

070. Zaoferuj 100% gwarancję zwrotu pieniędzy

Jest to główny punkt sprzedaży, którego większość firm boi się oferować, ponieważ mają wizję setek klientów, którzy wracają i proszą o zwrot pieniędzy. Oferowanie 100% gwarancji zwrotu pieniędzy oznacza, że tak bardzo wierzysz w swój produkt, że jeśli klient nie będzie zadowolony, z przyjemnością oddasz mu pieniądze. Kto nie byłby zadowolony z tego typu oferty? Pomaga zmniejszyć presję i ryzyko związane z zakupem. Kupując produkt wiesz, że jeśli nie jest to dokładnie to, czego chciałeś, możesz go oddać i otrzymać zwrot pieniędzy. Badania pokazują, że odsetek osób zwracających produkty jest bardzo mały i w większości przypadków powód zwrotu jest bardzo uzasadniony. Zaoferuj bezwarunkową gwarancję w swoim biznesie, a zobaczysz rezultaty. Wykorzystaj hasło w swojej reklamie i na ulotkach i, co najważniejsze, uwierz w swój produkt na tyle, aby zaoferować tego rodzaju gwarancję. Pamiętaj też, że jeśli ktoś wróci do Ciebie po zwrot pieniędzy, przekaz go z radością bez zamieszania, a prawdopodobnie sprawisz, że klient będzie wracał. Ogólnie rzecz biorąc, reklamacje klientów są traktowane bardzo słabo. Zobacz, jak większość dużych domów towarowych obsługuje zwroty od klientów - towary są wymieniane lub zwroty są wydawane w dniu na miejscu, bez pytań i bez wyjątków, a klienci wracają. Rozumieją, że jeśli dobrze rozpatrzysz reklamację, klienci będą nadal korzystać z Twojej firmy. Większość mniejszych firm przyjmuje skargi osobiście. Pozbądź się tego - wszyscy popełniamy błędy, ale zwycięzcy uczą się, jak sobie z nimi radzić szybko, sprawnie i grzecznie i pamiętają, że klient ma zawsze rację. Jeśli ktoś ma uczciwą skargę i chce zwrotu pieniędzy, nie kłóć się z nim, zwróć mu zwrot i przejdź dalej.

071. Stań za organizacjami, które wspierają społeczność

Bycie aktywnym członkiem społeczności może tylko pomóc Twojej firmie. Większość ludzi sukcesu, których znam, chętnie poświęca swój czas i wiedzę na pomaganie innym i całej społeczności. Robienie tego ma swój uboczny aspekt, a mianowicie, że ludzie z kolei będą cię wspierać. Większość organizacji społecznych tworzą liderzy biznesu w społeczności. To doskonała okazja do poznania bardzo wpływowych decydentów. Nie sugeruję dołączania do organizacji społecznych po prostu po to, by zdobyć więcej interesów. Mówię, że jeśli dołączysz do organizacji społecznej i podasz rękę, twoja nagroda przyjdzie w formie biznesu. Istnieje wiele projektów społecznych bez budżetu, które wymagają pomocy. Być może Twój wkład może pomóc projektowi stać się rzeczywistością, co sprawi, że poczujesz się dobrze ze sobą i pomożesz innym, którzy mają mniej szczęścia. Podobnie jak w przypadku wszystkich działań o pozytywnym nastawieniu, upewnij się, że twoja motywacja jest odpowiednia, a nie nagroda finansowa. Dla niektórych przedsiębiorców jest to prawdopodobnie trochę nie do przyjęcia. Jednak mocno wierzę, że dobre uczynki są nagradzane. Nazwij to karmą, nazwij to boską interwencją, nazwij to jak chcesz, ale z mojego doświadczenia wynika, że ci ludzie, którzy postępują właściwie, mają dobrą etykę biznesową, są uczciwi i mili, wydają się mieć udane interesy. Nie potrafię wyjaśnić, dlaczego ani jak, mogę tylko powiedzieć, że jest to spostrzeżenie, które poczyniłem - ci ludzie, którzy siedzą za ladą z twarzą jak suszona śliwka i złym nastawieniem, zazwyczaj mają cierpiące interesy. Podejmij wysiłek, od czasu do czasu zrób kilka miłych rzeczy dla ludzi. Najgorsze, co może się zdarzyć, to rozwój Twojej firmy. Znam kilka firm, które są zawsze tam, kiedy pali się dom, aby dać ofiarom darmową telewizję, nową lodówkę, wakacje lub komputer – robię zakupy w tych firmach, ponieważ uważam, że ludzie, którzy je prowadzą, są hojni. Jedna kwestia - jeśli chcesz być miły i hojny, zrób to szczerze, nie tylko jako chwyt marketingowy. Ludzie ufają prawdziwym ludziom. Jeśli Twoi klienci są świadomi Twojego wkładu w społeczność, tylko zwiększy to wiarę i zaufanie, jakie mają, gdy odwiedzają Twoją firmę.

072. Nie lekceważ inteligencji swoich klientów

Jest to błąd, który regularnie popełniają niektóre firmy. Zwykle zakładają, że ich klienci są głupi. Myślę, że to bardzo niebezpieczne założenie. W końcu wszyscy jesteśmy konsumentami i nie wiem jak wy, ale na pewno nie czuję się głupio. Niektórzy przedsiębiorcy mają poczucie, że mogą powiedzieć wszystko lub złożyć jakąkolwiek ofertę, a ich klienci przybiegną do drzwi. Mogło tak być kilka lat temu, ale teraz konkurencja rośnie tak dramatycznie, że konsumenci mają przewagę. Ludzie spędzają dużo czasu na zakupach i ogólnie kupowaniu rzeczy. Wiedzą, że niektóre sklepy mają regularne wyprzedaże, a niektóre miejsca są droższe od innych. Wiedzą również, że jeśli nie dostaną tego, czego chcą od jednej konkretnej firmy, mogą wziąć swoją kartę kredytową i udać się gdzie indziej. Uważam, że klienci powinni być tacy sami jak Ty. Jak lubisz być traktowany? Jakiego rodzaju zniżki szukasz podczas polowania na okazje? Jak chcesz być traktowany, jeśli masz skargę? Jednym z najlepszych sposobów na zdenerwowanie klienta jest sprzedanie mu czegoś po pełnej cenie na dzień przed wyprzedażą 30 procent w całym sklepie. Wszyscy tego doświadczyliśmy i nie wiem jak wy, ale uważam to za bardzo frustrujące. Jeśli okaże się, że Twoja firma wypracowała niemal cyniczne podejście do klientów, którzy płacą Twoje rachunki, być może nadszedł czas, aby przemyśleć filozofię Twojego biznesu. Nawet jeśli masz odpowiednie nastawienie, upewnij się, że pracownicy doceniają zarówno inteligencję, jak i znaczenie Twoich klientów.

073. Wspieraj lokalny zespół - niewielki koszt za świetną ekspozycję

Każda większa drużyna sportowa na świecie ma co najmniej jedną wielką korporację, która je sponsoruje. Po raz kolejny sprowadźmy to do mniejszego, bardziej przystępnego poziomu i spójrzmy na sponsorowanie lokalnego zespołu. Kiedy przechodzisz do drużyn dziecięcych, sponsorowanie zwykle oznacza zapewnienie drużynie koszulek i być może sprzętu sportowego. To nie jest drogie ćwiczenie. Pomyśl o ekspozycji, jaką otrzyma Twoja firma – najpierw członkowie zespołu i ich najbliższe rodziny oraz zwolennicy będą bardziej przychylnie patrzeć na Twój biznes, a następnie członkowie lokalnej społeczności być może przeczytają fragmenty o Twoim zespole w gazecie lub zobaczą je w telewizji. Za każdym razem, gdy grają w grę, Twoja firma zostaje wyeksponowana. Często drużyny sportowe przyjmują nazwę głównego sponsora i ta sama zasada może być wykorzystana do sponsorowania Twojej firmy. Kolejną korzyścią takiego sponsoringu jest to, że oddajesz coś społeczności, w której mieszkasz i pracujesz, i to jest dobra rzecz. Wszystko to za kilkaset złotych. Dla mnie to okazja. Rozwinięciem tej idei jest oznakowanie na terenach lokalnych parków sportowych. Podejdź do każdego obiektu sportowego i zapytaj o oznakowanie. Może to być niedrogie i jeśli masz dobrego autora szyldów, który wymyśli szyld, efekt może być bardzo profesjonalny. Zaobserwowałem przykład, jak to może działać na niedawno otwartym torze gokartowym. Ten sport ma duży świat fanów, a międzynarodowe wydarzenia mogą gościć tysiące ludzi. Oznakowanie było dostępne na lokalnym torze za 200 złotych rocznie. Musiałbyś zgodzić się, że jest to tania forma marketingu, zwłaszcza w przypadku ekspozycji międzynarodowej. Kluby i obiekty sportowe zazwyczaj bardzo chętnie rozmawiają o oznakowaniu, ponieważ jest to sposób na uzyskanie dodatkowego dochodu bez ponoszenia realnych kosztów. Pamiętaj, że jest to doskonały sposób na dotarcie do osób żyjących w Twojej społeczności.

074. Skanuj gazetę w poszukiwaniu okazji do dobrej woli

Codziennie czytamy w gazecie pechowe historie lub słyszymy je w radiu lub wieczornych wiadomościach o ludziach chorych, rodzinie w kryzysie, kryzysie biznesowym, spalonym domu, ofiarach przestępstw i tak dalej. Te historie są często bardzo smutne i najbardziej wzruszające. Skutecznym sposobem na zrobienie czegoś dobrego i otrzymanie darmowej reklamy jest oferowanie pomocy ludziom w niefortunnych sytuacjach w dowolny sposób, w jaki może to zrobić Twoja firma. Niedawno na pierwszej stronie gazety pojawiła się szokująca historia o psie. Ten pies został porzucony i pozostawiony przywiązany do szopy na tygodnie. To była dosłownie tylko skóra i kości. Nie mogłem

patrzeć na zdjęcie, nie czując się chorym. RSPCA uznało, że pies będzie musiał zostać dość szybko uśpiony, ponieważ był bardzo chory. Następnego dnia lokalny weterynarz zadzwonił do RSPCA i adoptował psa. Zamierzał zrobić wszystko, co w jego mocy, aby pomóc temu zwierzęciu przetrwać i zrobić. Co tydzień gazeta publikowała artykuł pokazujący postępy psa, co było niczym innym jak cudem. Klinika weterynaryjna była zalana pieniędzmi, kartami, faksami, telefonami i listami zachęcającymi do ich czynu. Zamiast przyjmować prezenty, poprosili ludzi o przesłanie darowizny na RSPCA. Pies wyzdrowiał i po raz kolejny wszyscy wygrywają. Myślę, że ten weterynarz zasługuje na bardzo udaną praktykę i jestem pewien, że tak jest.