

Ukázka z knihy Černá ovce facebooku

Miroslav Severa, Lukáš Krška

Text je chráněn autorským zákonem. Šíření je možné pouze v nezměněné podobě.

Odstraňte nákupní pochybnosti

V úvodních kapitolách naší knihy jsme se již zmiňovali o našem pohledu na marketing na sociálních sítích. Říkali jsme vám, že marketing je potřeba vnímat jako celek. A že zaměřit se pouze na marketing facebooku nestačí. Proč? Protože je to ta největší chyba, kterou byste mohli udělat. Je to úplně stejné, jako kdybyste si vytyčili nějaký cíl, na cestě k tomuto cíli si stanovili konkrétní body, kterých musíte dosáhnout, a pak se po dosažení jednoho z bodů zastavili, a čekali, že cíl vám přijde naproti. Takhle to ale přeci nefunguje.

Co je váš cíl?

Vášim cílem bude s největší pravděpodobností zisk. Se ziskem souvisí prodej a jeho množství. A prodeje nebudete uskutečňovat (nebo je nebudete uskutečňovat v dostatečném množství), pokud se právě teď zastavíte a budete čekat, že Vám cíl přijde naproti. Pokud jste tedy úspěšně zvládli úkoly z předešlých kapitol, pak vám gratulujeme. Jedním dechem ale dodáváme, že cesta před vámi je ještě dlouhá. Tato nutnost uvědomit si, že jste stále někde uprostřed cesty, je v tuto chvíli natolik podstatná, že pokládáme za důležité vás na ni upozornit právě teď. Přesně v tomto bodě se totiž většina firem ve svém snažení na facebooku zastaví a předpokládá, že jejich cíl byl dosažen.

Chcete důkaz?

Situace 1.

Představte si sami sebe při nákupu v kamenném knihkupectví. Předpokládejme, že jste do obchodu nepřišli se záměrem nakupovat. Prostě jen čekáte na manželku, která se zdržela v obchodě s obuví a knihkupectví je hned vedle. Zajdete dovnitř. Procházíte se kolem regálů napěchovaných knihami a sem tam nějaká kniha upoutá vaši pozornost. Třeba obalem nebo názvem. Vy jste ale nepřišli utrácet peníze, a tak většinu těchto knih jen míjíte. Když dojdete do místa, kde stojí poutavý, ze všech stran nasvícený box na knihy, na chvíli se zastavíte. V boxu je úhledně srovnáno několik výtisků jediné knihy. Absták, příznačný název knihy pro odnaučení kouření. „Kolikrát jste to už zkoušeli, ale marně,“ pomyslíte si. Z přebalu na vás jasně svítí nápis: Světový bestseller, prodáno více než milion kusů. Možná si pomyslíte: „No jasně, další tahák na moji kapsu.“ Ze zvědavosti ale vezmete knihu do ruky. Chcete se ujistit, že jste měli pravdu. Knihu otevřete a prolistujete. Na zadní straně knihy vás zaujme recenze od známého odborníka v daném oboru. Recenzi si přečtete. Zaujme vás také. Knihu otevřete znovu a podrobněji v ní listujete. Proběhnete názvy kapitol a u jedné se na chvíli začtete do textu. Text je zajímavý a osloví vás. Přemýšlíte, jestli si knihu nekoupit. Je více než lákavá, ale přeci jen, nepřišli jste nakupovat. Váháte také proto, že kniha není z nejlavnějších. Otevřete knihu ještě jednou a na vnitřní straně obálky čtete text: Kniha „Absták“ stojí 4-6 krabiček cigaret. Finanční návratnost této knihy je asi týden. Autor byl dlouholetým kuřákem, který vyzkoušel nespočet zaručených metod odvykání. Nikdy neuspěl. Jednou si ale řekl, že to udělá po svém. Text ještě chvíli pokračuje výčtem dalších informací, přes které se dostanete k poslednímu odstavci: Může

Black Sheep Marketing

Navštivte www.blacksheepmarketing.cz nebo www.facebook.com/BlackSheepMarketing.cz

Ukázka z knihy Černá ovce facebooku

Miroslav Severa, Lukáš Krška

Text je chráněn autorským zákonem. Šíření je možné pouze v nezměněné podobě.

to dokázat každý. Autor XY se narodil s Touretteovým syndromem. Těmto lidem lékaři nikotin přímo předepisují, protože zmírňuje následky tohoto onemocnění. On sám kouřil 26 let. Když dokázal přestat kouřit on, dokážete to i vy.

Berete knihu a odcházíte ji zaplatit k pokladně.

Možná nám namítnete: „Takhle já ale při nákupu nepřemýšlím.“ Máte pravdu, ale z vlastní zkušenosti víme, že naprostá většina lidí ano.

Situace 2.

Tak, a teď si vezměme tu samou situaci ještě jednou, s tím rozdílem, že právě sedíte u svého počítače a komunikujete na síti facebook. Dejme tomu, že úvodní upoutání již prodejce knihy překonal a právě se nacházíte na jeho facebookových stránkách. Rozhlížíte se. Stránka vás překvapí příjemnou grafikou. Proběhnete pár příspěvků a fotografií. Zaujme vás, jak skvělé čtenářské recenze kniha má. Také si přečtete odbornou referenci, kterou prodejce okopíroval ze zadní strany obalu knihy a přiložil na facebook. „Zajímavé,“ řeknete si. Možná se stanete fanouškem. Ale co dál?

Třeba jste natolik nadšeni, že se hned druhý den vydáte pro knihu do obchodu nebo ji objednáte rovnou z webu.

Mnohem pravděpodobněji si však pomyslíte něco ve smyslu: „Až budu mít chvíli času a půjdu kolem knihkupectví, musím si vzpomenout, že se chci na tuhle knížku podívat.“

Problém je v tom, že v hlavě máte ještě mnoho nezodpovězených otázek. Informace, které jste se o knize dozvěděli, jsou slibné, ale co když je to jen další odborná kniha, které ani pořádně neporozumíte? Nebo co když je to jen skvěle zvládnutý marketing, ale vlastní obsah knihy už tak zajímavý není? Nebudou to pak pro mne vyhozené peníze? A pomůže mi vůbec ta kniha přestat kouřit?

Pochybnosti, které máte při nákupu jakéhokoliv zboží nebo služby, jsou naprosto běžnou součástí vašeho rozhodování. Častokrát si jich ani nestačíte všimnout a nákup uskutečníte. Jindy naopak nezodpovězené otázky převládají a nákup odložíte, nebo ho zrušíte úplně. Tyto otazníky, chcete-li překážky v nákupu, nazýváme „nákupní pochybnosti“.

Vaším úkolem je co nejlépe se s nimi vypořádat.

Jak? Řešení je jednoduché. Vzpomeňte si, co jsme před chvílí napsali. Zákazník má v hlavě mnoho nezodpovězených otázek. A jak jednoduše vyřešíme něčí otázku? No jasně, prostě mu ji zodpovíme.

Jednoduchá otázka, snadné řešení.

Black Sheep Marketing

Navštivte www.blacksheepmarketing.cz nebo www.facebook.com/BlackSheepMarketing.cz

Ukázka z knihy Černá ovce facebooku

Miroslav Severa, Lukáš Krška

Text je chráněn autorským zákonem. Šíření je možné pouze v nezměněné podobě.

Odpovím vám od konce: „Nezeptá.“ On totiž odpovědi vůbec nehledá. A to je příčinou, proč zboží nekoupí.

Přesto existuje způsob, jak tento problém obejít...

Provedení už ale bude trochu složitější. Zatím totiž nevíme, jaké otázky to jsou. A pak také nevíme, jakým způsobem je zákazníkovi sdělíme. A nakonec, jak můžeme vůbec vědět, že se zákazník na něco zeptá?

...

Black Sheep Marketing

Navštivte www.blacksheepmarketing.cz **nebo** www.facebook.com/BlackSheepMarketing.cz