



PRZYJACIELE KLIENTA

Dlaczego zainicjowałem przedsięwzięcie „Przyjaciel Klienta”?

Dla mnie współpraca pomiędzy firmami to współpraca osób, które mają do siebie pełne zaufanie.

Osoby, które chcą zaprzyjaźnić się z sobą. Pomagają sobie w trudnych chwilach a z sukcesów cieszą się wspólnie. To wynika z moich osobistych pragnień. Po części wynika to z mojej wiary. Zawsze lubiłem otaczać się osobami miłymi, godnymi zaufania. Takimi, które stale pracują nad sobą. Już osiągnęły duże sukcesy w życiu lub bardzo chcą „Coś” osiągnąć i nad tym systematycznie pracują.

Rozmowa dwóch osób to z jednej strony duża przyjemność a drugiej wzajemna nauka. Dużą frajdę sprawia mi zadowolenie drugiej osoby. Jeśli na czyjś sukces lub zadowolenie miałem jakiś wpływ, to jest mi tym bardziej miło.

Jest co najmniej 12 ważnych aspektów, dlaczego zainicjowałem to przedsięwzięcie:

1. Obserwacje zmian zachodzących na europejskim rynku.
2. Obserwacje działań marketingowych w Polsce, które przez ostatnie 10 lat nie uległy zasadniczym zmianom. Jedynie nastąpił rozwój wiedzy i rozwój poszczególnych usług.
3. Duża ilość firm popełnia podstawowe błędy w komunikacji z Klientami.
4. Wzrost kosztów pracy.
5. Spadek skuteczności pozyskiwania nowych Klientów, to znaczny wzrost kosztów ich pozyskania.
6. Nieracjonalne oczekiwania Klientów. Przyzwyczajeni do dawnego, b. dobrego rynku, stale oczekiwali zysków już na etapie pozyskania Klienta.
7. W wielu branżach na uzyskanie breakeven point trzeba czekać nawet trzy lata.
8. Zauważamy jak wielki, niepotrzebny koszt wyjąją firmy na niewłaściwy marketing.
9. Dostrzegamy obszary, które są do szybkiego zagospodarowania. Dziś firma bez strony www nie ma prawa bytu. Podobnie jest z CRM. Istnieje konieczność gromadzenia w każdej firmie historii o swoich Klientach. Korzystanie z niej pomoże każdemu znacznie zwiększyć rentowność firmy przy tych samych nakładach finansowych lub utrzymać dotychczasową rentowność firmy przy dużo lepszym wykorzystaniu budżetów na marketing i reklamę.
10. Już się trochę nauczyliśmy jak można opracować dobrą Strategię Zarządzania Klientami oraz jakie informacje o Klientach warto gromadzić a jakich nie ma potrzeby gromadzić.
11. Konieczne trzeba poznać Klienta i zaprzyjaźnić się z nim. Bez względu na to czy robimy z nim biznes na 100 zł rocznie czy na miliony. Nie ma znaczenie czy mamy 10 Klientów czy 10 milionów.
12. Ostatnim chyba najważniejszym argumentem jest fakt, że WSPÓLNIE - ZESPOŁOWO jest zawsze lepiej i prościej. Ważne jest tylko aby zawsze być dla drugiej osoby (firmy) w pełni uczciwym. Dlatego zapraszam do wspólnych rozmów osoby zainteresowane tematyką budowy relacji z Klientami i wzrostem rentowności swoich firm.

Stwierdziłem, że koniecznie trzeba to zakomunikować całemu rynkowi, zaczynając od najważniejszych osób i największych firm. Przygotowaliśmy na Konferencję duży budżet. Byliśmy gotowi sami pokryć pełne koszty dla 500 Uczestników w kwocie 0,8 mln zł. Dzięki naszym wspaniałym Partnerom a także dzięki Uczestnikom – chyba już dziś mogę powiedzieć Przyjaciołom - wydaliśmy znacznie mniej.

Chcemy podzielić się naszą wiedzą i doświadczeniem.

Myślę, że jak zwykle kto pierwszy, ten więcej zyska. Przez 15 lat stale powtarzam, że tak dobry dzień jaki jest obecnie już nigdy nie powtórzy się. Kolejne będą zawsze trudniejsze, bez względu na sytuację gospodarczą. Potrzebne będą coraz lepiej przemyślane działania marketingowe i znacznie większe wydatki, aby osiągnąć efekty, które można uzyskać obecnie.

Kontynuacją Konferencji będzie Seminarium. Odbędzie się już 10-12 lutego, również w Hotelu Marriott. Bliższe informacje znajdują się na stronie www.przyjaciele-klienta.pl.

Jan Załęcki

Prezes Zarządu Spółki PCM /www.pcm.pl/

Inicjator Projektu Przyjaciele Klienta