

001. Promuj swój biznes z zewnątrz

Bądź dumny z promowania swojej firmy, umieszczając znak na ścianie. Miałem do czynienia z dużą firmą graficzną, która miała biuro na piętrze na jednym z najbardziej ruchliwych skrzyżowań w mieście. Mieli ogromną ścianę w zasięgu wzroku z dowolnego miejsca na skrzyżowaniu i nigdy nie zabrali się za namalowanie znaku na tej ścianie. W końcu wyprowadzili się, ponieważ interesy szły źle. Gdyby wydali kilkaset dolarów na prosty szyld, biznes poprawiłby się znacznie szybciej. Oznakowanie zewnętrzne działa siedem dni w tygodniu, 24 godziny na dobę, niezależnie od tego, czy jesteś otwarty, czy zamknięty. Wykorzystaj go w pełni. Należy być świadomym przepisów władz lokalnych regulujących ograniczenia dotyczące oznakowania, takie jak rozmiar. Pracuj zgodnie z tymi przepisami, ale staraj się, aby Twoje znaki były tak duże, jak tylko możesz. Nie zaśmiecaj ich, tylko kilka słów opisujących, co robisz i kiedy jesteś otwarty. Wyróżnij kolory i dokładnie sprawdź dowolną grafikę pod kątem błędów ortograficznych lub gramatycznych. Adam prowadził szkołę nurkowania z akwalungiem. Pewnego dnia położył na dachu manekina w starym sprzęcie do nurkowania który wyglądał jak prawdziwy. Zakres zasięgu i ekspozycji, jaki ten manekin dał mojej firmie, był dość niezwykły - do tego stopnia, że pewnej nocy został skradziony. Lokalne radio, telewizja i gazeta podjęły tę historię i rozpoczęło się wielkie polowanie na manekina. Później oszacował, że ten manekin i jego utrata dały jego firmie około 20 000 PLN darmowej reklamy. Zanim zdecydujesz się na pisanie znaków, przejeźdź i spójrz na inne firmy, aby zobaczyć, jakie style lubisz i co przyciąga Twoją uwagę. Odwiedź biura, sklepy lub fabryki konkurencji, aby dowiedzieć się, w jaki sposób możesz uatrakcyjnić oznakowanie swojej firmy dla potencjalnych klientów. Pamiętaj, aby pisanie znaków pasowało do wizerunku firmy i kolorów firmy, w przeciwnym razie sprawy mogą stać się nieporządne i mylące dla potencjalnych klientów. Zadbaj o to, by pisanie było proste i czytelne. Nowe powiedzenie „mniej znaczy więcej” zdecydowanie odnosi się do pisania znaków. Przy okazji, kiedy planujesz pisanie podpisów, pamiętaj, aby podać, w jakie dni jesteś otwarty lub jakie są godziny handlu. Nie ma nic gorszego niż siedzenie na zewnątrz firmy o 8.15 rano w sobotni poranek i zastanawianie się, czy otworzyć się w ogóle tego dnia, czy o 8.30 lub 9.00.

002. Umieść wiadomość na samochodzie służbowym

Podobnie jak wszystkie oznakowania zewnętrzne, pojazdy firmowe to doskonały sposób na promocję Twojej firmy. Większość firm ma co najmniej jeden pojazd firmowy, którym może być cokolwiek, od pojazdu użytkowego po autobus. Pojazdy te zwykle jeżdżą po drogach przez cały dzień po całym mieście. Czy jest lepszy sposób na poinformowanie ludzi o swojej firmie niż ruchomy znak? Pisanie znaków na pojazdach może być kosztowne; jednak, jak każda reklama, zrób to, aby odpowiadać Twojemu budżetowi. Być może zacznij od zestawu magnetycznych znaków na drzwi, a następnie przejdź do pełnego malowania. Jest kilka kluczowych punktów do zapamiętania przy każdej formie sprowadzania słów reklamowych do minimum, ułatw czytanie i powiedz ludziom, gdzie mogą Cię znaleźć i kiedy jesteś otwarty. Wiele firm przezwyciężyło ten problem, umieszczając na swoim pojeździe naklejkę Yellow Pages. Działa to dobrze, o ile Twoją firmę można łatwo znaleźć w Yellow Pages. Jeśli tak nie jest, powinno być. Nie utrudniaj klientom znalezienia Cię. Kilka słów ostrzeżenia z pisaniem znaków na pojazdach - dostajesz to, za co płacisz, więc upewnij się, że piszący znaki daje ci kilka próbek pracy, którą wykonali wcześniej, zanim się zobowiąziesz. Kiedyś miałem partnera biznesowego, który był prawdopodobnie najgorszym kierowcą na świecie. Był szybki, agresywny i na całej drodze. To było wystarczająco złe w jego samochodzie, ale kiedy był w pojeździe służbowym, otrzymywałem telefon po telefonie od wściekłych kierowców, którzy znęcali się nad mną z powodu sposobu, w jaki jechał ten maniak. Za każdym razem, gdy mój partner zabierał samochód w trasę, traciliśmy klientów. Chodzi o to, aby upewnić się, że każdy, kto prowadzi Twój pojazd służbowy, jest świadomy, że jeśli Twoje imię i nazwisko znajduje się na boku, reprezentuje Twoją firmę i powinien jeździć bezpiecznie i uprzejmie. Jeśli osoby kierujące Twoim pojazdem firmowym są odpowiedzialne,

nie wahaj się okleić samochodu tabliczkami informującymi świat o Twojej firmie oraz produktach i usługach, które oferujesz. Inne sprytnie pomysły to banalne pomysły, takie jak duży telefon na dachu pojazdów dostawczych pizzy. Jedna firma sprzedająca wentylatory wyciągowe ma wentylator montowany na górze wszystkich swoich pojazdów serwisowych, co wygląda bardzo imponująco. Karaluch olbrzymi jest ulubieńcem firm zajmujących się zwalczaniem szkodników. Jeśli zastanowisz się nad tym, co robi Twoja firma, wyniki mogą być oszałamiające wizualnie. Wyobraź sobie sklep zoologiczny z gigantyczną kością psa na dachu samochodu lub mechanika z gigantycznym kluczem na dachu, być może gigantyczne dziecko na samochodzie firmy wypożyczającej sprzęt dla niemowląt. Znakowanie pojazdów firmowych to świetny pomysł. Twoje pisanie napisów będzie promować Twój biznes przez cały dzień, każdego dnia.

003. Zmień swoją fakturę w narzędzie sprzedaży

Większość firm regularnie wysyła faktury i wyciągi. Faktury są zwykle przepuszczane przez kilka rąk, zanim faktycznie dotrą do osoby podpisującej czek. Daje to możliwość promowania firmy wśród wielu osób, które są już świadome tego, co w zasadzie robisz, ale być może nie każdego aspektu tego, co Twoja firma ma do zaoferowania. To właśnie nazywamy „miękką sprzedażą” lub „pozytywnym wzmocnieniem” przekazu Twojej firmy. Być może zamierzasz zaopatrzyć się w nowy asortyment lub produkt, być może zmieniły się ceny, Twoje godziny handlu są inne lub po prostu chcesz wzmocnić silny przekaz korporacyjny, który już przekazujesz. Firma zajmująca się oprogramowaniem komputerowym, z którą miałem do czynienia, co miesiąc wykorzystywała fakturę firmową, aby wprowadzić nowego członka personelu. Na przykład styczniowa faktura zawierała zdjęcie, kierownika sprzedaży, z krótkim zarysem jego historii kariery i roli, jaką pełnił w firmie. To nadało ich działalności bardzo osobisty charakter i zwiększyło mój poziom świadomości ludzi, z którymi miałem do czynienia. Wprowadzenie pracownika firmy również usunęło nacisk z faktu, że faktura jest rachunkiem i jestem pewien, że zapłaciłem te rachunki znacznie szybciej, ponieważ miały do nich bardzo osobisty charakter. Czuję się też, jakbym był częścią tej firmy, cennym klientem, któremu pokazano wewnętrzne zasady udanego biznesu. Inna firma, z którą miałem do czynienia, zawsze rozsyłała ulotkę z żartami, pozytywnymi afirmacjami, fragmentami motywacyjnymi i ogólnie ciekawym materiałem. Zawsze cieszyłem się, że dostawałem te faktury i wiem, że te zostały opłacone wcześniej. Wywoływali uśmiech na mojej twarzy, więc uwierzyłem, że zasługują na szybką wypłatę. Ile rachunków oczekujesz aby otrzymać? Słyszałem również, że ta metoda jest stosowana, gdy ludzie spóźniają się z płaceniem faktur. Umieść zdjęcie swojej rodziny w kopercie z krótką notatką na odwrocie mówiącą, że „trudno jest nakarmić nasze dzieci, gdy Twoja firma powoli płaci rachunki”. To bardzo skuteczne. Oczywiście może być konieczne wybranie klienta, ponieważ dla niektórych może to nie być odpowiednie. Ten pomysł może oczywiście być dość zabawny, w zależności od tego, jak to zrobisz, na przykład wysyłając zdjęcie swojego psa patrzącego ze smutkiem na pustą miskę obiadową lub pusty stoik po ciastkach lub coś podobnego. Innym skutecznym sposobem, aby ludzie zauważyli i przeczytali Twoje faktury, jest użycie naprawdę jasnych kolorów. Nasze faktury wysyłamy na fluorescencyjnym zielonym papierze, który prawie świeci w ciemności. Zawsze jest lodolamacz, jeśli gonimy za zaległym kontem, ponieważ wszyscy pamiętają niesławną fakturę w kolorze limonkowej zieleni. Faktury mogą stać się potężnym narzędziem marketingowym, a najgorsze, co może się przydarzyć, to szybsze otrzymywanie płatności. Ponieważ już wysyłasz faktury, jedynym dodatkowym kosztem jest produkcja ulotki.

004. Sprzedaj się, nawet gdy Cię nie ma

Wszyscy nienawidzą czekania, ale niestety jest to sposób na życie. Jeśli dysponujesz technologią umożliwiającą odtwarzanie muzyki w trybie wstrzymania, prawdopodobnie możesz zaaranżować odtwarzanie wiadomości firmowej. To odpowiedni moment, aby potencjalni klienci dowiedzieli się więcej o Twojej firmie i oferowanych przez Ciebie usługach. Istnieje wiele firm, które organizują

„zawieszonych wiadomości”, a koszt nie jest zbyt wysoki. Jak większość tych pomysłów marketingowych, jest to bardziej sprawa kogoś kto poświęca czas na znalezienie firmy, która produkuje „wstrzymane wiadomości”, a następnie faktyczne zorganizowanie instalacji usługi. Ten rodzaj marketingu tworzy bardzo dobry wizerunek firmy, a wiele małych firm sprawia wrażenie dużej firmy, mając profesjonalną wiadomość oczekującą. Ta sama zasada może dotyczyć automatycznych sekretarek i poczty głosowej w telefonach komórkowych. Bądź dumny ze swojej firmy i wykorzystaj każdą okazję do promowania swoich usług. Wypróbuj następujące rozwiązania:

Zamiast

„Cześć, dodzwoniłeś się do Jana Dawisa. W tej chwili nie mogę odebrać twojego telefonu, ale zostaw swoje imię i numer, a oddzwonię tak szybko, jak to możliwe.

Spróbuj tego

„Cześć, dodzwoniłeś się do Jana Dawisa z Precision Engine Tuning, specjalisty od napraw mechanicznych na Bemowie. W tej chwili nie mogę odebrać Twojego telefonu, ale chciałbym mieć możliwość oddzwonienia i omówienia, w jaki sposób Precision Engine Tuning może Ci pomóc”.

Przekazuj zwięźle i rzeczowo, korzystając z faktu, że ludzie do Ciebie dzwonią, ale bądź uprzejmy wobec faktu, że ludzie są zajęci i nie chcą spędzać dziesięciu minut siedząc przy telefonie, słuchając zalet Twojej firmy. Nie kosztuje to ani grosza, aby zostawić bardziej szczegółową wiadomość, a jeśli masz jednego dodatkowego klienta rocznie, warto było się starać. Niedawno wykonałem interesujący telefon do dużej firmy finansowej. Jak zwykle trzeba było dokonać setki wyborów, nacisnąć to, potem tamto i w końcu zaczerpnąć świeżego powietrza. Pojawił się monit: „Jeśli masz dość czekania i masz dość wyborów, naciśnij 9”, co zrobiłem i mieli nagranie komika, który żartował sobie z zawieszonych telefonów, co mnie rozbawiło, gdy czekałem, aż jeden z pracowników obsługi klienta odbierze mój telefon.

005. Korzystaj z Internetu, aby zostać zauważonym

Internet to nowy i ekscytujący zasób o ogromnym potencjale. Reklama w Internecie to nowa koncepcja, której wiele firm tak naprawdę nie rozumie. Osobiście patrzę na Internet jak na wielką bibliotekę. Wiesz, że są tam wszystkie informacje; to tylko kwestia znalezienia tego. Ilość dostępnych informacji jest praktycznie niewyobrażalna, ale kluczem do sukcesu jest ułatwienie ludziom znalezienia Twojej firmy lub produktu. Zasadniczo istnieją dwa sposoby na promocję firmy w Internecie. Po pierwsze, możesz mieć własną witrynę internetową, na której ludzie surfujący po Internecie mogą natknąć się na Twoją witrynę i zdecydować, że chcą uzyskać więcej informacji lub że chcieliby kupić to, co sprzedajesz. Tworzenie własnej strony staje się z dnia na dzień coraz tańsze, a w ciągu kilku lat większość firm będzie miała własne strony internetowe. Strony internetowe można łatwo łączyć z innymi witrynami, co ułatwia znalezienie. Dostępne są firmy, które sprzedają w pełni zaprojektowane i bardzo imponujące strony internetowe, które kupujesz. Po prostu wypełniają puste pola i umieszczają nazwę firmy oraz produkty i usługi we właściwym miejscu. Tak więc za pewną sumę możesz mieć bardzo profesjonalną stronę internetową. Aby znaleźć te firmy, wyszukaj „hosting stron internetowych, projektowanie stron internetowych i nazwy domen” w Internecie. Wiele firm oferujących tę usługę intensywnie reklamuje się w witrynach wyszukiwarek. Drugim sposobem promowania firmy w Internecie jest zakup tak zwanych banerów reklamowych. Tutaj umieszczasz reklamę na czyjejś stronie. Zaletą tego jest po prostu to, że możesz promować swoją firmę w odnoszącej duże sukcesy witrynie, która jest już ustanowiona i może uzyskiwać setki tysięcy „wpływów” miesięcznie. Aby podkreślić ten punkt, wyobraź sobie, że napisałeś książkę o porwaniach przez kosmitów i zdecydowałeś, że Internet jest medium promującym i sprzedającym tę książkę. Za

około tysiąc złotych możesz mieć stronę internetową z podstawowym układem i usiąść wygodnie i mieć nadzieję, że ludzie cię znajdą. Alternatywą jest wydanie kilku tysięcy dolarów i umieszczenie reklamy banerowej na uznanej stronie UFO - takiej, która ma do 70 000 „odwiedzin” lub wizyt dziennie. Reklama będzie kosztować dużo pieniędzy, ale ma do niej dostęp ogromna liczba osób, które już wykazały zainteresowanie tematem, o którym pisałeś. Internet to niesamowite narzędzie o nieograniczonych możliwościach. Podczas szybkiego surfowania w Internecie natknąłem się ostatnio na sklep z owocami i warzywami, który dostarcza swoje produkty do domu w całym mieście. Wysyłasz im swoje zamówienie, które jest dostarczane tego samego dnia. Mają wirtualny sklep spożywczy w sieci, a ty po prostu przeglądasz produkty i robisz zakupy za pomocą karty kredytowej. Byłem ostatnio na seminarium, kiedy gospodarz wyjaśnił, w jaki sposób jego amerykańska firma zakupiła papier firmowy i wizytówki od drukarni w Malezji przez Internet. Kiedyś kupowali swoje artykuły papiernicze w drukarni znajdującej się obok, ale okazało się, że zamówione towary z Malezji dotarły szybciej i były tańsze. Teraz konkurencją nie jest sklep przy drodze, ale wszystkie sklepy na całym świecie. Nie bój się Internetu – wykorzystaj go na swoją korzyść. Pamiętaj, aby we wszystkich materiałach promocyjnych i reklamach podać swój adres e-mail lub stronę internetową.

006. Dobry mundur zachwyca wszystkich

Ciekawym zjawiskiem jest ubieranie osoby w mundur - generalnie traktuje się ją z większym szacunkiem, bo wygląda na to, że ma jakąś formę autorytetu. To jeden z głównych powodów, dla których wojsko i policja ubierają się w mundury. Wyobraź sobie, że pilot linii lotniczej przechadzał się po kabinie w koszulce i szortach Disneylandu - ile pewności siebie wzbudziłoby to u pasażerów? Zaryzykowałbym zgadywanie i niewiele powiem. Właściwie, gdybym leciał tym konkretnym lotem, wyszedłbym za drzwi w sekundę. Jeśli Ty i Twoi pracownicy nie jesteście dobrze zaprezentowani w eleganckich i praktycznych mundurach, być może nie wysyłacie właściwej wiadomości do swoich klientów. Mundury bywają kosztowne, ale, podobnie jak większość narzędzi marketingowych, kupujesz je na miarę swojego budżetu. Być może możesz zacząć od dopasowanych koszul i plaketek z imionami, a skończywszy na spódnicach, spodniach i szortach. Dość często pracownicy są gotowi zapłacić część kosztów związanych z ich mundurami, ponieważ oszczędza im to problemu i wydatków związanych z ciągłym kupowaniem nowych ubrań do pracy. Jeszcze raz znajdź mundur firmowy, który Ci się podoba i sprawdź, czy możesz go zastosować w swojej firmie. Nawet bardzo małe firmy mogą mieć jednolitość - wielkość firmy nie ma znaczenia. Po utworzeniu munduru upewnij się, że wszyscy wiedzą, jak mają go nosić. Im lepiej prezentujesz się Ty i Twoi pracownicy, tym bardziej profesjonalna będzie Twoja firma. To wzbudzi zaufanie i bezpieczeństwo klientów, gdy korzystają z Twoich usług. Są sklepy, które specjalizują się w sprzedaży mundurów i akcesoriów. Nawet jeśli czujesz, że nie potrzebujesz mundurów lub nie możesz sobie na nie pozwolić, upewnij się, że Ty i Twoi pracownicy jesteście zawsze schludnie ubrani w czyste, wyprasowane ubrania.

007. Wykorzystaj w pełni opakowanie

Wiele firm dostarcza opakowania do swoich produktów. Może to być coś tak prostego, jak tania plastikowa torba, aż po ogromną drewnianą skrzynię. Opakowania to doskonała okazja do przekazania komunikatu firmowego potencjalnym klientom, którzy je widzą, jak również do odbiorcy otrzymującego paczkę. Jeśli i tak dostarczasz opakowanie, dlaczego nie wykorzystać go do zwiększenia sprzedaży. Wydrukuj hasło firmy na swoim papierze do pakowania, być może godziny handlu, propozycje prezentów, nowe produkty, informacje o zmianie adresu lub jakąkolwiek inną wiadomość, o której możesz pomyśleć. Innym prostym pomysłem, który jest bardzo rzadko stosowany, jest wsunięcie ulotki promocyjnej podczas pakowania przedmiotu. Jeśli dana osoba kupiła coś w Twojej firmie, istnieje duża szansa, że w przyszłości kupi coś innego lub może poleci Ci znajomemu. Księgarnie to jedna z nielicznych branż, która naprawdę wykorzystuje potencjał promocji w opakowaniach.

Większość z nich będzie zawierać ulotkę zawierającą oferty specjalne miesiąca, najnowsze wydania i publikacje o specjalnych zainteresowaniach, a także bezpłatną zakładkę promującą najnowsze wydanie. Słyszałem o pomysłe w Japonii, gdzie duże centrum handlowe w Tokio ma wydrukowaną mapę miasta na swoich torbach. Ludzie w całym mieście biegają po mieście, odnajdując drogę przez zgietk z tą szczegółową mapą, która oczywiście promuje również centrum jako najlepsze miejsce na zakupy w Tokio.

008. Nigdy nie lekceważ znaczenia wizytówki

Wizytówki są często uważane za zło konieczne, a nie fantastyczne narzędzie marketingowe. Potencjalni klienci wiele wywnioskowali z Twojego wyglądu i wizytówki. Podejmij wysiłek i wykorzystaj pełnię możliwości swojej wizytówki. Wizytówki są zwykle drukowane w arkuszach, co oznacza, że możesz mieć wiele różnych wiadomości lub nazw. Oczywiście używaj niektórych jako nazw, ale innych używaj jako mini broszur. Umieszczenie twoich usług na odwrocie wizytówki tylko nieznacznie zwiększa koszty produkcji, ale wzmacnia twoją kartę i czyni ją bardzo skutecznym narzędziem. Inną opcją jest „przyniesienie tej karty i otrzymanie następujących . . .” na Twojej wizytówce. Wygląda na to, że kawiarnie przyjęły ten pomysł na masowo, praktycznie w każdej kawiarni oferującej kartę kawową, w której płaci się za tyle kubków, a jedną dostajesz gratis. Wizytówka to Twój zapis postępów, który jest skreślany za każdym razem, gdy dokonujesz zakupu. Ta koncepcja dobrze sprawdza się w restauracjach, które oferują bezpłatny kieliszek wina do posiłku lub bezpłatny deser do kolacji. Oferta jest wydrukowana na odwrocie karty i aby ją zrealizować, klient musi okazać kartę podczas posiłku. Istnieje wiele firm, które mogłyby wykorzystać tę koncepcję, aby łatwo zwiększyć liczbę transakcji, które otrzymują zarówno od nowych, jak i obecnych klientów. Gdy już w pełni wykorzystasz swoje wizytówki, kolejnym ważnym krokiem jest ich dystrybucja wszędzie. Po raz kolejny różnica w cenie między wydrukiem wizytówek 2000 a 3000 jest niewielka – im więcej drukujesz, tym stają się one tańsze. Umieść je na tablicach ogłoszeniowych, w skrzynkach na listy, na stojaku na blacie, oddaj dostawcom, wyślij pocztą lub rozdaj na rogu ulicy. Ludzie zapisują wizytówki. Jeśli Twoja firma wygląda dobrze i zawiera więcej informacji o Twojej firmie niż tylko nazwę firmy, możesz się założyć, że ludzie będą się jej trzymać. Jednym ze sposobów zachęcenia ludzi do trzymania się Twojej wizytówki jest uczynienie z niej karty telefonicznej. Firmy, które specjalizują się w tworzeniu kart telefonicznych, często są bardziej niż chętne do zawarcia transakcji, w której kupujesz od nich określoną liczbę kart telefonicznych, a one drukują Twoją firmową wiadomość na froncie. Mogą nawet oferować kilka złotych na bezpłatne rozmowy w nadziei, że osoba otrzymująca kartę doładuje ją po wykorzystaniu początkowego kredytu. Wszelkie nietypowe pomysły na wizytówki będą generalnie dobre do przyciągnięcia uwagi. Widziałem kilka świetnych wizytówek muzycznych, wizytówek zapachowych a nawet świecących w ciemności wizytówek. Potraktuj drukowanie wizytówek jako okazję, a nie jako obowiązek. Baw się dobrze i spróbuj wymyślić niecodzienny pomysł, który sprawi, że ludzie usiądą i zwrócą uwagę na Twój biznes tylko dlatego, że opracowałeś niezwykłą wizytówkę.

009. Czy Twoja firma ma niezapomnianą nazwę?

Dobra nazwa firmy jest bardzo ważnym czynnikiem wyróżniającym się z tłumu. Jestem bardzo sfrustrowany, gdy widzę firmy o nazwach, które naprawdę nie mają dla mnie sensu. Czasami myślę, że ludzie starają się być zbyt sprytni, jeśli chodzi o nazywanie firmy. Jeśli masz milion dolarów na promocję swojego biznesu, nazwą można nasycić telewizję i gazety, aby edukować opinię publiczną. Jeśli masz ograniczony budżet marketingowy, Twoja nazwa staje się kolejnym narzędziem marketingowym, a nie zobowiązaniem marketingowym. Jak najbardziej wybierz imię, które jest inne i zabawne, ale spróbuj powiedzieć ludziom, co robisz. Każdy będzie chciał wyrazić swoją opinię, jeśli chodzi o wybór nazwy. Jak decydujesz, co jest dobrze, a co źle? Prawdopodobnie nie ma dobra ani zła, ale jest kilka punktów, które mogą zwiększyć skuteczność twojego imienia. Wypróbuj niektóre z nich:

1. Postaraj się zawrzeć w swoim imieniu to, co robi Twoja firma. Nieruchomości
2. Możesz podać swoje imię i nazwisko, aby nadać firmie bardziej osobisty charakter. Nieruchomości Roberta
3. Uwzględnij swoją lokalizację, jeśli planujesz skoncentrować się na jednym obszarze. Posłki Nieruchomości Roberta
4. Jeśli specjalizujesz się, spróbuj umieścić to również w swoim imieniu. Polskie Nieruchomości Mieszkalne Rogera

Kiedyś nasza nazwa firmy brzmiała „Polish Business and Marketing Solutions”. Ludzie zasnęli w połowie. Stało się na „Marketing Solutions”, co nam odpowiadało, ponieważ w dość prosty sposób mówiło o tym, co robimy. W miarę rozwoju naszej firmy i podejmowania coraz większej liczby prac korporacyjnych i rządowych zmieniliśmy nazwę naszej firmy na „The Marketing Professionals”, aby odzwierciedlić nowy wizerunek i poziom profesjonalizmu, do którego dążyliśmy. Chodzi o to, że nazwy firm mogą się zmieniać i to nie koniec świata. Chociaż nie jestem zwolennikiem zmiany nazwy raz w tygodniu, uważam, że jeśli masz kiepską nazwę firmy, która jest myląca, powinieneś ją zmienić. Nazwy firm ewoluują, a to, co nazywano Cię pięć lat temu, może nie mieć już znaczenia dla tego, co robisz dzisiaj. Często się śmieję, gdy przypominam sobie, jak natknęłam się na piekarnię w środku Ameryki, która nazywała się coś w stylu Randy's Auto Repairs. Wydało mi się to intrygujące, więc musiałem wejść do środka i zapytać dlaczego. Randy powiedział mi, że był kiepskim mechanikiem, ale świetnym cukiernikiem. Z biegiem lat ludzie przestali przychodzić do niego po prace mechaniczne i zaczęli przychodzić po jego ciasta brzoskwińowe (które były po prostu rewelacyjne, dodam), więc postanowił zrobić to, co robił najlepiej. Zdecyduj, jaki rodzaj wiadomości chcesz przekazać swoim klientom, a następnie wybierz nazwę pasującą do tego wizerunku. Nie bój się zmienić nazwy swojej firmy, jeśli zmienił się cel pracy, którą oferujesz lub produkty, które produkujesz.