

Nejasnosti – tichý zabiják super projektů a firem

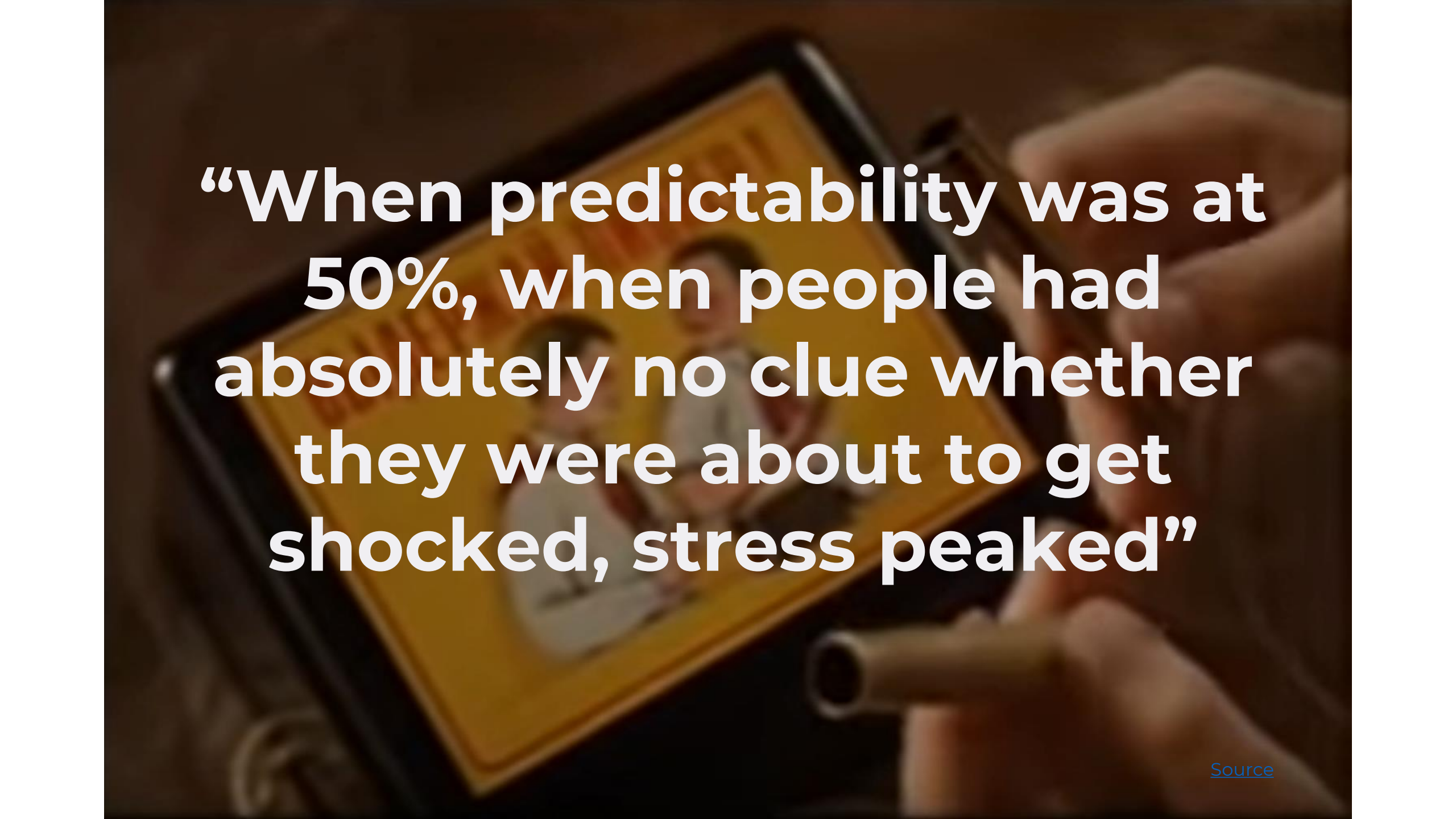
PPC Camp 2020
Lukas Krejca

JAYID

MARKETING & BUSINESS CONSULTANCY

ВЫДЕРЖАЙ ТИМБЕР!

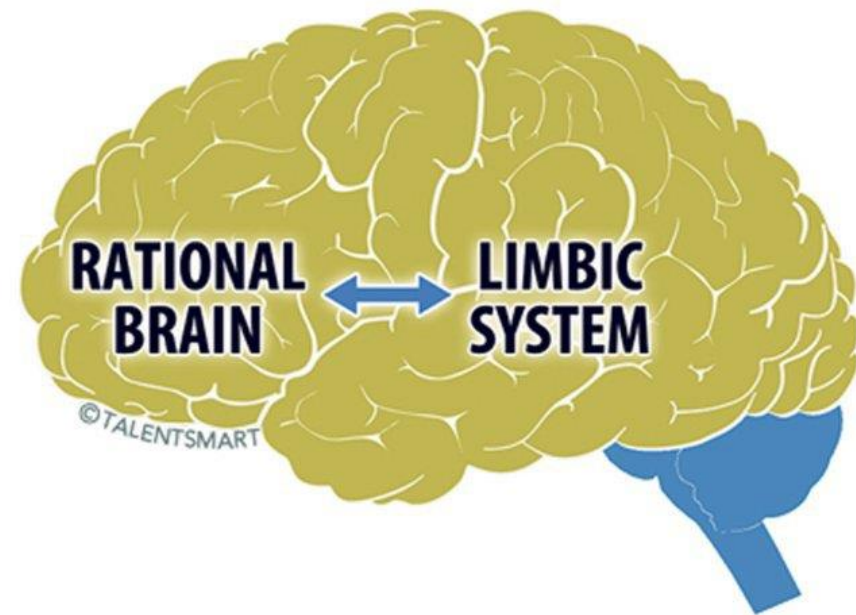


A hand is holding a smartphone. The screen shows a video of a person being shocked. The text is overlaid on the image.

“When predictability was at 50%, when people had absolutely no clue whether they were about to get shocked, stress peaked”

Člověk a nejasnosti

- Nejasnost znamená **stres**.
- Mozek na nejasnost a stres nereaguje racionální reakcí, ale **emoční**.
- Člověk raději zvolí jistotu před nejasností, i když to může znamenat **menší zisk**.



Uncertainty makes your brain yield control to the limbic system. You must engage your rational "brain" to keep yourself on track.



Byznys a nejasnosti

- Firmy s nejasností bojují:
 - při **plánování** (=čím víc proměnných, tím horší plán → odpovědnost managementu, investorům, etc.)
 - při nabírání a snaze o udržení **zaměstnanců**
 - při získávání a snaze o udržení **klientů**
- Čím větší byznys, tím víc se pravděpodobně bude snažit **vyhnout nejasnostem**.
- Dá se předpokládat, že takový byznys pak bude přitahovat **lidi**, pro **s vysokou mírou “risk-aversion”**.



Byznys a nejasnosti

Externí nejasnosti

- Nejasnosti vůči klientům - co děláme, pro koho a za kolik
- Nejasnosti při sales procesu - proč při něm ztrácíme klienty
- Proč nejasnosti naštvou klienta dřív než začne první kampaň

Interní nejasnosti

- Proč si musíme ujasnit, jaké chceme nabírat lidi
- Proč by měli všichni ve firmě vědět co kdo dělá a jak to udělat
- Jak můžou firmu rozložit nejasnosti mezi odděleními (typicky PPC a sales)
- Jak (ne)podělat povýšení našich nejlepších lidí



Nejasnosti vůči klientům

Co děláme, pro koho a za kolik

Říká váš web (či marketing obecně) dostatečně jasně (i lidem, kteří nejsou z onlinu):

- co děláte?
- pro koho to děláte?
- kdo si vás může dovolit?



Nejasnosti vůči klientům

Co děláme, pro koho a za kolik

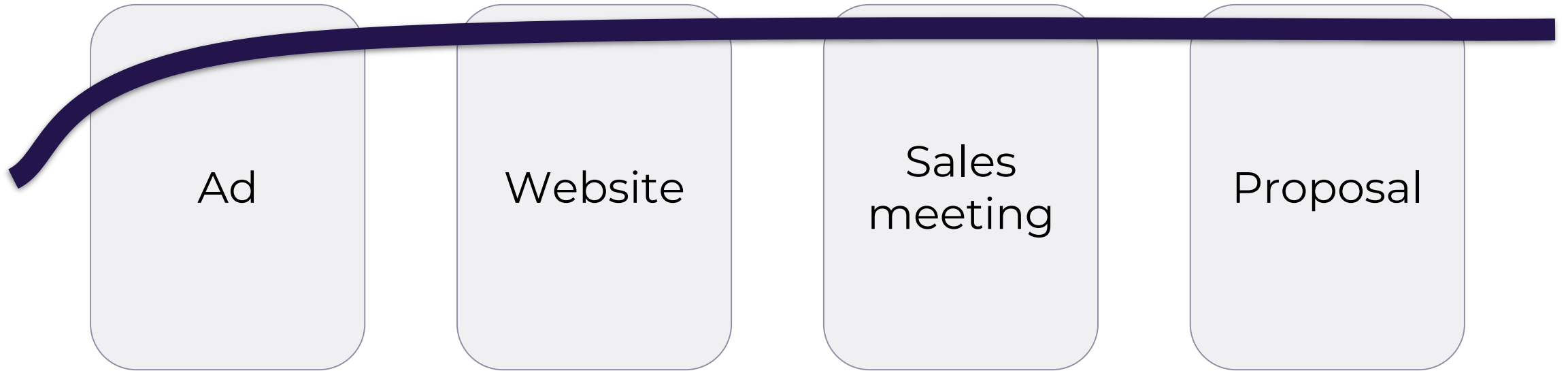
- praktické otázky

- Spravujete kampaně?
- Facebook reklama vs. správa soc. sítí
- Školení
- Audit
 - budete implementovat změny

Nejasnosti během sales procesu

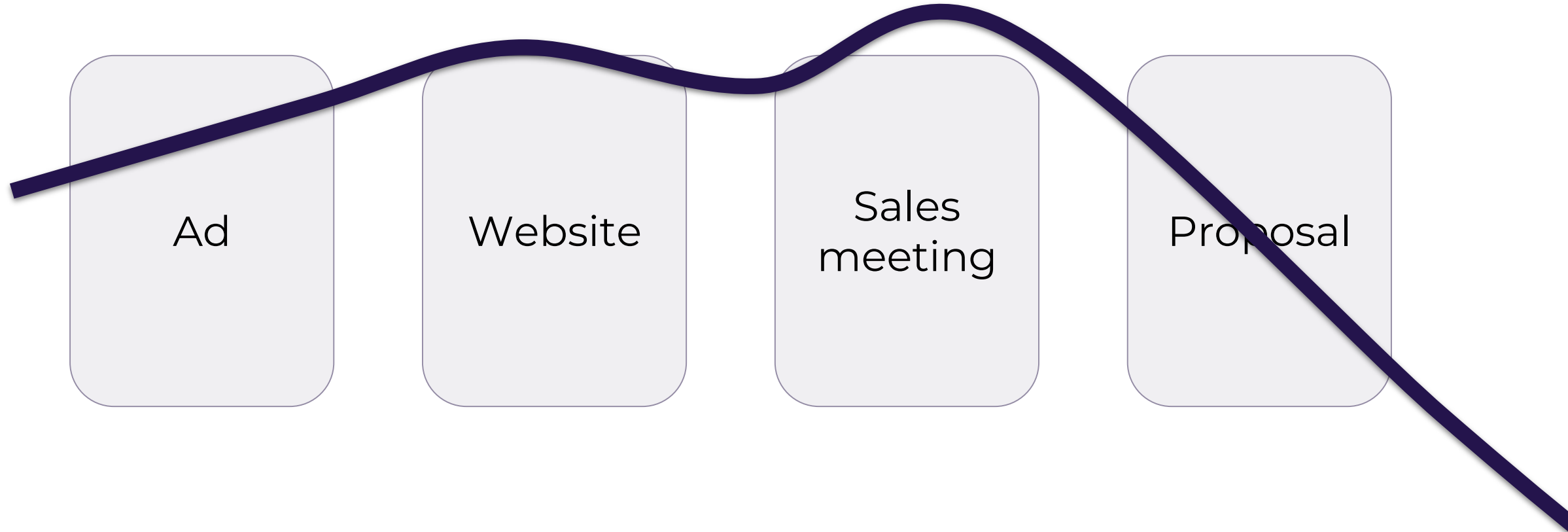
Client's expectations

- how we'd like it to be



Client's expectations

#truestory





Nejasnosti během sales procesu

Proč při něm ztrácíme klienty?

- Oslovujeme ty **správné klienty**?
- S jakým **očekáváním** k nám klienti přicházejí?
- Jak komunikujeme naší **added value**?
- Jakou očekávají **cenu**? Kdy se dozvědí, že je jiná?
- Vědí, **co přijde dál**?



Nejasnosti během sales procesu

Pár tipů

- Komunikujte, **co děláte**
- Komunikujte, **pro koho** to chcete dělat, nebo ještě lépe - kdo ze spolupráce s vámi bude mít nejvyšší užitek
- Komunikujte **cenovou relaci**
- Snažte se **vyvarovat překvapení** během sales procesu
- Proposal by měl být jen **potvrzení předchozí komunikace**
- Klient by měl vždy vědět, **co bude dál**: kdy se mu ozvete, jaké kroky jsou ještě potřeba, atd.



**Klient je podepsaný,
khalas!**

**Interní
nejasnosti
= bordel**



Nejasnosti kolem našich lidí

Co kdo dělá

- Jaké lidi chceme nabírat?
- Co budou dělat?

- Ví každý člověk ve firmě:
 - jaké jsou jeho responsibilities
 - co jsou must haves a za co má bonus
 - komu reportuje
 - s kým potřebuje spolupracovat

Co kdo dělá = Job description

- Team
- Reporting to
- Location
- Job purpose
- Key Responsibility Areas
- Skills (must vs. nice to have)
- Details (contract type, seniority etc.)



SALES

they don't deliver

they are too slow in responding

no results

they signed wrong client

they have unrealistic deadlines

they don't understand what we do

VS

they don't know how to speak with client

they overpromise

PPC

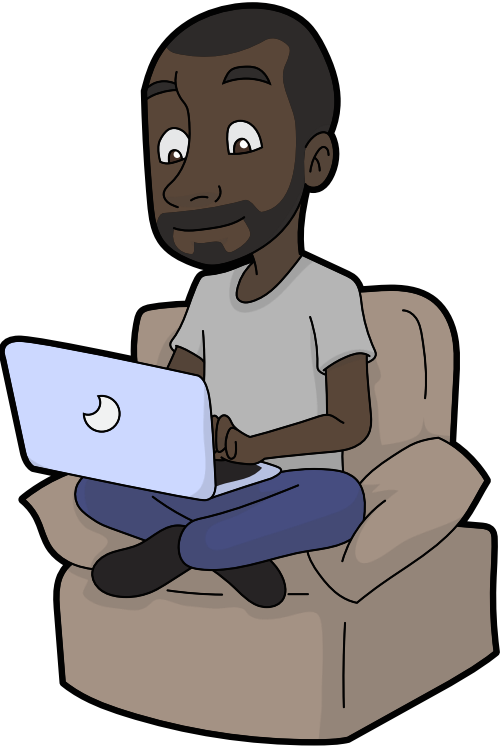


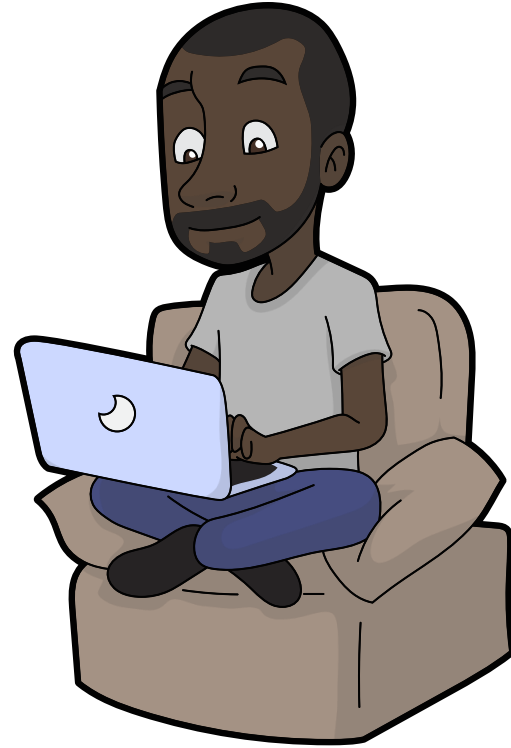
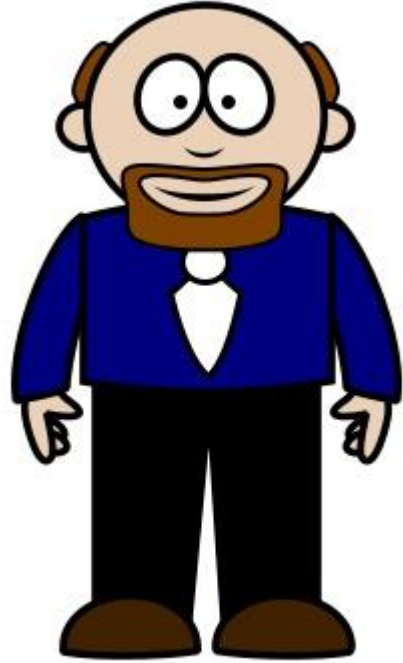
Nejasnosti mezi odděleními

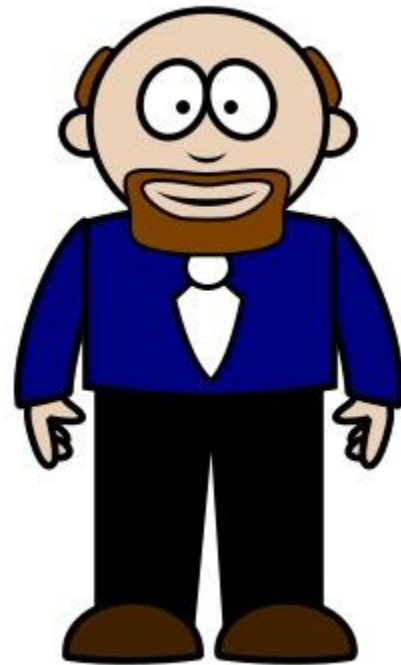
Pár tipů na dobré SLA

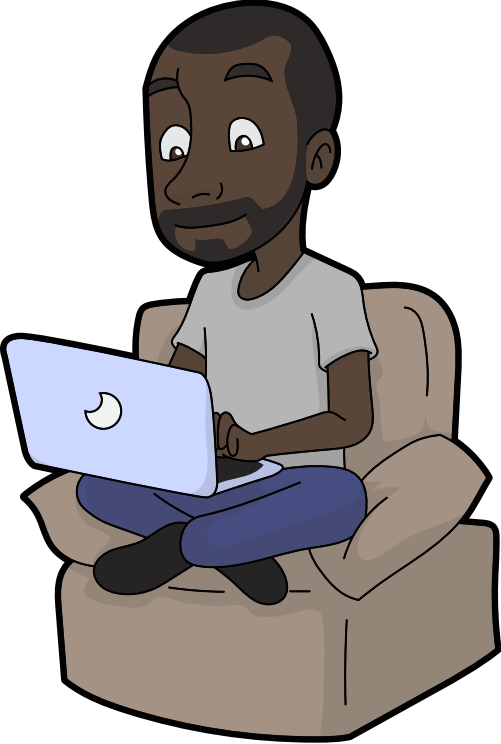
- **Principles**, not to-do list
(ale nenechávat prostor pro nejasnosti)
- Vysvětlujte, **proč** je nastavené zrovna takhle
(PPC nemusí chápat, proč salesák potřebuje rychlý odhad budgetu do 2 hodin)
- Tvořte je **společně** s lidmi, kterých se týká
- Vždycky všem **přístupné** a součást HR onboardingu

Jak nezpůsobit tunu nejasností při povýšení

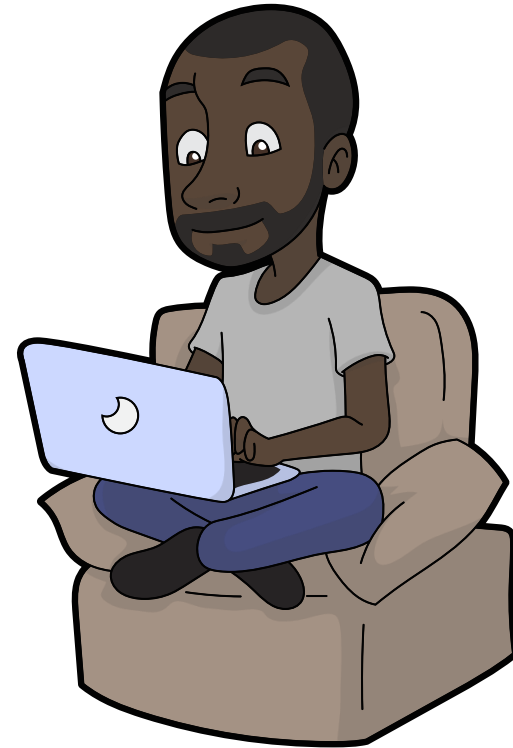






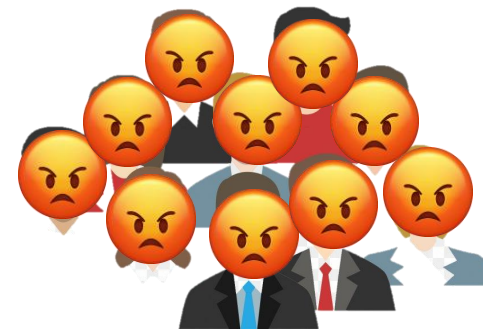
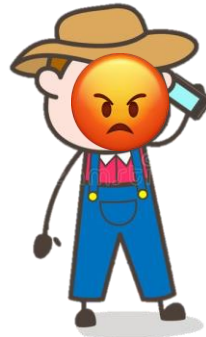









**O 2 týdny
později...**





Jak nezpůsobit tunu nejasností při povýšení

Save Alfons. Zkusme to líp

- Zahrňte víc lidí do **interního výběrka**, určete si **jasná kritéria**
- Komunikujte, **o čem** je daná pozice, co musí člověk v nové pozici **umět a dělat**
- ...a nezapomeňte na **\$\$\$**
- Povýšení oznamte celému týmu, **make it a big deal**
- Připravte **transformation period** – 70:30 / 50:50 / 30:70



J



Tak snad je to už
jasnější. **Díky.**

Lukas Krejca
Founder @ Jayid
lukas@jayid.co