

## Száz gerillamarketing-tipp

1. **Név:** Milliósámra léteznek jó és rossz cégnevek. Győződjön meg róla, hogy a jók közül választott. Fontos, hogy az emberek ki tudják ejteni, egyéni legyen, de ne megtévesztő.
2. **Rés a piacon:** A divatos szavak kedvelői *pozicionálásnak* nevezik a piac azon szegmensének megkeresését, amelyet a vállalkozó teljes mértékben el szeretne foglalni.
3. **Szín:** Könnyebben felismerhetővé válik, s így piaci pozícióit javíthatja, ha vállalkozása megjelenítését egy színnel kapcsolja össze. A kiválasztott színt számos marketinges eszközzel megjelenítheti.
4. **Identitás:** Hamis image helyett valódi identitás jelenítse meg a cég profilját a teljes marketingtevékenység során. Győződjön meg arról, hogy reális képet tud nyújtani önmagáról.
5. **Logó:** Nevezhetjük *cégjelzésnek* vagy *emblémának* is, nem az elnevezés a fontos. A lényeg, hogy inkább vizuális, mint verbális jellegű legyen, mert a grafikus ábrázolás a vállalkozás egyik igen legfontosabb megjelenítője. Bölcs dolog rendelkezni egy jó logóval.
6. **Szlogen:** Írjon néhány egészen rövid kijelentő mondatot, ami összefoglalja, miért érdemes másokkal szemben az Ön cégét választani. Válasszon olyan szlogent, amivel akár hosszú ideig is együtt tud élni. Minél tovább kitart egy szlogent mellett, annál jobb.
7. **Csomagolás:** Csomagolás vesz körül minden eladásra váró terméket. Csomagolásnak számít az iroda, ahol a szolgáltatást nyújtják, a cégautó, az eladók csapata vagy éppen Ön is. Az a mód, ahogyan áruját vagy szolgáltatását becsomagolja, vonzó vagy éppen taszító hatást gyakorolhat jelenlegi és leendő ügyfeleire.
8. **Méret:** Cége nagysága többeket is befolyásol akkor, amikor eldöntik, vásároljanak-e Önnél. A nagy nem feltétlenül azonos

a jóval, ahogy a kicsi sem. Ez is, az is lehet jó vagy rossz. Képes Ön a nagy és a kicsi előnyeit egyszerre egyesíteni?

9. **Dekoráció, enteriőr:** Az érdeklődők és az ügyfelek a bolt, az iroda vagy a műhely megjelenése alapján alakítják ki véleményüket. Fontos tehát, hogy a valóságnak megfelelő legyen a külső kép.
10. **Ruházat:** Ön és alkalmazottai reprezentálják a vállalkozást. Az ügyfelekben kialakuló képet meghatározza, hogy Önök milyen ruhát viselnek munka közben.
11. **Árképzés:** A konkurenciát figyelembe véve döntse el, melyik árkategóriában kíván dolgozni (magas, közepes vagy alacsony). A fogyasztók tizennégy százaléka állítja, hogy az ár döntő tényező a vásárlásról hozott döntés során.
12. **Névjegy:** A gerillák névjegye nem csak nevet, címet és telefonszámot tartalmaz. Tüntesse fel, milyen előnyökkel jár Önnel üzletet kötni, sőt változtassa át névjegykártyáját egy kisméretű információs lappá.
13. **Levélpapír:** A levélpapír megjelenése és arculata rendkívüli marketingeszköz. Akár milliók is találkozhatnak vele, például ha a direkt marketing módszereit alkalmazza.
14. **Formanyomtatványok/számlák:** Ne tekintse egyszerű formanyomtatványoknak a megrendeléseket és a számlákat, hiszen e dokumentumok is alkalmat nyújtanak arra, hogy további ajánlatokat rejtessen el bennük a vevő számára, és megerősítse a kapcsolatot kettejük között.
15. **Belső plakátok:** Ösztönzik a spontán vásárlást, mintegy csendes eladóként működnek közre az Ön érdekében, miközben felhívják a figyelmet a kínálatra – mindent egy időben, megfizethető áron.
16. **Külső plakátok:** Az üzlet közelében vagy akár távolabb elhelyezett plakátok hatékonyan hívhatják fel a figyelmet a vállalkozására, és elvezetik az embereket az Ön által kínált termékhez, szolgáltatáshoz.