

16 SYGNAŁÓW, ŻE TWÓJ BIZNES POTRZEBUJE STRATEGII, NIE KOLEJNEJ KAMPANII

DZIAŁASZ W MODELU 'NA WYCZUCIE' LUB 'JAKOŚ TO BĘDZIE'? TRACISZ BUDŻET, CZAS I ENERGIĘ NA DZIAŁANIA, KTÓRE NIE GENERUJĄ ZYSKÓW? NIE WIESZ, CO ROBI TWÓJ ZESPÓŁ?

A MOŻE CHCESZ ZATRUDNIĆ AGENCJĘ, TYLKO BOISZ SIĘ, ŻE I TO NIE ZADZIAŁA. SPRAWDŹ, CZY ROZPOZNAJESZ KTÓRYŚ Z TYCH SYGNAŁÓW 🙌

1. MARKETING DZIAŁA, ALE TO NIE PRZEKŁADA SIĘ NA SPRZEDAŻ

PROBLEM: BRAK POWIĄZANIA MIĘDZY
DZIAŁANIAMI MARKETINGOWIMI
A STRATEGIĄ SPRZEDAŻOWĄ

QUICK WIN: ZDEFINIOWANIE
POWIĄZANYCH KPI DLA ZESPOŁÓW
MARKETINGU I SPRZEDAŻY

2. BRAKUJE WIEDZY, KTÓRE DZIAŁANIA SĄ SKUTECZNE

PROBLEM: NIEUSTALONY SYSTEM
MIERZENIA EFEKTYWNOŚCI DZIAŁAŃ
PROMOCYJNYCH

QUICK WIN: PRZEPROWADZENIE AUDYTU
MARKETINGOWEGO ORAZ WDROŻENIE
DASHBOARDU ANALITYCZNEGO T/T

3. ZESPÓŁ 'UTKNAŁ' I NIE WIE, W KTÓRĄ STRONĘ IŚĆ DALEJ

PROBLEM: BRAK KLAROWNEJ STRATEGII
I PRIORYTYZACJI ZADAŃ W ORGANIZACJI

QUICK WIN: REALIZACJA SPOTKANIA
STRATEGICZNEGO I WYZNACZENIE CELÓW
KRÓTKOTERMINOWYCH

4. ZESPÓŁ INICJUJE DZIAŁANIA, ALE BRAKUJE RAM I CELÓW OPERACYJNYCH

PROBLEM: DZIAŁANIA ZESPOŁU SĄ
NIESKOORDYNOWANE I NIEZWIĄZANE
Z CELEM STRATEGICZNYM

QUICK WIN: OPRACOWANIE OPERACYJNEGO
PLANU DZIAŁANIA Z PRIORYTETAMI NA
KWARTAŁ

5. KAŻDY MATERIAŁ WYGLĄDA INACZEJ, KAŻDY MÓWI COŚ INNEGO

PROBLEM: BRAK SPÓJNOŚCI WIZUALNEJ I KOMUNIKACYJNEJ WE WSZYSTKICH MATERIAŁACH

QUICK WIN: WDROŻENIE BRANDBOOKA ORAZ UJEDNOLICENIE KOMUNIKACJI WIZUALNEJ I WERBALNEJ

6. AGENCJE TWORZĄ KAMPANIE, ALE NIKT NIE OGARNIA CAŁOŚCI

PROBLEM: BRAK OSOBY ODPOWIEDZIALNEJ
ZA STRATEGICZNE ZARZĄDZANIE CAŁOŚCIĄ
DZIAŁAŃ MARKETINGOWYCH

QUICK WIN: WYZNACZENIE LIDERA
STRATEGII MARKETINGOWEJ
ODPOWIEDZIALNEGO ZA SPÓJNOŚĆ DZIAŁAŃ

7. POTRZEBUJĘ OMÓWIĆ TEMAT BIZNESOWO, NIE CHCĘ KOLEJNEJ AGENCJI

PROBLEM: BRAK PARTNERA
STRATEGICZNEGO, KTÓRY WSPIERA
ROZWÓJ FIRMY Z POZIOMU DORADCZEGO

QUICK WIN: ROZPOCZĘCIE WSPÓŁPRACY
DORADCZEJ Z KONSULTANTEM
STRATEGICZNYM LUB MASTERCLASS

8. PRODUKT MA POTENCJAŁ, ALE RYNEK GO NIE DOSTRZEGA

PROBLEM: NIEDOPASOWANE
POZYCJONOWANIE LUB NIEADEKWATNA
KOMUNIKACJA WARTOŚCI OFERTY

QUICK WIN: ANALIZA POZYCJONOWANIA
I AKTUALIZACJA PROPOZYCJI WARTOŚCI
DLA KLUCZOWYCH GRUP KLIENTÓW

9. NOWA OFERTA NIE ZOSTAŁA OSADZONA W STRATEGII MARKI

PROBLEM: BRAK STRATEGII WEJŚCIA NOWEJ OFERTY I JEJ OSADZENIA W MARCE NADRZĘDNEJ

QUICK WIN: OPRACOWANIE STRATEGII WEJŚCIA NA RYNEK I MAPY POWIĄZAŃ PRODUKTOWYCH

10. MOJA FIRMA LUB BRANŻA PRZESZŁA ZNACZĄCE ZMIANY

PROBLEM: ZDEZAKTUALIZOWANA
STRATEGIA MARKI NIE ODPOWIADA NA
NOWE WARUNKI OTOCZENIA

QUICK WIN: ZAKTUALIZOWANIE STRATEGII
MARKI W OPARCIU O ANALIZĘ OTOCZENIA
I KIERUNKU FIRMY

11. FIRMA PRZESTAŁA SIĘ ROZWIJAĆ MIMO INTENSYWNYCH DZIAŁAŃ

PROBLEM: BRAK SKALOWALNEJ STRUKTURY
I EFEKTYWNEGO MODELU OPERACYJNEGO

QUICK WIN: ZMAPOWANIE PROCESÓW I
IDENTYFIKACJA BARIER WZROSTU
ORGANIZACYJNEGO

12. CHCĘ DOTRZEĆ DO NOWEGO SEGMENTU / CHCĘ WEJŚĆ NA NOWY RYNEK

PROBLEM: NIEWYSTARCZAJĄCA WIEDZA O
POTRZEBACH I ZACHOWANIACH NOWEJ
GRUPY DOCELOWEJ

QUICK WIN: PRZEPROWADZENIE BADAŃ
RYNKU I STWORZENIE PROFILI NOWYCH
PERSON ZAKUPOWYCH

13. MOJA MARKA WYDAJE SIĘ PRZESTARZAŁA

PROBLEM: ZATARCIE TOŻSAMOŚCI MARKI
W WYNIKU BRAKU PROCESU REWITALIZACJI

QUICK WIN: ROZPOCZĘCIE PROCESU
ODŚWIEŻENIA WIZERUNKU POPRZECZ
WARSZTATY I REBRANDING

14. SKLEP GENERUJE RUCH, ALE NIE KONWERTUJE UŻYTKOWNIKÓW

PROBLEM: BRAK DOSTOSOWANIA TREŚCI I
ŚCIEŻKI UŻYTKOWNIKA DO DECYZJI
ZAKUPOWYCH

QUICK WIN: AUDYT STRONY POD KĄTEM
UX/CRO I WDROŻENIE ZMIAN
ZWIĘKSZAJĄCYCH KONWERSJĘ

15. NIE WIDZIMY SENSU W KPI, NIE ANALIZUJEMY WYNIKÓW

PROBLEM: FIRMA OPERUJE NA PODSTAWIE INTUICJI ZAMIAST DANYCH, CO PROWADZI DO NIEEFEKTYWNEGO ZARZĄDZANIA MARKETINGIEM, BUDŻETEM I ROZWOJEM

QUICK WIN: ZDEFINIOWANIE I WDROŻENIE ZESTAWU BAZOWYCH WSKAŹNIKÓW EFEKTYWNOŚCI – MONITORUJ TE:
UU, CTR, CPC, CPA, CAC, AOV, CR, CLV

16. MAMY STRATEGIĘ, ALE TO NIE DZIAŁA

PROBLEM: BRAK PRZEŁOŻENIA STRATEGII NA DZIAŁANIA OPERACYJNE I DECYZJE CODZIENNE

QUICK WIN: WARSZTAT WDROŻENIOWY DLA ZESPOŁU W CELU OPERACJONALIZACJI STRATEGII

ROZPOZNAJESZ TE SYMPTOMY?

👉 CZAS NIE ROZWIĄŻE TEGO ZA CIEBIE

TO, CZEGO POTRZEBUJESZ, TO NOWE
SPOJRZENIE, KTÓRE PRZEKSZTAŁCI CHAOS
W KIERUNEK, STRUKTURĘ I KONKRETNE
DZIAŁANIA.

ZAMIAST DZIAŁAĆ NA WYCZUCIE
– SPRAWDŹ, CO MOŻEMY ZMIENIĆ WSPÓLNIE