

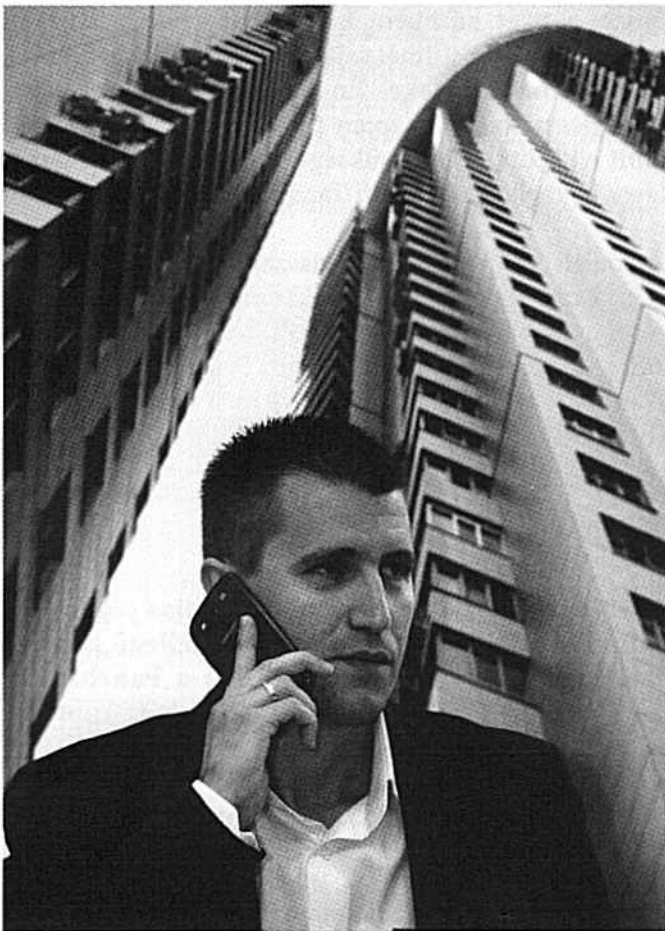
Azt is láttam, tapasztaltam, különféle kiállítások során, hogy nincs olyan, vagy *nagyon kevés olyan szakember van, aki mindezeket együtt kezeli és összefüggéseiben vizsgálja.*

Ez, és az a fontos tény, hogy a kínálat és a vevő igényei nincsenek összehangolva, indították el bennem a gondolatot a szolgáltatásaink létrehozására.

Így álltunk:

- ✓ a szakmai tudás megvan,
- ✓ a partnerek megvannak (sokan azóta partnereim, hogy saját cégem van),
- ✓ a kivitelezői kapcsolatok megvannak.
- ✓ készültek referenciák, épületeket újítottunk fel, amelyek a termékfejlesztés részeként jelentek meg a jegyzeteimben, minden tapasztalatot, megoldást felhasználva.

És természetesen hibáztunk is eleget. *(Megtörtént, hogy a költségvetésünkből kimaradtak szakértői szakágak költségvetései, véleményei – ezek egyben a teljes profitot felemésztették, nem kis gondot okozva a finanszírozási modellben. De mivel mi a hibákat felismertük, és tanultunk belőle, ezek már a kialakított csekklistákban meg is jelentek.)*



Mindenünk megvolt tehát egy jó, és magas színvonalú szolgáltatás létrehozásához – de hogyan juttasuk el mindezeket a családi ház tulajdonosokhoz???

... Enter Marketing

Hát itt jött be a marketing kérdése.

Én mérnök vagyok, nekem a marketing az nem is egy „rendes” egzakt tárgy, minek, gondoltam, az emberek úgy is megértik, mert szükségük van arra, hogy mi szolgáltatassunk nekik, nem érdemes ezzel foglalkozni...

De, be kellett látnom, hogy igen is kell. Elkezdtem tanulni, egyszerű, és érthető rendszereket keresni. Olyan megoldásokat kerestem, amivel gyorsan és egyszerű módon juttathatjuk el az információkat a leendő ügyfeleinkhez.

Arra is rá kellett döbbernem, hogy nincs egyetlen, magában üdvözítő jó megoldás – hanem egy rendszer van, amelyet apró lépésenként kell felépíteni.

Kell egy marketing rendszer, amely a vevőszerzéstől a megjelenésen át, a PR tevékenységig mindent összefog és együttesen kezel, mert, ahogy a cégem szlogenje is mondja:

„Mert minden, mindennel összefügg...”

Én nem hittem abban, amiket konferenciákon, tréningeken, vagy webináriumokon, hanganyagokon hallottam, vagy olvastam. Nem hittem benne, hanem el kezdtem csinálni.

Nem hiszek a véletlenekben sem, éppen ez idő tájt indult egy webes program (*a Marketing Medve kampány*), ahová a rengeteg hirdástechnikai termék, a rengeteg egészségügyi szolgáltatás mellé mi is beépítettük termékünket (*az ajándékot ismertető weboldal több oldalra sikerült...*).

Ennek ellenére 4 hét múlva azt tapasztaltuk, hogy bekerültünk a program TOP100 terméke közé: 2900 fő választotta a mi termékünket (*és ennyien végig is olvasták a több oldalas anyagunkat, mielőtt döntöttek volna!*).

Ezen nagyon megdöbbsentem, nem is értettem – de talán az volt a nyitja, hogy éppen nyakig voltunk a télen, és mindenkit nyomott a rezszi csökkentés témája. A mi ajánlatunk új volt és egyedi – jó pillanatban.

