

# PPC camp

## Akvizice vs retence

 LUKÁŠ PÍTRA

PPC & SEO specialista

 @Lukaspitra

 [www.lukaspitra.cz](http://www.lukaspitra.cz)

- Soustředil jsem se na jednorázovou práci
  - Bral jsem prakticky cokoliv
  - Chtěl jsem být nejdoporučovanější konzultant
  
  - Často chyběly follow-upy k zapracování do praxe
  - Cítil jsem se extrémně limitovaný webem / procesy / produkty / cenotvorbou / [random.nedokonala.věc] klienta
  - Neuvěřitelná kvanta času nad nabídkami, schůzkami, posilováním vlastního brandu
- > únava materiálu, zevšednění práce, demotivace  
-> pocit, že ta práce tak nějak nemá pro svět reálný přínos  
-> vleklá přepracovanost

# Má to smysl?

*„90% pracujících by vyměnilo smysluplnější práci za nižší plat“*

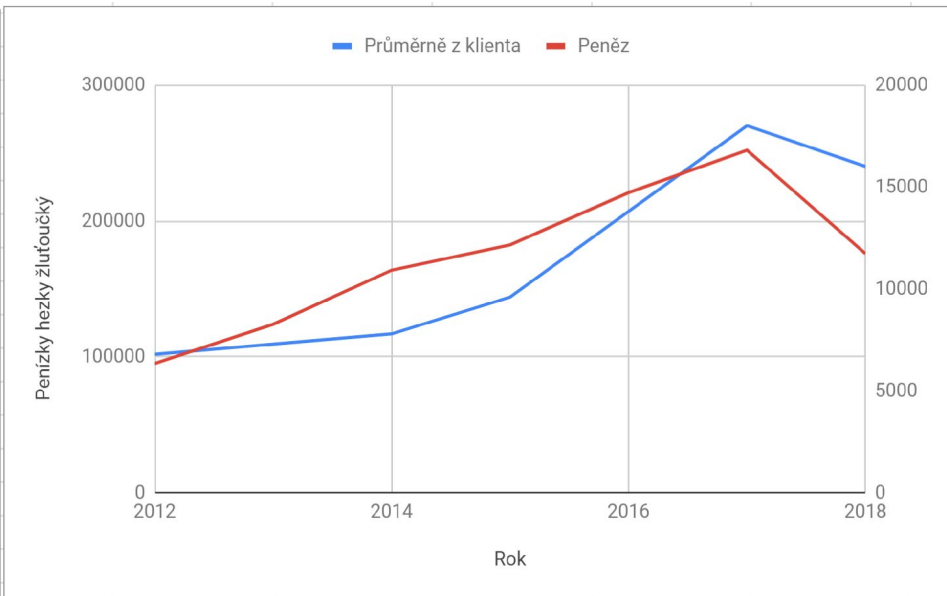
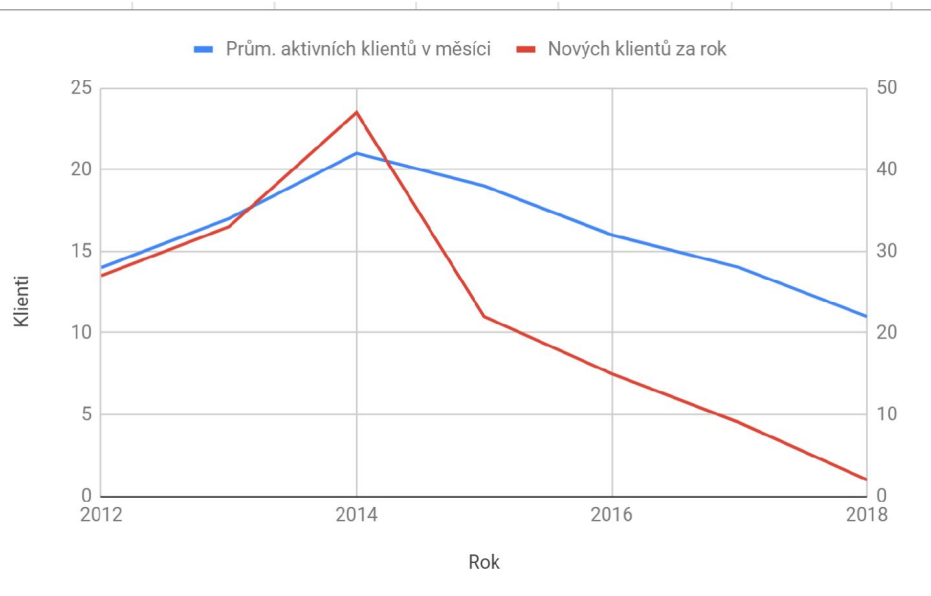
*„Lidé mající pocit smysluplně tráveného času v práci vydělávají o 12% více“*

*„Lidé mající pocit smysluplně tráveného času v práci mají o 15% nižší riziko úmrtí a žijí v průměru o 6 let déle“*

Hill, P. L., & Turiano, N. A. (2014). Purpose in life as a predictor of mortality across adulthood. *Psychological Science*, 25(7), 1482-1486. doi: 10.1177/0956797614531799

Hill, P. L., Turiano, N. A., Mroczek, D. K., & Burrow, A. L. (2016). The value of a purposeful life: Sense of purpose predicts greater income and net worth. *Journal of Research in Personality*, 65, 38-42. doi: 10.1016/j.jrp.2016.07.003

# Příklad



- Dodavatelský vztah -> partnerský vztah
- Vyšší odpovědnost a růst ( exekutiva -> řízení )
- Výrazně vyšší důvěra a tolerance k chybám
- Možnost si ozkoušet role pro freelancery běžně nedostupné
- Vysoká odolnost proti změnám na straně klienta
- Nemusím se pižlat se schůzkami, blogem a objíždět konference
- Více peněz ze zakázky, stabilně, dlouhodobě

# Proč klienti odcházejí?

- Nefunguje osobní chemie
- Nevnímají hodnotu proti fakturám
- Procesní nevyhnutelnost
- Kritické chyby
- Dlouhodobá objektivní absence výsledků
- Nefunguje pracovní chemie
- Změna ve managementu

# Jak odchodu předejít?

~~• Tvrdě makat, inovovat a reportovat super výsledky~~

- K\*\*\*a dobře si vybírat, kdo bude můj klient
- Pochopit celou motivaci všech zúčastněných, nad rámec KPI
- Maximalizovat vnímanou hodnotu
- Preventovat kritické chyby

- Výběrové řízení / tendr / nutnost se obhajovat
- Nevěřím osobně v kvalitu a přínos jeho produktu
- Neseďme si ve stylu a frekvenci komunikace
- Neseďme si v používaných nástrojích a metodách
- Nezapadá do mojí strategie „jaké ideální klienty chci mít“
- Nevidím prostor pro vlastní růst / silnou referenci
- Role „lopata“
- Snažím se odmítat 90%+ ( = paradoxně zpětně pozitivní brandový efekt vzácnosti)



- Byznys = pořád jenom lidi s lidmi
- V sebevíc profesionálním prostředí stále hrají prim osobní motivace a strachy, sociální dynamika, zákulisní politika
- Snažím se pochopit širší kontext člověka, který je můj hlavní styčný důstojník a dynamiku kolem něj
  - Za co je on sám hodnocen a odměňován
  - Kde má svá slabá místa a cítí se zranitelný
  - Čeho se bojí, co je pro něj rizikem
  - Co ho stresuje, co mu nejde, kde ho tlačí pata
- Snažím se být citlivě partnerem a posilovat „své lidi“ u klienta
  - Proaktivním řešením problémů a slabin
  - Rámováním naší spolupráce do širšího kontextu jeho motivace
  - Doporučováním vhodných profíků na řešení úkolů mimo moje kompetence

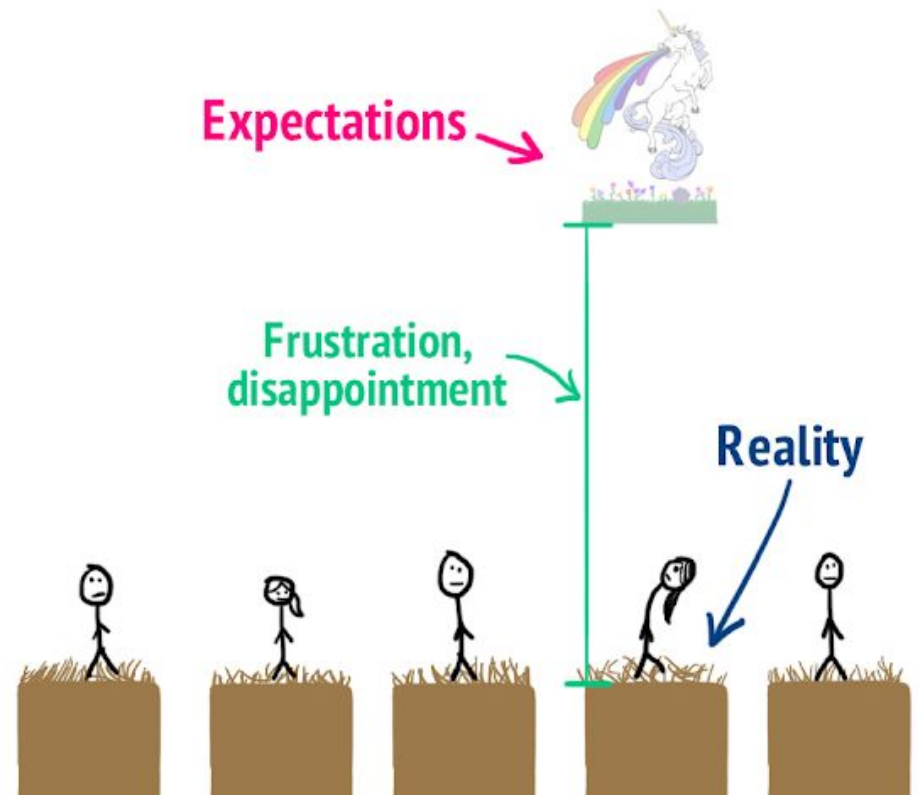
- Diametrálně se liší u majitele / C-level mgmt / Mid-level mgmt
- Nikdy ale nejde jen o čísla, výsledky, grafy v reportu
- **Důvěra** – „nelže, nebullshituje, říká mi vše na rovinu na plnou hubu, kryje mi záda, neriskuju s ním“
- **Vnímaný zájem** – „nejde mu jen o byznys, chápe reálnou situaci ve firmě a pomáhá mi prosadit moje zájmy“
- **Spolehlivost** – „co slíbí to dodrží, nenechá nás ve štychu“
- **Proaktivita** - „osina v prdeli, nepotřebuju ho upomínat“
- **Lepší relativní zkušenost** – „není jako XY, kde jsme se spálili“

*„Loss aversion: losses are twice as powerful, psychologically, as gains.“*

- Čím více problémů pomáháte klientovi řešit, tím větší hodnotu pro něj máte
- .. A tím obtížnější je pro něj o vás přijít pokud čelíte vlastní chybě, útoku nabídky konkurence, organizačním změnám, výkyvům ekonomiky
- Snažím se být klientům pro-aktivně co nejširším partnerem. Co neumím sám pro to mám širokou síť profíků, které mohu doporučit, nakontraktovat, nabriefovat, odřídit
- Vždy doporučuju více alternativ, abych nezkouzl k „propagaci kámošů z mokré čtvrti“ ale zůstla transparentní a fér

<https://www.behavioraleconomics.com/resources/mini-encyclopedia-of-be/>

# Vnímaná hodnota



- Vždy prodávám pesimistický scénář (náklady, výsledky)
- Vždy zkoumám a předem prezentuju rizika
- Neukazuju všechny vychytávky, trumfy a dovednosti předem
- Investuju extra čas do průběžného překonávání očekávání
- **Prezentuju primárně optikou celého byznysu a pak až kanálu**

# Když už všechno selže..

- **Toxických klientů** se zbavuju hned – férově, transparentně, s doporučením konkurence – ale hlavně rychle
- **Fuckupy** sděluju klientovi jako první, bez omáčky a bagatelizace, okamžitě řeším jako zjevnou prioritu.
- **Za špatné výsledky přebírám zodpovědnost** nahlas, otevřeně a přednostně

## Paní Jarka - mkt. manažerka, 56let, korporace

Pains	Gains
Jediná žena ve vedení 1.9mld firmy, náročné obstát v mužském kolektivu	Makám poctivě, dělám smyslupnou práci, nelžu a nekradu
Obava ze ztráty zaměstnání vinou chyby v moderní době	Aktivně jsem řezal do dodavatelů a jejich kontraktů = pomohl jsem kompenzovat nižší budget výměnou / zefektivněním práce
Primární KPI jsou leady a brand reach, ale osobně je silně hodnocena také za schopnost "efektivně nakupovat"	Našel jsem její rutinní exekutivní činnosti a převzal je / našel člověka, přes kterého je lze outsourcovat = úspora času
Podstav v mkt oddělení: 2 lidi na práci pro 4 = nestíhá, přepracovaná	Investuju čas do trpělivé přípravy podkladů a vysvětlování technologií a novinek tak, aby se necítila "out" a naopak dokázala znalostmi "zaujmout" v technologickém mužském kolektivu
Každoročně sesekáný budget na marketing při současně vyšším cíli	Aktivity směřují k primárním KPI, ale reviews a prezentace stojí primárně na "jak a kde jsme co zefektivnili, kde dál je prostor se zlepšit"
Velké množství agentur s neosobním "accountským" přístupem	Investuju čas do trpělivé přípravy podkladů a vysvětlování technologií a novinek tak, aby se necítila "out" a naopak dokázala znalostmi "zaujmout" v technologickém mužském kolektivu
Pocit, že se jí kdekdo snaží vzít na hůl	Jezdím pravidelně na schůzky, prezentuju velmi otevřeně, aktivně jsem si během 4 let převzal řadu aktivit a kanálů i mimo hlavní specializaci = jsem klíčový partner pro digitál
Počáteční práce: cca 8h v SEO měsíčně	Dnes: 4.5MD


## Vašek, 28, spolumajitel, středně velká rodinná firma


Pains	Gains
Přebírá vedení rozjeté firmy od otce - obrovský tlak, že selže	Makám poctivě, dělám smysluplnou práci, nelžu a nekradu
Vleklé nákladové fuck-upy způsobené důvěřivostí a personáliemi = vysoká averze k riziku	Silný alertovací / reportovací upozorňující na odchylky, neperformující části portfolia / kampaní, moje ochota fungovat pohotovostně i večer / víkendy pokud něco nefunguje = může klidně spát
Neumí delegovat - vše se snaží řídit sám, nestíhá, dělá špatná rozhodnutí	Vynutil jsem změnu dodavatelů a aktivně oslovil / vytendroval jsem dobrý tým (vývoj, brand, emailing, copywriting, analytik, UX) se zaměřením na proaktivitu a vnímání cena / výkon = málo potřebné interakce, opět pomáhá klidně spát
Seniorní interní účetňo-provozní, který má ve zvyku "mladýho" napadat za různé platby a rozporovat jejich smyslupnost	Veškeré moje výdaje (médiá, odkazy, kampaně, lidi) mají více investovaného času do pečlivého podložení a vysvětlení proč jsou a k čemu byly = účetní drží tlamu
Relativně chaotické řízení ve firmě, velmi nízké % task2delivery	U nových aktivit / formátů / změn si dávám extra záležet na zvážení rizik a interní práce a složitosti navíc - výkonnostní KPI jdou až v druhém sledu
Sezonní byznys = masivní mediální a HR spendy v několika měsících, prostor udělat velké chyby na krátkém čase	Zavedl jsem Trello napříč všemi klíčovými aktivitami (aniž bych u všeho byl) = centralizace úkolů, zpřehlednění, výrazné zlepšení % task2delivery
	Během téměř 5 let jsem pohltil odpovědnost za celou e-commerce = jsem klíčový dodavatel
Počáteční práce: cca 5h v SEO měsíčně	Dnes: 5MD v sezoně


# LP LUKÁŠ PÍTRA





 lukas.pitra@gmail.c

 om  
773 972

 292  
www.lukaspitra  
.cz

 @Lukaspit  
ra

 LukasPitr

 a  
+Lukáš  
Pítra