

Model SaaS

na lekcji przedsiębiorczości

Notatka dla nauczyciela



Przygotowując uczniów do wejścia na rynek jako konsument lub przedsiębiorca należy zwrócić szczególną uwagę na ewolucję procesu zakupowego.

Przejmowanie tego procesu przez klientów powoduje, że każdy kto chce kupić produkt lub usługę chce samodzielnie się edukować. Jest to wyzwanie dla sprzedaży ponieważ wymaga lepszej znajomości własnego produktu czy usługi. Hipotetycznie, jeśli kupujemy telewizor i udajemy się do supermarketu z elektroniką to o technologiach wiemy bardzo dużo. Czasem więcej niż sprzedawca.

Kiedy ostatnim razem zapytałeś kogoś o drogę? Albo chciałeś się poradzić gdzie znajdziesz serwis AGD? A może zdarza Ci się umawiać do fryzjera przez 3 dni bo każdorazowo ktoś nie podnosi słuchawki?

Digitalizacja powoduje, że co raz więcej usług jest dostępnych w formie online a te, które się nie dostosują skazane są na wyginięcie. Aby zaadaptować się do wymogów rynkowych czyli zmieniających się potrzeb konsumentów i form komunikacji należy nie tylko dostosować firmę, ale też zainwestować w edukację pracowników.

Każdy element ścieżki zakupowej – od poszukiwań do zrealizowania zakupu i płatności należy zaprojektować nawet w najmniejszym szczególe. Sprawna obsługa klienta na pewno zaowocuje w pozytywne opinie i rekomendacje.

Działania, które należy podjąć to: marketing (aby nas znaleziono), sprzedaż (aby obsłużyć zapytania), obsługa klienta (by móc je zrealizować). W zależności od profilu firmy mogą one wymagać większych lub mniejszych nakładów finansowych i zasobów (pracowników którzy się na tym znają). Nie zawsze jest to opłacalne, stąd niekiedy część tych usług za opłatą przejmowana jest przez zewnętrzną agencję marketingową lub serwis który specjalizuje się w pośredniczeniu pomiędzy klientem końcowym a dostawcą danej usług lub produktu.

Aby rozwiązać ten problem, w każdej branży działają podmioty które dostarczają gotowe rozwiązania. Systemy rezerwacyjne, automatyzacja reklam, kreatory stron www, które podpowiadają jak ją pozycjonować. Współdzielone kalendarze online, systemy do zbierania zapytań i automatycznego zbierania połączeń telefonicznych. Platformy z wizytówkami firm i możliwością rezerwacji online. Systemy płatności online.

Dzięki nim nie trzeba tworzyć takich narzędzi samodzielnie, lecz można kupić wymagane przez nas elementy, które uatrakcyjnią dla klienta korzystanie z naszej usługi.