CHECKLIST · 10 MINÚT

15 miest, kde marketing stráca peniaze

Rovnaké otázky používam pri audite. Kliknutím zaškrtnite, čo už máte vyriešené. Čo ostane prázdne, je váš zoznam úloh. Súbor potom uložte (Cmd+S / Ctrl+S).

Meno / firma:

01 Smer

Ľudia vedia za 5 sekúnd, čo robíte a pre koho.

- [ ] **Viete pomenovať jedného ideálneho zákazníka (odvetvie, veľkosť, problém), nie „všetkých“.**
  → Najprv zúžte. Napíšte 3 posledných najlepších zákazníkov a hľadajte, čo majú spoločné.
- [ ] **Na webe je hneď hore jedna veta: čo robíte, pre koho a aký výsledok.**
  → Prepíšte nadpis do vzorca: „Pomáham [komu] dosiahnuť [výsledok] bez [bolesti].“
- [ ] **Máte cieľ na 90 dní v číslach (dopyty, obrat), nie „viac povedomia“.**
  → Zvoľte jedno číslo, ktoré platí faktúry, a každý týždeň ho sledujte.

02 Noví zákazníci

Reklama a obsah privádzajú správnych ľudí.

- [ ] **Viete, koľko vás stojí jeden dopyt (CPL) z každého kanála.**
  → Bez merania nechávate peniaze tam, kde nefungujú. Zapnite meranie konverzií skôr, ako zvýšite rozpočet.
- [ ] **Reklamy aspoň raz za mesiac dostávajú nové vizuály a texty.**
  → Únava reklamy zdvíha CPL. Testujte 3 nové kreatívy mesačne a vypínajte najhoršiu.
- [ ] **Každá reklama vedie na stránku s rovnakou ponukou, nie na úvodnú stránku.**
  → Jedna reklama, jedna stránka, jedno tlačidlo. Konverzia býva 2 až 3-krát vyššia.

03 Predaj

Z dopytu je zákazník.

- [ ] **Na nový dopyt odpovedáte do 1 hodiny v pracovnom čase.**
  → Kto odpovie prvý, často vyhrá. Nastavte okamžitú automatickú odpoveď s ďalším krokom.
- [ ] **Každý dopyt má zapísaný stav a ďalší krok (CRM alebo aspoň tabuľka).**
  → Dopyty bez ďalšieho kroku vychladnú. Zaveďte 4 stavy: nový, v riešení, ponuka, uzavretý.

☐ **Po odoslaní ponuky sa ozvete aspoň 2-krát, kým dostanete odpoveď.**
→ Väčšina obchodov sa uzavrie až po follow-upe. Pripravte si 2 šablóny a termíny v kalendári.

04 Verní zákazníci

Zákazník kúpi znova a odporučí vás.

☐ **Existujúcim zákazníkom sa ozývate aspoň raz za štvrťrok s niečím užitočným.**
→ Predať existujúcemu zákazníkovi je oveľa lacnejšie ako získať nového. Pošlite tip, novinku alebo ponuku.

☐ **O recenziu alebo odporúčanie žiadate po každej úspešnej spolupráci.**
→ Spokojní zákazníci odporúčajú, keď ich o to požiadate. Pridajte jednu otázku do záverečného e-mailu.

☐ **Na webe máte konkrétne výsledky klientov (čísla, mená, logá).**
→ Ľudia veria číslam a menám. Jedna prípadová štúdia s číslom predá viac ako 10 prídavných mien.

05 Čísla a systémy

Viete, čo funguje, a nerobíte všetko ručne.

☐ **Raz za mesiac vidíte na jednej strane: návštevy, dopyty, obchody a tržby podľa zdroja.**
→ Jeden jednoduchý report stačí. Kanál bez výsledku po 3 mesiacoch vypnite alebo zmeňte.

☐ **Na webe funguje meranie (GA4, pixel) a viete, odkiaľ prišiel každý dopyt.**
→ Pridajte UTM parametre ku všetkým odkazom a zdroj ukladajte k dopytu.

☐ **Opakované úlohy (odpovede, pripomienky, reporty) bežia automaticky.**
→ Každá úloha, ktorú robíte viac ako 3-krát týždenne, je kandidát na automatizáciu.

Počet zaškrtnutých: ☐ / 15

0 – 6	Marketing stráca veľa peňazí. Prázdne políčka sú najrýchlejšia cesta k lacnejším zákazníkom.
7 – 11	Základ máte, niekoľko únikov stojí za opravu. Začnite oblasťou s najviac prázdnymi políčkami.
12 – 15	Výborne. Teraz ide o škálovanie toho, čo funguje.

Chcete výsledok vyhodnotiť a uložiť? Vyplňte checklist online, vyhodnotenie vám príde e-mailom:
tabacekconsulting.com/checklist.html

Chcete, aby som ho prešiel s vami? Bezplatný 20-minútový hovor:
tabacekconsulting.com/#kontakt · bluebauu@gmail.com

Dominik Tabaček · Chartered Marketer · Fractional CMO