam, éppen egy maratoni délután volt belőle, talán három órán át néztem.

Észrevettem magamon, hogy ez a műsor az agyamnak azt a részét stimulálta, amely vizuális, mozgó fo-

lyamatokhoz kapcsolódik. Ez pedig összeköthető azzal, ahogy a céged valamennyi folyamatáról gondolkozol.

Ha ilyen jellegű gondolkodással találkozol, valami történik az agyadban, és ezt feltétlenül ajánlom mindenkinek. Menj fel a YouTube-ra, írd be, hogy „How It’s Made”, és egy sor epizódot meg tudsz nézni online.

Garantálom, hogy ezeknek a folyamatoknak a látványa egészen más megvilágításba helyezi a saját vállalkozásodat is. El fogsz gondolkodni te is: *„Ha az én vállalkozásom egy összeszerelő-sor lenne, mely nyersanyagokra lenne szükségem az elején, és milyen folyamatoknak kell végigmenniük az összeszerelő-soron?”*

Akár 50 különböző munkafázisról is lehet szó, mire a végén lejön a sorról egy rágógumi, egy csavarhúzó vagy egy motoros sisak. Egyes munkafolyamatokban emberek vesznek részt, mások teljesen automatizálva vannak.

Jó ötlet elgondolkodni azon, hogy a te vállalkozásodon belül hol lehetne automatizálni a terméked előállítását vagy a szolgáltatásod nyújtását, és az egész folyamatot összeszerelő-sorként látni, mert így teljesen világosan össze tudod foglalni.

A „How It’s Made” ötletnek köszönhetően elgondolkodtam azon, hogy az Értékesítés Előtti, Alatti és Utáni egységek szemüvegén keresztül a vállalkozás egy mozgásban lévő összeszerelő-sor, amelyet egy élő folyamatként tudsz vizualizálni.

- Minek kell történnie közben?
- Hogyan működik a te vállalkozásod?

El tudnád magyarázni egy idegennek a vállalkozásod működését úgy, mintha a „How It’s Made” egyik epizódja a te cégedről szólna?

Ez egy hihetetlenül hasznos gondolkodási gyakorlat a számodra.

Nézzük most meg kicsit részletesebben, és fókuszáljuk a vállalkozásod egyes egységeidben fellelhető Profit Aktivátor tényezőkre.

Az Értékesítés Előtti egységben három Profit Aktivátor tényező van, amely tökéletesen alkalmazható bármilyen jellegű vállalkozásra...

# Tetszett a könyv részlete?

Ismeri már a többi bestseller üzleti könyvünket is?

**Pongor Publishing**  
üzleti könyvek  
www.pongorkiado.hu  
Bestseller üzleti könyvek kiadója



Ezen és további üzleti sikerkönyveket is megvásárolhatja kiemelt kedvezményekkel, közvetlenül kiadónk webáruházában:

[www.pongorkiado.hu](http://www.pongorkiado.hu)