

➔ CÉGVEZETÉS – POSTA TIBOR BUSINESS COACH CIKKE

# HOGYAN ÉRJ EL 61%-OS PROFITNÖVEKEDÉST A MEGLÉVŐ ESZKÖZEIDDEL

Az ActionCoach kipróbált és működő receptje, melyet 64 ország sok ezer vállalkozásában már sikeresen alkalmaznak.

*Wolf Gábor: Tibort és cégét, a P-Sat Hungary Kft-t akkor ismertem meg személyesen, amikor 2004-ben az egyik legelső tréningünkre eljött. A cége működtette már akkor is az ország egyetlen antenna szakáruházát, de azóta övük a Sat.hu digitális TV portál is – tartalomfejlesztésből csillagos 5-ös, feltétlenül nézd meg! A marketingjük számomra akkor érte el a csillagos 5-ös föléti kategóriát, amikor Tibor saját iparági médiát teremtett: print magazint, amit a viszonteladók számára még egyediesített is. Az addig kelletlen viszonteladók, akik korábban a saját előfizetésükért sem voltak hajlandók egy fillért is adni, hirtelen 100 példányban rendelték meg a magazint és osztogatták a vevőiknek. Ki tud még ilyen pálfordulást elérni a vevői köreben? Mondjam, hogy az ilyen eredmények mögött mindig egy fanatikus önfejlesztő áll? Tibor csak nálunk végigjárta a Fitness Programot, az Év Marketingese Versenyt, és sok-sok Marketing Szuperkonferenciát (MSZK-t). És azért közben máshol is tanult, beutazta a fél világot – extrém stílusban. (Mire ezt a cikkét elolvasod, épp a Kilimanjaro tetejéről érkezik haza – teheti, mert a közben itthon a csapata, köztük a felnőtt fia, kiválóan működtetik a céget nélküle is.) Azon se csodálkozom, hogy a tavalyi MSZK-n Tibor arról mesélt a színpadon, hogy addig egyengette a saját cégét, addig tanult menedzsmentet, vezetésképzést, amíg diákból mesterré vált, aki már más cégvezetőket mentorál: Action Coach. Erről olvashatsz továbbiakat a cikkében. Még egy vélemény: ő a legsikeresebb ügyfeleink közül azzal tűnik ki, hogy milyen rugalmasan és hatékonyan tudja adaptálni a más iparágakban látott, szerzett tapasztalatait – ezt tanuld el tőle!*



POSTA TIBOR

Lássuk be, hogy a vállalkozások nagy többsége a munka szépségén túl végeredményben profitért dolgozik. A profit remek mérőszám a cég eredményességére nézve, nem utolsó sorban öröm a tulajdonosoknak.

Mint üzleti coach gyakran tapasztalom, hogy az ügyfeleim elérendő céljaik között első helyen fogalmazzák meg a cégük profitjának növelését. A következő oldalakon egy olyan egyszerűen használható, mégis hihetetlenül hatékony rendszerről olvashatsz, ami garantáltan működik minden vállalkozásban és amivel jelentős mértékben megnövelheted a profitodat.

## „A gazda szeme hizlalja a jószágot”

Tartja a régi magyar mondás. Valóban így van. Az agráriumból hozott példa szerint a gazda, aki nem csupán eteti az állatait, hanem figyelemmel kíséri azok életét, mindennapjait, az tudja elérni a terme-

lési maximumot. Az a gazda, aki elhanyagolja a napi ellenőrzéseket, aki figyelmen kívül hagyja állatai bánásmódbeli igényeit, az soha nem lesz sikeres az állattenyésztésben.

Így van ez minden más vállalkozásban is. Ha folyamatosan figyelemmel kíséred és méred a kulcsterületeket, az már önmagában is jelentősen hozzájárul a sikerhez.

Ha még tudatosan fókuszálsz is ezen összetevők növekedésére, akkor semmi sem menthet meg a magasabb profittól.

## Az 5 kulcsterület, ami a legjobban befolyásolja a profitodat

1. Érdeklődők (leadok) száma – akik érdeklődnek a terméked, szolgáltatásod iránt, olvassák a hírleveled, követnek a facebook-on, bejönnek az üzletedbe, ajánlatot kérnek, akiknek ismered az elérhetőségét, de még nem ügyfeleid.



2. Átváltási arány (konverzió) – vagyis az érdeklődők hány százalékából lesz tényleges vásárló, aki pénzt hagy nálad.
3. Vásárlások (tranzakciók) száma – egy vevő hány-szor tér vissza, hány-szor rendel Tőled újra.
4. Kosárérték – egy alkalommal átlagosan mennyit költenek nálad.
5. Átlagos árrés – mennyit keresel egy-egy ügyleten (a teljes bevételből levonod a termék bekerülési értékét)

Ezek közül bármelyiket növeled, azzal megnő a profitod is.

### Íme egy példa a profit számítására:

	példa	írd ide a Te számaidat
<b>Érdeklődők száma</b>	<b>4000</b>	
x	x	x
<b>Átváltási arány</b>	<b>25%</b>	
=	=	=
Fogyasztók, vevők	1000	
x	x	x
<b>Vásárlások száma</b>	<b>2</b>	
x	x	x
<b>kosárérték</b>	<b>1000 Ft</b>	
=	=	=
árbevétel	2 000 000 Ft	
x	x	x
<b>árrés</b>	<b>25%</b>	
=	=	=
<b>Profit</b>	<b>500 000 Ft</b>	

Megszámlálhatatlanul sok eszközt kaptál már a Marketing Commandótól, itt az ideje, hogy bevedd őket! El tudod azt képzelni, ha fókuszálsz egy területre és megteszel minden tőled telhetőt annak érdekében,

hogy javuljanak a „számaid” akkor 10%-os növekedést elérhetsz? Elárulom: a legtöbb vállalkozásban ennél sokkal nagyobb potenciál van!



	példa	10%-kal növelve	a Te számaid 10%-kal növelve
<b>Érdeklődők száma</b>	<b>4000</b>	<b>4400</b>	
x	x	x	x
<b>Átváltási arány</b>	<b>25%</b>	<b>27,5%</b>	
=	=	=	=
Fogyasztók, vevők	1000	1210	
x	x	x	x
<b>Vásárlások száma</b>	<b>2</b>	<b>2,2</b>	
x	x	x	x
<b>kosár-érték</b>	<b>1000 Ft</b>	<b>1100 Ft</b>	
=	=	=	=
árbevétel	2 000 000 Ft	2 928 200 Ft	
x	x	x	x
<b>árrés</b>	<b>25%</b>	<b>27,5%</b>	
=	=	=	=
<b>Profit</b>	<b>500 000 Ft</b>	<b>805 255 Ft</b>	

### Nézzük meg, hogyan változnak meg a számok, ha mindössze 10%-ot javítasz a kulcs-területeken?

Nem kell hozzá nagy matematikai talentum, hogy lásd: 500 ezerből 805 ezer lett, ami 61%-os növekedés.

**„Ami nem növekszik, az csökken!”**

Ez volt eddig az elmélet, ami azonban semmit sem ér, ha nem ülteted át a gyakorlatba.

Ha kapásból be tudtad írni a saját számaidat a táblázatba, akkor most húzd ki magad, mert a cégvezetők több mint 90%-a ezt nem mondhatja el magáról!

Lehet, hogy ismeri az átlagos árrését, vagy az átlagos kosárértéket, de gőze sincs a konverzióról és nincs kimutatása a vevői „élettartamáról” sem.

Első lépés tehát, hogy gyűjtsd össze, és kezd el mérni cégedben a fenti kulcs-területek adatait (elegáns szak kifejezéssel KPI – Key Performance Indicators, azaz a teljesítményed kulcs-indikátorai).

Értékelj minden héten a változásokat. Ezekből kapsz visszajelzést arra nézve, hogy milyen hatékony a munkád a területek fejlesztésére vonatkozóan.

OK, mondhatod, de...

- Hogyan fejlesszem a területeket?
- Hogyan növeljem az érdeklődők számát?
- Hogy javítsak a konverziót?
- Mi módon befolyásolhatom a vásárlások számát?

Üzleti coachként nem dolgom azt megmondani, hogy Te, kedves olvasó mihez nyúlj, hiszen a saját iparágadat sokkal jobban ismered nálam, vagy pontosan tudod, hogy eddig milyen marketing eszközöket használtál,



mi működött vagy mi nem. Az én feladatomban az, hogy rávezesselek, hogyan kezd el a szisztematikus munkát, és ne hagyj abba, mielőtt beérik a gyümölcs.

De mivel jófej vagyok, ☺ ötletadónak itt egy lista. Szánj rá időt, ötletelj a kollégáiddal és egészítsd ki, gyűjts össze minél több eszközt erre:

## 1. Tippek az érdeklődők számának növelésére

<p><b>Használd intenzívebben a közösségi médiát</b> Regisztrálj, blogolj, posztolj minél több felületen: LinkedIn, Facebook, Twitter, Instagramm, Facebook csoportok</p>
<p><b>Reklámozd magad faxon keresztül...</b> Igaz, hogy már kevesen használják a faxot, de aki még használja, biztosan megnézi. Vigyázz, erősen iparágfüggő eszköz!</p>
<p><b>Szponzoráld a helyi sportegyesületet...</b> Ismerj meg mindenkit az egyesületben, szerezd meg a tagok adatbázisát és keress üzleti lehetőségeket...</p>
<p><b>Nyomtass és terjessz szórólapokat...</b> Először próbáld meg egy pár darabbal, de ne feledd, ez a terjesztési mód egy terület megcélzását teszi lehetővé. Rendszeresen csináld, ne csak egyszer...</p>
<p><b>Reklámozz mások adatbázisán keresztül...</b> Egy szempillantás alatt több száz új ügyfelet szerezhetsz, ha az ugyanazon a piacon dolgozó másik céggel szövetkezel, hogy az ügyfeleit elérd...</p>

## 2. Tippek az átváltási arány növelésére

<p><b>Gyűjtsd össze és publikáld vagy nyomtasd ki az ajánlásokat...</b> Egy kívülálló ajánlása mindig megkönnyíti a választást...</p>
<p><b>Próbálkozz újra és újra és újra...</b> A legtöbb ügyfél hétszer mond nemet, a legtöbb eladó egy nimmel is beéri. Te csak hívd őket újra és újra...</p>
<p><b>Válaszolj időben...</b> Miért várnál – válaszolj ügyfeleidnek amilyen gyorsan csak lehet...</p>
<p><b>Kínáld „próbálja ki mielőtt megveszi” lehetőséget...</b> Más néven „bevetés” : hidd el, nem fogják visszaadni...</p>
<p><b>Készíts felmérést régi vásárlóid között...</b> Tudd meg miért vásároltak nálad és így kiemelheted erősségeidet...</p>

## 3. Tippek a kosárérték növelésére

<p><b>Bizonyosodj meg róla, hogy ügyfeleid ismerik teljes termék- ill. szolgáltatáslistádat...</b> Ha azt akarod, hogy a rendszeres vásárlóid közé tartozzanak, akkor a tudomásukra kell hoznod, hogy nálad megvan pont az, ami nekik kell...</p>
<p><b>Dolgozz ki upsell rendszert</b> Minden terméked, szolgáltatásod mellé válassz olyan másikat, amit még pluszban el lehet adni hozzá, képezd ki minden kollégádat az upsell-re.</p>
<p><b>Szabadulj meg a kevésbé fontos ügyfelektől...</b> Ne üzletelj jelentéktelen, zűrös és kevés hasznot hozó ügyfelekkel...</p>
<p><b>Számolj fel tanácsadási díjat...</b> Ne adj ingyen tanácsot, add hozzá az árhoz...</p>



## 4. Tippek a vásárlások számának növelése

### Kedvezmény a következő vásárlás alkalmával...

Amennyiben nálad vásárolnak, következő látogatásuk alkalmával várd őket különleges üzleti ajánlattal...

### Rendezd vásárt zárt ajtók mögött régi vásárlóid számára...

Rendezd vásárt kizárólag régi vásárlóid számára, küldj különleges meghívókat nekik és adj különleges kedvezményeket...

### Vezess be törzsvásárlói programot...

Pontgyűjtés ajándékokért, jutalmak és kedvezmények a további vásárlások alkalmával...

### Javasolj alternatív felhasználási módokat, hogy az áru értéke egyértelmű legyen...

Mutasd meg ügyfeleidnek, hogy milyen sokféle módon használhatják áruikat vagy szolgáltatásaidat, így még több okuk lesz visszajönni...

### Ajánlj szolgáltatási szerződést...

Ez egy folyamatos dolog, ami időről időre pénzt hoz neked, amíg csak a szolgáltatás tart ...

## 5. Tippek az árrés növelésére

### Vásárolj nagy tételben, fizess később...

Juss az árukészlethez és fizess később, vagy szállítsd házhoz akkor, amikor szükséged van rá, és fizesd ki akkor...

### Számíts fel díjat a halasztott fizetésért...

Ha hitelez a vevőidnek bizonyosodj meg róla, hogy fizetnek érte (főleg akkor, ha olykor hajlamosak késve fizetni...). Ezt teheted úgyis, hogy részletfizetési opciót is felajánlsz, ami kicsit költségesebb ...

### Csak minőséget árulj...

A minőség mindig jó árat és jó árrést követel...

### Növedd az árrést/árakat...

Ilyen egyszerű, és fogadjunk, hogy vásárlóid 95%-a észre sem fogja venni...

### Csomagolj kisebb mennyiségeket a saját márkád alatt...

Vásárolj nagy tételben és csomagold át kisebb mennyiségekbe, jó haszonkulccsal...

A kulcsterületek növeléséhez ezeknél sokkal bővebb listákat készítettem, amelyekben minden vállalkozás talál a maga számára használható ötleteket, és Ti, a Navigátor olvasói innen díjmentesen letölthetitek: <http://bit.ly/2j1Jhuz>

## Az ActionCoach munkamódszer

Az ActionCoach 2016-ban a 35. legsikeresebb franchise vállalkozás volt a világon, üzleti tanácsadó kategóriában pedig világső (http://bit.ly/top100fr). Működésének negyedszázada alatt sok ezer vállalkozásnak nyújtott már segítséget. Folyamatosan alkotja, gyűjti, aktualizálja, csiszolja a legsikeresebb vállalkozásokban működő rendszereket, amelyeket a coaching során megosztunk az ügyfeleinkkel, valamint segítünk a bevezetésükben.

A magyarországi coach vállalkozások között egyedülálló módon 100%-os garanciát nyújtunk a szolgáltatásra és 10 fős üzleti coach csapat biztosítja a támogatást.

Szerződés-kötés előtt egy nagyon részletes cégfelmérést készítünk. Mint a kórházban amilyen MR felvétel készül a betegről, olyan átfogó „üzleti röntgen” készül a vállalkozásról. A diagnózis egyértelműsíti a cég erősségeit és gyengeségeit, iránymutatást ad a fejlesztendő területekről. Nagyon szeretik a cégvezetők ezt a szolgáltatást, mert rengeteg „aha” élményük születik a feltáró beszélgetés során, és alig várják, hogy hazaérve belevághassanak az ötleteik megvalósításába.

A felmérést követően döntheti el a cégvezető, hogy szeretne-e coach támogatást, valamint a coach, hogy akar-e együtt dolgozni a vezetővel, illetve, hogy milyen program lenne a leghatékonyabb a cég számára.

## Való-e neked az üzleti coaching, vagy sem?

Nézz magadba és alaposan gondold végig az alábbi állításokat. Vigyázz, elsőre mindenki mindenre könnyen rábólint! Legyél kritikus és megfontolt, válaszolj igennel vagy nemmel!





1. Tudok időt szánni arra, hogy hetente legalább 5 órát foglalkozzak a cégem fejlesztésével.
2. Teljes mértékben felelősséget vállalok a döntéseimért.
3. Hajlandó vagyok lépéseket tenni annak érdekében, hogy elérjem a megfogalmazott céljaimat.
4. Kellő kompetenciával rendelkezem a coaching során megfogalmazott feladatok végrehajtására, vagy végrehajtatására.
5. Vállalom, hogy a kitűzött feladatokat teljesítem a coaching megbeszélések között.
6. Hajlandó vagyok kipróbálni új megoldásokat akkor is, ha nem vagyok 100 százalékgig biztos a működésükben.
7. Vállalom, hogy akkor is kipróbálok új megoldásokat, ha azok kívül esnek a komfortzónámon.
8. Tisztában vagyok vele és elfogadom, hogy a változáshoz, fejlődéshez idő kell.
9. Nyitott és őszinte leszek a coachommal.
10. Ha úgy érzem, hogy nem azt kapom a coachomtól amit szeretnék, akkor őszintén megosztom vele a kételyeimet.
11. A coachingot úgy látom, mint értékes befektetést a vállalkozásom fejlesztésébe.
12. Hajlandó vagyok a coaching szolgáltatásért fizetni és a befizetéseket felelősen kezelni.

Nos, ha a fenti állítások bármelyike vállalhatatlan számodra, neked NEM VALÓ a coaching. Azért vagyok ebben ilyen szigorú, mert a coaching szerződésben a TE sikeredre szövetkezünk, s ha éppen Te vagy az, aki nem hajlandó fontos vállalásokra, akkor nincs miről beszélni.

Az üzleti coachingnak vannak gazdaságossági mérethatárai is. Minimum 100 milliós éves árbevétel és legalább 5 fős alkalmazotti létszám. Ha Neked ennél kisebb a céged, akkor inkább a csoportos coachingot javaslom.

Abban az esetben, ha minden pont vállalható a számodra, nagyon jó alanya lehetsz egy coaching programnak. Mint a tehetséges sportoló, akiből az edzője bajnokot farag.

## ActionCoach AJÁNDÉK!

Ha az előbbieket után mostanra megnőtt benned kíváncsiság vagy az elhivatottság a céged fejlesztésére, akkor fogadd el az ajándékomat, ami egy különleges feltáró beszélgetés. Ez a 3-4 óra csak a Te cégedről szól majd. Garantálom, hogy olyan nézőpontokat kapsz és olyan felismeréseid lesznek, amelyek nagy dózisú adrenalin-

ként hatnak, s hogy utána még a kollégáid is alig ismernek majd Rád! Egy ilyen feltáró-beszélgetés ára nettó 60 ezer Ft. Mint ősrégi navigátoros, Nektek, többi Navigátor tagnak ezt most kedvezményesen, stílszerűen 61%-os áron azaz nettó 36.600 Ft-ért szeretném felkínálni április 30-ig.

Valójában nem is a kedvezményes ár, hanem maga a lehetőség a legnagyobb érték ebben az ajánlatban, hisz nagyjából 20-25 ilyen alkalmat tervezek és:

- ✓ módod lesz a vállalkozásod legátfogóbb megismerésére és a fejlesztendő területek azonosítására
- ✓ az intenzív munka új lendületet adhat vállalkozásodnak, a „külső szem mást lát” hatása pedig új perspektívákat nyithat meg, általa alternatívákat ismerhetsz meg és csökkentheted a döntési bizonytalanságot
- ✓ olyan üzletfejlesztési eszközöket kapsz kézhez, amelyek egyszerű módon áttekinthetővé és követhetővé teszik az üzleti folyamatokat

Ha érdekel a lehetőség, keresd a megadott elérhetőségeimen.

## A vállalkozás fejlesztés szokványos és csodás módja

Végezetül kedves olvasó, megismertetlek a vállalkozások fejlesztésének két módjával. Az első, amikor teliholdkor két angyal huncutul egymásra kacsint, az ujjai közé csillagport csippent, majd a magasból a cégedre hinti. Másnap reggel felkelve azt tapasztalod, hogy minden gördülékenyebb, a kollégáid mosolyognak, az ügyfeleid talicskaszám tolják hozzád a pénzt, s elégedetten dőlhetsz hátra. Ez a *szokványos* mód.

Ha azonban Te inkább a *csodálatos* módot választod, akkor nincs más dolgod, mint hogy feltúrd az ingujjad, a tenyeredbe köpsz, aztán – coachal, vagy anélkül – neki-látsz, és verejtékkel, felelősséggel és kitartással, felvirágoztatod a vállalkozásod. Jó munkát kívánok hozzá! 📩

Posta Tibor üzleti coach, ActionCoach franchise. 1991 óta vállalkozó, 2002 óta a „Commandoval és marketinggel fertőzött”, tapasztalt cégvezető. Tibor elérhető üzleti coachingra, konzultációkra, kihelyezett tréningekre, előadásokra, cégek működésének átvilágítására az alábbi telefonszámon: +36 20 9458-119, vagy e-mailen: [tiborposta@actioncoach.com](mailto:tiborposta@actioncoach.com)