

Régi vevő, új üzlet

Patrick McDonnell egy jachtokat áruló gerilla San Diegóban. Évekig egy csomag 8×12 cm-es indexkártyát hordott a zsebében. Minden vevőjének a következőt mondta: „Csak feljegyzek egy pár dolgot, hogy következő beszélgetésünkkor ezt a hajót ugyanezen vagy alacsonyabb áron ajánlhasam. Rendben?” Ezzel felírja a típust, az árat, a szériaszámot és minden egyéb idevágó adatot. Felírja még az érdeklődő teljes nevét, címét és telefonszámát is.

Még mindig vezet egy dossziét azokról, akikkel valaha beszélt és egy másikat minden ajánlott hajóról. Aztán, ha a tulajdonos csökkenti az árat, felhív mindenkit, aki már megnézte az adott hajót vagy egy hasonló típust, és elhívja őket a kikötőbe egy újabb megtekintésre. Tíz esetből nyolcan csak a „nézelődés” fázisában vannak, de az újabb megtekintés vagy a kedvező ár kötést eredményezhet.

Ez az ügynök jól ismeri a gerillák marketingbölcességét, miszerint *az új üzleti lehetőségek legjobb forrása a régi vevők tábora*. Például, ha valami különlegesen gyönyörű hajó kerül a kezébe – tudván, hogy a hajósok könnyen beadják a derekukat, ha valami egyedülálló különlegességről van szó –, felhív valakit, aki már vett tőle az elmúlt hét évben.

Egyszer, amikor ügynöksége nagyobb szállítmányt kapott kisméretű vitorlás hajókból, az iratok között kotorászva sorra húzta ki az elmúlt tizenhárom év rendeléseinek lefűzött másolatait. „Nem fog hinni a fülének!” – mondta a telefonba, miközben az új Catalinák előnyeit ecsetelte. A régi vevői közül sokan adták fel a régi hajójukat a jobb minőségért és a megbízhatóbb felszerelésért. Az eredmény: több mint százat eladott a Catalinából. Kétfélmillió dollár tíz hónap alatt! Nem rossz!

Olyanokkal is foglalkozik, akik motorcsónakot szeretnének. Nekik a parttal összeköttetést biztosító rádiót, mélységmérőt és sebességmérőt ajánl, ingyen. Ez a megközelítési mód emlékeztetessé teszi, és újabb ajánlásokon alapuló üzletek születnek belőle.

Elégé lehangoló hatással van a cég többi üzletkötőjére, hogy míg ők a következő lehetőségre várva ácsorognak, egymás után három-négy vevő is felbukkan, név szerint Patrickot keresve. Az ugyanazokkal a típusokkal foglalkozó San Diego-i jachtügynökök közül ez – a gerilla – a legjobb. Ő egymaga olyan forgalmat bonyolít, mint a másik tíz ügynök együttléve.

Lehetséges vevőkre vonatkozó információk – szokatlan forrásokból

A helyi könyvtárban tett látogatás hasznosan eltöltött idő. Nézd végig az általad megcélzott ágazat kereskedelmi szaklapjait! Olvasd el a hirdetéseket! Keresd az úttörőkről és újítókról szóló cikkeket! Aztán lapozd át az olyan címjegyzékeket, mint amilyen a Dun & Bradstreet *Million Dollar Directory* (Millió dollárt érő címjegyzék) vagy a *MacRae's Blue Book* (MacRae kék könyve). Ezek olyan fontos információkat tartalmaznak, mint például a cégek neve, címe egy adott környéken. Azt is megtudod, hogy vajon az a központi, regionális vagy a fiókiroda-e. Megtalálod a beszerzéssel foglalkozó ügynök, a termelési igazgató és más kulcsemberek nevét. Akár a cég hitelbesorolását is megtudhatod. Nem vall hatalmas intelligenciára, ha egy 80 000 dolláros üzletet akarsz megkötni, és rá kell jönnöd, hogy nehezen juthatsz a pénzedhez, mivel a másik fél a B-4-es osztályba tartozik. A gerillák megspórolják maguknak a telefon költségeit, mivel még a hívás előtt felméri a lehetséges üzletfelet.

Az így beszerzett információkkal már megkeresheted őket, és kérheted a tájékoztatójukat, katalógusukat vagy éves jelentésüket. Hogy jól informáltak legyenek az egész területre vonatkozóan, a gerillák más hasonló cégeket is figyelemmel kísérnek, *különösen a lehetséges üzletfelek versenytársait*. Mielőtt betörnek egy új piacra, több hónapra visszamenően átlapozzák az iparágra vonatkozó folyóiratokat, így megismerik az éppen aktuális trendeket, és felcsípi az iparágra jellemző szakzsargont. Elképesztő, hogy egy-két rövidítést bedobva mennyire bennfentesnek tűnhetünk.

Nézz bele például az *R. L. Polk City Directory* c. könyvbe (R. L. városi címjegyzék). Négy részből áll. A fehér rész betűrendbe szedve tartalmaz minden háztartást és vállalkozást. Egy lapszéli „H” jelzi, hogy az illető háztulajdonos, egy csillag pedig azt, hogy az adott évben először megjelent információról van szó. A sárga rész vállalkozásokat tartalmaz, profiljuk szerint csoportosítva őket, mint egy telefonkönyvben. A zöld rész felsorol minden lakóházat és épületet, az utca nevével és a házszámmal; a kék oldalakon a telefonszámok találhatóak, numerikus sorrendben.

Ilyen információforrásból a gerillánk akár kiderítheti annak a családnak a nevét is, amelyik a rózsakertes házban lakik, vagy adatokat szerezhet a környék legtöbb embert foglalkoztató cégeiről.