

Przykład 3

Google, monopolista w segmencie wyszukiwarek internetowych, prowadzi potężny pull marketing. Posiada jednak silny zespół sprzedażowy, którego zadaniem jest informowanie potencjalnych klientów o możliwości skorzystania z reklamy w wyszukiwarkach, oznaczenia firmy na mapie czy wejścia do firmy w Google Street View.



http://www. |



Pull + push

Choć rzadziej, to zdarza się również, że działa już strategia pull, natomiast brakuje wyjścia do klienta. Tak dzieje się w przypadku start-upów, które dzięki wsparciu znanych inwestorów oraz silnemu content marketingowi osiągają dużą rozpoznawalność w branży, jednak ich model biznesowy nie zakłada jeszcze wychodzenia z produktem do klienta. Przykładem pull bez push jest Apple – większość sprzedaży jest realizowana, ponieważ to klient detaliczny chciałby mieć możliwość kupienia produktu z jabłkiem w logo. Co w takim wypadku powoduje dodanie elementu push? Strategia pull bez push jest bardzo kosztowna, gdyż zakłada intensywne działania promocyjne, nie dając jednocześnie bezpośredniego sygnału do kupna. Element push pełni w tym przypadku funkcję swoistego

domknięcia procesu sprzedażowego. Jeżeli klient zobaczy reklamę naszego produktu czy usługi, istnieje o wiele większa szansa, że kupi go, jeśli znajdzie go na półce, niż gdy będzie musiał zapytać o niego sprzedawcę. ▶

Zalety łączenia strategii pull i push:

- ▶ dywersyfikacja metod pozyskiwania klienta,
- ▶ zwiększenie świadomości marki,
- ▶ doinformowanie klienta,
- ▶ wykreowanie pozytywnego wizerunku firmy,
- ▶ większa rozpoznawalność w przypadku pierwszego kontaktu z marką,
- ▶ możliwość dotarcia do różnych grup klientów,
- ▶ pełniejsza kontrola nad całym łańcuchem sprzedaży.

Zagrożenia

Jak niemal każde działanie w biznesie, strategia push and pull stwarza pewne zagrożenia. Często spotykane jest przeinwestowanie. Jeżeli brak nam doświadczenia w konkretnej strategii, łatwo można stracić sporą pulę środków na inwestycje i rozbudowę w złym kierunku. To samo może się zdarzyć, gdy zatrudnimy nieodpowiednie osoby na stanowiska związane z rozwojem sprzedaży. Trzeba pamiętać, że te osoby dzięki swojemu know-how mają nam pokazać, jak dana metoda działa. Nie warto zatem oszczędzać, bo dobry specjalista szybko na siebie zarobi, a przy okazji wyszkoli kolejne osoby. Należy też zastanowić się nad tym, z jakich kanałów skorzystać. Przykładem złego zastosowania strategii push and pull jest wspomniana wcześniej kampania telewizyjna dostawcy aplikacji SaaS dla klientów z segmentu B2B.

Jak i kiedy stosować?

Na to pytanie nie ma jednoznacznej odpowiedzi. Prawie na pewno można natomiast stwierdzić, że nawet minimalna dywersyfikacja jest zawsze dobrym pomysłem, choćby po to, żeby przetestować jej skuteczność. Może się przecież okazać, że nasz produkt ma ogromny potencjał wśród konsumentów, tylko nie wiedzą o jego istnieniu. A może wręcz przeciwnie – wszyscy wiedzą, czym jest, ale nie wiedzą, gdzie i czy w ogóle można go kupić? ✘

Myśl globalnie i działaj lokalnie z Mapą Polski w programie Excel

Bartosz Czapiewski

▶ **A**naliza danych na mapach jest nieodłącznym elementem nowoczesnego zarządzania. Wartość dodaną osiągniemy, przedstawiając wyniki (ile?) w powiązaniu z miejscem ich powstania (gdzie?). Wystarczy zacząć od prostego programu Mapa Polski działającego w środowisku Excel, aby zobaczyć swoje dane i... zacząć działać.

Kolorowe obszary i bąbelki

Przedstawianie danych na mapie odbywa się na dwa sposoby:

- ▶ kolorowanie obszarów – mogą to być obszary podziału administra-

cyjnego Polski (województwa, powiaty, gminy) lub własne regiony (np. makroregion > region > obszar handlowca). Zastosowanie koloru pozwala na wyeksponowanie najmniejszych i najjaśniejszych elementów, oznaczając w ten sposób obszary, w których np. sprzedaż jest wysoka lub niska, ▶ oznaczanie konkretnych punktów – mogą to być adresy dostaw, punktów sprzedaży, oddziałów czy klientów. Oprócz oznaczenia tych punktów kropką można przedstawiać wyniki w danym miejscu, zmieniając jej wielkość –

3 powody, dla których Klienci wybierają program Mapa Polski Excel

- 1 prostota obsługi
- 2 bezpłatna aktualizacja
- 3 bezterminowa licencja

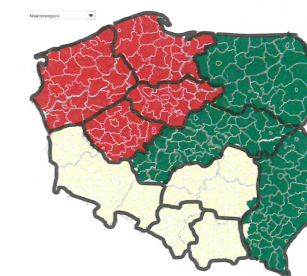
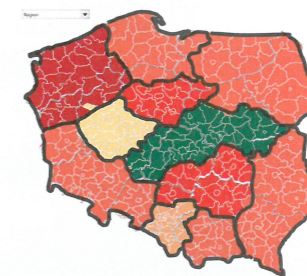
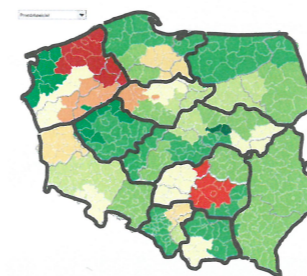
im bąbelki większe, tym lepsze wyniki.

Do czego wykorzystać Mapę Polski w programie Excel?

Dziesiątki polskich firm wykorzystują mapę do:

- ▶ budowania struktury sprzedaży z podziałem na regiony, terytoria oraz obszary i analizy wyników,
- ▶ analizy penetracji rynku i poszukiwania obszarów, gdzie wciąż istnieje potencjał do sprzedaży,
- ▶ prezentacji dostaw i klientów z użyciem kodów pocztowych. ✘

Wyniki struktury sprzedaży zbudowanej na bazie powiatów



Źródło: Opracowanie własne w programie Mapa Polski Excel



Więcej informacji o mapie jest dostępnych na stronie internetowej SKUTECZNERAPORTY.PL/PRODUKTY.



Maciej Mazurek

Specjalista w Grupie TENSE. Zajmuje się sprzedażą na rynkach zagranicznych oraz rekrutacją i employer brandingiem. Najlepiej czuje się w atmosferze start-upów i e-commerce. Można go znaleźć na stronie maciekmazurek.pl lub na twitterze @MaciekEB.