

5 ♣



1328473
1103

5 ♣

כלל ה - 15/50

"אני עובד 26 שנה בהנקל, ועדיין לומד דברים חדשים מאינטראקציות עם צרכנים בסביבה הטבעית שלהם, בין אם ליד מכונת כביסה דיגיטאלית ובין אם בנהר שזורם בלב כפר ניידה. אני לא מדבר על קבוצות מיקוד: אנחנו ממש מנקים איתם. חשוב לי לחוש את התחושה של הסבון על נפות הידיים."
אלן באונס. סמנכ"ל בכיר. הנקל

כל הפתרונות, ההברקות והסודות לפיצוח קסם השייווק נמצאים בנקודה כלשהי בין הלב לבין המוח של הלקוחות. לא במשרד, לא במחשב ולא בדוחות המחקר. תשאלו את הווארד שולץ, המייסד והמנכ"ל של רשת *Starbucks*. הוא יכול להרשות לעצמו לשלוח אחרים למשימה אבל הוא מתעקש לבקר ב 25 סניפים לפחות ... מידי שבוע! הוא עשיר. זמנו יקר. אבל הוא יודע שמכל אנשי החברה רק הוא יכול בסופו של יום לענות במדויק על השאלה למה הם באים ל- *Starbucks* ומה הם קונים ממנה.

15% מזמנכם חייב להיות מוקדש ללקוחות. בקרו אצל הלקוחות. בקרו בנקודת המכירה. בלי פמליה. בלי תיאום. בלי טקסים. פשוט תבואו להתבונן, להקשיב, לראות את המכלול, לצלם, לחוש ולהרגיש. את הרשמים כתבו כסיפור קצר. כגלויה. לעולם לא כדו"ח פורמאלי.

50% מהזמן מומלץ לבלות עם "זרים": ספקים, מפיצים ומתחרים. בחצי שעה של ארוחת צהריים או כוס קפה עם אחד מהזרים הללו תוכלו לקבל יותר השראה, ידע וכיווני פעולה מאשר חמש שעות של ישיבות צוות מיגעות במשרד.