Rozdział 13. NAJCZĘŚCIEJ POPEŁNIANE BŁĘDY

Wtopa może pojawić się w każdym aspekcie życia. Targi są jednak o tyle specyficzne, że postanowiłem ustrzec cię przed najczęściej popełnianymi błędami. Z pomocą przyjdzie ci moja wieloletnia praktyka i dociekliwość w doszukiwaniu się przyczyn porażek u siebie i innych. Wszystko to w trosce o twój biznes i po to, byśmy uczyli się na cudzych błędach zamiast na swoich.

Waham się

Pierwszy krok zazwyczaj nie jest do tyłu, dlatego jeśli nie jesteś pewien, czy chcesz uczestniczyć w targach, przeczytaj do końca tę książkę. Powstała ona właśnie po to, by pokazać ci wszystkie możliwości płynące z wymieniania się wiedzą z innymi ludźmi. Rozwieje ona też większość twoich wątpliwości i opisze możliwe zagrożenia. Targi są jak rower podczas maratonu. Razem nauczymy się na tym rowerze jeździć.

Wstydzę się

Gdy piszę te słowa, na przeciwległym balkonie leży i opala się kompletnie nagi facet. Nie jest to widok przyjemny, ale uzmysławia konkretną rzecz: każdy z nas jest inny, bo np. ja bym się wstydził tak leżeć. Zatem jeśli nie lubisz albo nie chcesz rozmawiać z innymi ludźmi, a mimo to szukasz sposobu na rozwinięcie swojego pomysłu na biznes, zajmij się tym, w czym jesteś najlepszy. A do pomocy w prezentacji produktu zabierz osobę, która kontakt z ludźmi ma we krwi. Nikt z nas nie jest alfą i omegą, dlatego podpieranie się zespołem jest naturalnym sposobem budowania firmy, a co za tym idzie — rozwijania swoich kompetencji.

Już byłem. I nic nie załatwiłem

Kiedy pierwszy raz spadłem z dachu podczas prac budowlanych, to mój majster kazał mi od razu z powrotem wejść na sam szczyt konstrukcji. Nogi mi się trzęsły, a we krwi buzowała adrenalina. Wszedłem jednak, bo zależało mi na tej pracy. Dopiero wtedy pan Janek powiedział mi, że gdybym z powrotem nie wszedł, to już zawsze bałbym się, że spadnę. Ja zarobiłem w tej pracy na cały rok studiów, ty też się zastanów, czy nie warto wejść jeszcze raz na rusztowanie, mając już za sobą złe doświadczenia, które z praktycznego punktu widzenia definiują nowe podejście do sprawy i odpowiednie przygotowania.

Chcę już!
Oczekiwanie natychmiastowych efektów jest niepoważne. Chcesz od razu zarabiać duże pieniądze? Zacznij handlować kokainą. Dorobisz się też w przyszłości trzech darmowych posiłków dziennie i życia na koszt państwa. Stanie się miliarderem w ciągu miesiąca nie jest ani powszechne, ani zdrowe. Długofalowe zarabianie dużych i uczciwych pieniędzy jest wynikiem szlifowania optymalnego modelu biznesowego firmy i utrzymywania wieloletnich relacji z ludźmi.
Nie daj się omamić rozpowszechnionemu i pompowanemu marketingowi, w którym samo pozycjonowanie w Google ma spowodować sukces twojej firmy. Ocknij się! Nie chcesz stać się od razu bogaty… Jako młody człowiek widziałem takie tragedie. Gdy wychowywałem się na Śląsku, górnikom, którzy zrezygnowali z pracy, dawano gigantyczne jak na tamte czasy odprawy finansowe. Po kilku miesiącach osiedlowych fajerwerków przyzwyczajeni do dobrobytu ludzie tracili wszystko, co dostali, rozpoczynając swoją tragiczną historię bankructwa. Przyczyn tego było wiele, ale podstawowa to brak umiejętności obchodzenia się z pieniędzmi. Nauka gospodarowania zasobami i dywersyfikowania przychodów przyjdzie do ciebie wraz z rozwojem firmy oraz z ludźmi, których podczas swojej przygody spotkasz. Cierpliwości…

Od razu sprzedaję!
Targi to nie bazary. Zdarzają się oczywiście imprezy, na których dokonywana jest sprzedaż bezpośrednia klientowi docelowemu, czyli B2C (Business to Customer). Są to imprezy takie jak targi książki albo festiwale zdrowej żywności, ale w przypadku targów B2B (Business to Business) twoje stoisko jest punktem styku klienta z marką.
Jest to często pierwsze spotkanie z nowym partnerem w biznesie. Z czasem rozpoczyna tylko proces umacniania roli na rynku. Jedz małą łyżeczką — dobrze zrobi ci to na brzuszek. Zachowaj jednak czujność i odpowiednio rozegraj tę grę, czerpiąc z niej satysfakcję. Nie od razu Rzym zbudowano… Minęły już szalone lata dziewięćdziesiąte, kiedy to rzeczywiście podczas jednej imprezy podpisywane były wielomilionowe kontrakty. Czasy się zmieniły.
Kiedyś ludzie widywali się rzadko i mieli ze sobą utrudniony kontakt. Teraz kontaktują się bardzo często, ale praktycznie już się nie widują. Innowacyjne technologie oraz nowa etykieta biznesowa wymagają, by na targach rozpoczynać interesy, rozmawiać, pokazać fizyczny produkt i dać klientowi próbki. By dokładniej omówić to zagadnienie, odsyłam cię do innych rozdziałów tej książki (28—32). Moją radą jest jednak, byś potraktował

kontakt z klientem jak pierwszą randkę i nie oczekiwał zbyt wiele.

Przeinwestowałem…
Podczas promocji własnej firmy łatwo popłynąć z kasą. Nawet jeśli targi będą udane, to zaprzęgnięte do tego działania mogą pochłonąć lwią część przyszłych zysków. Co może wzmagać niepotrzebne koszty?
• Za duża powierzchnia stoiska. Nie ma co przedobrzać — przeanalizuj potrzeby i wybierz optymalnie.
• Indywidualne stoisko. Spersonalizowane konstrukcje są świetne, ale droższe — balansuj.
• Przekierowanie całego zespołu na targi. Firma zostaje wybita z rytmu, przestaje odpowiednio funkcjonować i zarabiać. Tak nie wolno.
• Niepotrzebnie duża ekspozycja. Lepiej pokazać dobrze zaaranżowany jeden traktor niż transportować dwanaście maszyn.
• Kosztowne prezenty. Selekcjonuj, co komu wręczasz. Dla wszystkich wystarczą firmowe długopisy i krówki z logo.
• Drogi hotel dla ciebie i pracowników. Optimum to rozwiązanie ze średniej półki cenowej, zamówione minimum pół roku przed targami.
• Zespół muzyczny. To całkowicie niepotrzebne na twoim stoisku. Won z tym na juwenalia!

Nie będę planował!
Co może pójść nie tak? Zamówiłeś stoisko u organizatora, podpisałeś wszystkie świstki i na dwa dni przed targami wypełniłeś bagażnik samochodu produktami. Jedziesz zdobywać świat. Po drodze awaria, spędzasz noc w motelu, przepakowując produkty do wypożyczonego samochodu. W przeddzień targów docierasz po południu na niezbudowane do końca stoisko. Po perturbacjach z organizatorem kończysz przygotowanie ekspozycji około 24.00. Żeby było weselej, pękły ci spodnie w kroku i masz tylko jeden garnitur. Jesteś solidnie zmęczony, a zapomniałeś jeszcze o tym, by potwierdzić swoją obecność w hotelu… Takie historie można mnożyć.
To, że twoja firma buja się na pełnych obrotach, nie znaczy, że cały świat się do ciebie uśmiecha. Postaraj się przewidzieć wszystkie możliwe obsuwy, a jeśli nie jesteś w tym dobry, zapytaj o to swojego znajomego, który ciągle narzeka (każdy zna kogoś takiego) — może w końcu do czegoś się przyda.

Nie sprzedaję w Internecie!
Dlatego mnie tam nie ma. Pierwsze dobre wrażenie
to nie wszystko. Gdy targi się zakończą, a twój nowy klient
chwyci za wizytówkę, pierwsze, co sprawdzi, to twoja strona
internetowa oraz media społecznościowe. Zadbaj o swój wizerunek
w Internecie, nawet jeśli nie jest on główną osią
twojego biznesu. Prosta strona informacyjna oraz profil
na Facebooku wystarczą, by klient mógł ponownie poznać
cię w zaciszu swego biura oraz przypomniał sobie, co dokładnie jesteś w stanie zaoferować.

Jeśli zarządzasz średnim
lub dużym przedsiębiorstwem, istotne będą dla ciebie również
opinie i informacje pojawiające się w wyszukiwarce Google
oraz na portalu Gowork.pl. Kiepskie oceny otrzymane
od klientów mogą pogrążyć cię w oczach nowego kontrahenta.
To samo tyczy się opinii pracowników, które pojawiają się
w wyżej wymienionym serwisie, gdzie pracownicy żonglują
informacjami o pracodawcach. Zadbaj zatem o swoją nieposzlakowaną
opinię, wykonując rzetelnie swoje usługi i zbierając
przychylne referencje.

Błądzić jest rzeczą ludzką. Nie przejmuj się wiec, jeśli
i tobie czasem zdarzają się potknięcia. Wszyscy jesteśmy
ludźmi, a nie myli się tylko ten, co nic nie robi.