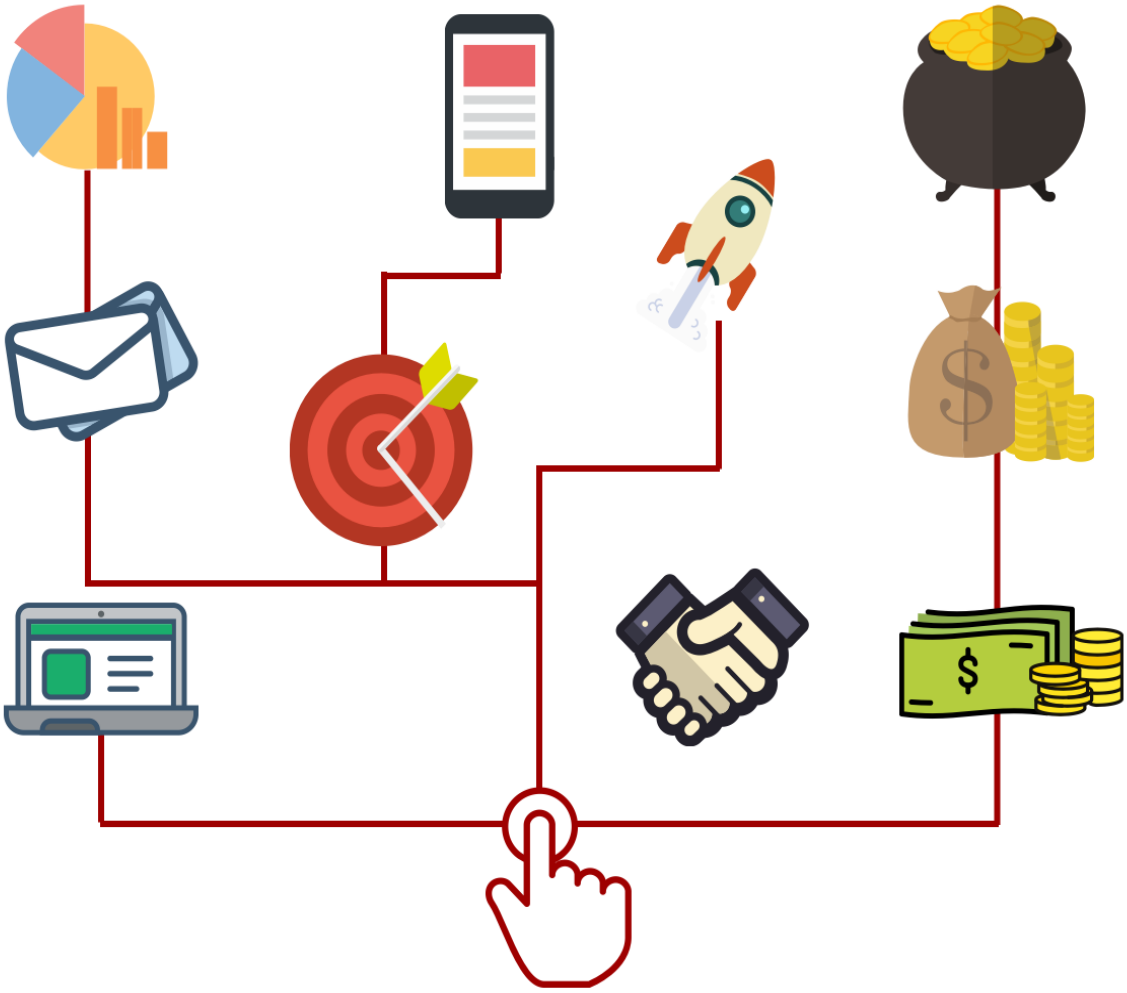
Bartek Popiel

JEDEN RUCH
DZIĘKI KTÓREMU
ZWIĘKSZYSZ SWOJE ZYSKI
I POZYSKASZ LOJALNOŚĆ KLIENTÓW



LICZY SIĘ WYNIK.PL

Dzień dobry moi drodzy!

Witam Was bardzo serdecznie w kolejnym materiale! Dzisiaj porozmawiamy na temat tego, w jaki sposób poukładać strategię dla Twojego biznesu. I nieważne jest, czy prowadzisz mały biznes, czy jest on już trochę większy, czy pracujesz jeszcze samodzielnie, czy może masz już jakiś zespół, czy dopiero go budujesz.

Wierz mi, że strategia to cholernie istotna rzecz.

To dopiero z niej powinien wychodzić marketing,

to z niej powinna wychodzić sprzedaż.

Jeżeli nie zadbasz o strategię i nie poukładasz tego wszystkiego na samym starcie, to niestety jest bardzo duże prawdopodobieństwo, że firma może Ci się po prostu w pewnym momencie… wywrócić.

O czym więc konkretnie będzie dzisiejszy materiał?

O czymś, w czym drzemie naprawdę niesamowity potencjał. To coś, nad czym my również będziemy pracować w niedalekiej przyszłości. **Abonamenty.**

Jak wprowadzić model abonamentowy do swojej firmy?

Podam Ci różnego rodzaju przykłady. Zaczerpnę je z różnych branż i różnych firm. Chcę, byś przekonał się, że możliwość adaptacyjnego takiego modelu są ograniczone jedynie Twoją wyobraźnią i umiejętnością niesztampowego myślenia.

Co można zrobić jako serwisy internetowe? Co można prowadząc firmę usługową?

Przecież nikt nie mówi, że cały biznes musi być oparty o abonamenty. Może jakaś część tego biznesu może być poukładana w modelu abonamentowym?

Oto dzisiejszy temat.

Jeżeli już na samym początku myślisz: *Nie, nie, u mnie na pewno by się tego nie dało zrobić*, to uspokajam: najprawdopodobniej się mylisz.

Zaraz zobaczysz, że istnieją już dziwne biznesy, które stosują model abonamentowy. Mam nadzieję, że te przykłady przekonają Cię do tego, że warto iść w taką stronę.

Ale zanim przejdziemy do części merytorycznej, to mam dla Ciebie pytanie:

Czy zrobiłeś ćwiczenie, o które prosiłem Cię ostatnio?

Czy przeanalizowałeś płótno strategiczne dla swojej firmy?

Jeżeli nie, to zatrzymaj się teraz, wróć do poprzedniego materiału (by to zrobić, **KLIKNIJ TUTAJ**) i zrób analizę, o którą Cię prosiłem.

Dostałeś od nas arkusz, dostarczyłem Ci trochę przykładów. Mam więc nadzieję, że naprawdę się do tematu przyłożyłeś. Jeżeli nie - to wierz mi, warto nadrobić zaległości. Inaczej będziesz tylko konsumentem treści - oglądał lub czytał tekst, a ćwiczenia… omijał. Tymczasem to te **ćwiczenia są czymś, co Cię sprawdza, na ile Ty rzeczywiście chcesz poprawić swój biznes.**

Jeżeli więc Ci zależy, żeby mieć biznes, a nie klatkę, która Cię dusi, jeżeli chcesz mieć biznes, który jest odporny na kryzysy, recesje, spowolnienia gospodarcze…

Jeżeli chcesz naprawdę zarabiać konkretne pieniądze – to zrób to ćwiczenie.

Ja wiem, że to jest za darmo, a jak ludzie dostają coś za darmo, to po prostu tego nie szanują. Chcę, żebyś Ty potraktował to inaczej.

Wyobraź sobie, że musiałeś za to zapłacić 100zł, 1000zł lub 10000zł.

Poczuj się tak, jakbyś przelał mi te pieniądze na konto, a ja Ci dałem do wykonania to ćwiczenie.

Pewnie nieco zmieni się Twoja perspektywa ☺

Przechodząc do meritum…

Skupię się na znalezieniu wyczerpującej odpowiedzi na poniższe pytania:

- Dlaczego warto wdrożyć model abonamentowy?
- Jakie są korzyści z wdrożenia modelu abonamentowego?

To lecimy!

Po pierwsze: **stałe dochody.**

Jeżeli masz 100 klientów i oni co miesiąc płacą Ci po 100zł, to wiesz, że masz co miesiąc 10 000zł. Innymi słowy: **masz stałe, przewidywalne dochody.** I to jest bardzo, bardzo ważne.

To wpływa na bezpieczeństwo finansowe Twojej firmy. Wiesz, jakie możesz poczynić inwestycje, co kupić. Wiesz, czy możesz zatrudnić pracownika.

Kolejna bardzo ważna rzecz to…
lojalność klientów.

Ludzie, którzy inwestują w jakieś abonamentowe rzeczy, zazwyczaj są Twoimi klientami **bardzo długi czas**. Zauważ: jeżeli prowadzisz firmę i masz księgową, to prawdopodobnie z tą księgową jesteś związany rok, dwa, trzy, a może dłużej.

Ludzie raczej rzadko zmieniają biuro rachunkowe. Księgowa musiałaby naprawdę z czymś przegiąć, popełnić jakiś mega poważny błąd.

Tak samo, jeżeli masz telefon komórkowy na abonament. Nawet jeśli operator ma jakieś potknięcia, to w większości przypadków jesteś w stanie mu to wybaczyć. Musi zostać przekroczona jakaś granica, żebyś się zdecydował na tak poważny krok, by powiedzieć: *Zabieram numer i idę do innego operatora.*

Klienci są zazwyczaj lojalni, a model abonamentowy wyraźnie wpływa na ich lojalność.

Kolejny bardzo ważny punkt to: **łatwiejsze skalowanie.**

Jeżeli masz poukładaną firmę, wdrożone systemy i jesteś obecnie w stanie obsłużyć 100 klientów, to prawdopodobnie nie potrzebujesz znacznie większej ilości ludzi, by przyjąć dodatkowych 50 klientów.

Zatem z dnia na dzień ilość Twoich klientów może wzrosnąć nawet dwukrotnie i prawdopodobnie nic złego się nie stanie.

Spójrz na operatorów komórkowych. Oni mogą mieć kilka milionów ludzi i jak przyjdzie dodatkowe kilkadziesiąt czy kilkaset tysięcy ludzi, to firma się nie "wysypie" z tego powodu. Tak to działa, więc skalowanie tego typu modelu biznesowego jest łatwiejsze.

Następną, bardzo ważną rzeczą jest **większa wartość biznesu.**

Po prostu: **im większy przewidywalny przychód firmy** (to bardzo ważne), **tym firma jest więcej warta.**

Gdy więc idziesz do inwestora, to jesteś w stanie mu powiedzieć: *W tej chwili mamy tylu i tylu stałych klientów, którzy opłacają abonament w wysokości takiej i takiej, a teraz chcemy zwiększyć ilość abonentów, więc przewidywalny przychód będzie wynosił tyle i tyle*. **To jest bardzo łatwe do rozrysowania, łatwo to można przedstawić.** Firma jest po prostu więcej warta.

Następnie: **większe CLV[1], czyli długoterminowa wartość klienta.**

Klient nie przychodzi do nas tylko raz i nie wydaje jednorazowo np. 200zł, tylko przychodzi parokrotnie i to 200zł może wydawać np. 6 razy.

Z jednej strony mamy więc 200zł, a z drugiej 1200zł, czyli ta długoterminowa wartość klienta jest zawsze większa.

[1] *Customer Lifetime Value*

Ważne jest też to, że nie robisz przy tym ponownego marketingu, żeby tego klienta zdobyć i przekonać, tylko on płaci systematycznie co jakiś czas tak jakby sam z siebie.

W wielu firmach jest tak, że masz przychody na początku miesiąca, więc wiesz, ile zarobiłeś i możesz kogoś zatrudnić albo coś oddelegować,
albo zainwestować w jakąś infrastrukturę informatyczną, albo w jakiś system, w jakieś rozwiązanie. **To naprawdę daje niesamowitą przewagę.**

Kolejną rzeczą, o której warto wspomnieć, jest **zarządzanie popytem.**

Krótko mówiąc: **odpada Ci magazynowanie, bo wiesz, ile czego sprzedasz**.
Jeżeli kupuje od Ciebie mniej więcej 120 osób w miesiącu i co miesiąc dochodzi 10, 15, 20 osób to wiesz, że zamówisz 150 sztuk i powinno być ok.
Nie masz takiego załadowanego magazynu.

Oglądając programy Gordona Ramsaya czy Magdy Gessler widzimy, że restauratorzy mają zamrożony kapitał, bo kupują ileś tam mięsa, mrożonek itp. Pieniądze mają pomrożone w lodówkach.

Towar schodzi powoli, nie wszystko jest świeże, nie wszystko się później nadaje no i z tego wynikają problemy. Chodzi o to, żeby nie mrozić kapitału, ale mądrze nim dysponować.

W modelu abonamentowym to jest znacznie prostsze.

Chodźmy dalej: **planowanie.**

Zauważ, że biznesem abonamentowym łatwiej planować, łatwiej zarządzać. Wiemy co się dzieje, łatwiej **wprowadzać zmiany, innowacje, procedury**. Wszystko to jest znacznie łatwiejsze w biznesie opartym o model abonamentowy.

Biznes w oparciu o abonamenty jest **odporny na różnego rodzaju recesje, kryzysy, spowolnienia gospodarcze**. Nawet jeśli w czasie spowolnienia gospodarczego z Twoich 200 klientów odpadnie Ci 50, to masz dalej 150 klientów. Dzięki nim jesteś w stanie dalej normalnie funkcjonować, prowadzić biznes.

Jakie są najlepsze opcje, jeżeli chodzi o wprowadzenie modelu abonamentowego?

Najlepszy wydaje się **stały przelew** - czyli taki, w którym klienci w swych kontach bankowych ustawiają stały przelew na 12, 24 miesiące do Ciebie/Twojej firmy (zależy, czy postanowisz obwarować się jakąś umową).

Druga rzecz, bardzo popularna w Stanach Zjednoczonych i pozwalająca na fenomenalne wyniki, to **podpięta karta**. W Polsce długo tego nie było, później z takim rozwiązaniem przyszedł Paypal.

Teraz też działa to w oparciu o Paylane - bardzo fajne rozwiązanie - oraz wiem, że PayU i tpay też pracują nad tego typu rozwiązaniami.

Ja marzę o takim rozwiązaniu, czekam na to z utęsknieniem. Dla mnie to będzie niesamowicie fajna "dopałka", jeżeli chodzi o biznesy internetowe. Ale Paylane już działa i już to można zastosować. Jeżeli ten model Cię interesuje, to wierz mi, że warto.

Jakie mamy inne rozwiązania, jeżeli chodzi o model abonamentowy?

Inne rozwiązanie to np. tzw. ***kredyty do wykorzystania***. Nie płacisz wtedy stałego miesięcznego abonamentu, ale kupujesz jakąś pulę kredytów, z których później korzystasz. Na przykład: portal depositphotos.com, z którego korzystam, gdy chcę kupić piękne, stockowe zdjęcia. Tam możesz zakupić 50 - 100 kredytów i w zależności od jakości zdjęcia wydajesz 4, 6, 10 kredytów. Kupujesz jakąś pulę kredytów i później pomału sobie z tego banku wyjmujesz.

Dokładnie w oparciu o taki sam model działają portale: ThemeForest.net (kupujesz skórki do bloga), AudioJungle.net (muzyczka do filmów), VideoHive.net.

Dwie ostatnie strony należą do jednego konglomeratu, więc kupując kredyty możesz je wykorzystać na muzykę lub grafikę, jakieś oprogramowanie, kod itp. - oni mają to super rozwiązane. **Chłopaki robią na tym niesamowite pieniądze.**

Teraz przejdźmy do przykładów abonamentów.

Przykład numer jeden będzie dość klasyczny: **operatorzy kablowi i komórkowi.** Mają oni ze swoimi klientami stałą umowę, np. NC+ dostarcza Ci telewizję z internetem. Plus, Orange czy T-Mobile dostarczają Ci połączenia telefoniczne.

W takim układzie masz umowę zazwyczaj na 12, 18, 24 miesiące. **Wielkie firmy wiedzą, jak długo będą czerpać przychód z tytułu współpracy z Tobą.**

Zauważ, że tu dopiero staje sie jasne, na czym oni tak naprawdę zarabiają. Jeżeli znasz ten model i go rozumiesz to wiesz, że im się wtedy opłaca dać Ci telefon za 1zł, bo oni sobie to odbiją w abonamencie.

Kolejny przykład to **hosting i domeny**. Jeżeli prowadzisz stronę internetową, to co roku płacisz gdzieś jakiś hosting, gdzieś ta strona stoi i co roku odnawiasz swój abonament, tak samo jak ja za domenę LiczySieWynik.pl.

Kolejnym przykładem będą… **informatycy**. Tak, informatycy ☺

Wiele osób sądzi, że tak się nie da, ale prawda wygląda zupełnie inaczej. Wbrew pozorom, **wielu informatyków działa w modelu abonamentowym.**

Jak to dokładnie wygląda? Informatyk/firma informatyczna dogaduje się z firmami, które płacą informatykom stałą opłatę miesięczną na zasadzie *płacimy im bez względu na to, czy coś się w firmie psuje czy też nie, bo w razie czego, gdy się coś popsuje, to wtedy dzwonimy po informatyka, który musi przyjechać i nam pomóc.*

Mają oni klauzulę z określonym czasem na pojawienie się (10-12 godzin) - - to wszystko kwestia umowy. Łukasz - mój dobry znajomy i klient - jest właśnie takim informatykiem, który ma pod sobą ileś firm i działa w modelu abonamentowym. **Firmy płacą mu stałe pieniądze, bez względu na to, czy pojawił się on w firmie w danym miesiącu, czy też nie.** Taki model jest znacznie bardziej opłacalny (dla firm), niż płacenie za każdą naprawę sprzętu według wyceny informatyka.

Kolejny przykład - **prawnicy**. Działają oni dokładnie tak samo. Znam prawników, którym firmy logistyczne płacą stały abonament za opiekę. W razie gdyby coś się stało, to oni szybko „wchodzą" i zabezpieczają wszystko od strony prawnej, dzięki czemu klient nie musi się o nic martwić. **Taka stała opieka prawna bardzo się firmom opłaca.** Duża na przykład firma logistyczna z kilkunastoma czy kilkudziesięcioma tirami musi po prostu mieć stałą opiekę prawną.

Jak więc widzisz, informatycy i prawnicy już z czegoś takiego korzystają.

Dlaczego więc nie Ty?

Kolejny przykład to różnego rodzaju **siłownie i fitnessskluby**. Oni najlepszy biznes robią na karnetach np. półrocznych czy nawet całorocznych. Podpisujesz umowę na określony czas i możesz przychodzić kiedy i w jakich godzinach chcesz.

Możesz korzystać ze sprzętu, zapisywać na dowolne zajęcia, przyjść na basen. Oni na tym robią pieniądze dlatego że doskonale wiedzą, że w styczniu przyjdzie masa ludzi i podpisze te umowy, a w marcu i kwietniu zaczną się wykruszać, choć są dalej zobligowani zgodnie z umową do tego, by płacić, a za ewentualne zerwanie jest jakaś kara. Jest to więc naprawdę sprytnie przemyślane.

Kolejnym bardzo fajnym rozwiązaniem abonamentowym są **usługi typu SaaS** (Software as a Service). Mówiąc po ludzku: jest to usługa jako serwis. Przykładem SaaS jest np. program do nagrywania map myśli, którego używam przy nagrywaniu wideo.

Kilka lat temu musiałbym pobrać taki program na komputer (tak działa Mindjet, Freemind i inne programy do map myśli), natomiast Mindomo działa poprzez przeglądarkę. Mogę więc mieć dostęp do treści swoich map myśli za pomocą internetu, gdziekolwiek bym nie był (i to jest naprawdę świetne).

Teraz pokażę Ci kilka programów, które działają w takim modelu.

Na pierwszy ogień idą **CRM-y**[2] online, czyli programy do zarządzania firmą, do zarządzania kontaktami z klientami, do których mamy do nich dostęp poprzez przeglądarkę.

Jest takie oprogramowanie, jak **Funnela.pl**, w którym można "wbijać" sobie klientów: kiedy do nich dzwoniliśmy, jaka była reakcja klienta, kiedy do niego zadzwonić ponownie itd. Cały CRM możemy prowadzić w ten sposób.

Na podobnej zasadzie działa również serwis **Fakturownia.pl,** z którego korzystam przy wystawianiu faktur. Możemy go podpiąć pod inne pozostałe systemy, gdzie np. ktoś kupuje mój kurs online, zaznacza, że chce fakturę,

[2] *Customer relationship management*

wypełnia swoje dane firmowe i od razu faktura przychodzi mu mailem. **Ja się tym w ogóle nie zajmuję, jest to całkowicie zautomatyzowane.**

Kolejny przykład to różnego rodzaju **autorespondery**. Jeżeli wysyłasz mailingi, to jasne, że możesz postawić jakiś autorski system wysyłkowy na własnym serwerze, ale problem jest taki, że jeśli odpowiedzialny za niego informatyk się na nas obrazi albo coś nam się popsuje, to… no właśnie: **co wtedy?**

Inny problem polega na tym, że jeżeli maile z naszego własnego systemu zaczną nam wpadać do spamu, to ciężko będzie cokolwiek wynegocjować z jakimś providerem czy właścicielem skrzynek.

Jeśli Tobie, jako małej firmie, maile zaczną wpadać do spamu na Onecie, to się z nimi nie dogadasz, bo jesteś zbyt małym graczem i… cóż, będzie problem. Nie porozumiesz się z nim, nie przekonasz go, że to nie jest żaden spam, a jedynie błąd w oprogramowaniu.

Jeśli zaś korzystasz z autorespondera poprzez usługę typu SaaS, to wtedy taka duża firma jak GetResponse czy Freshmail ma siłę przetargową, bo oni tych maili wysyłają dziennie kilkadziesiąt- kilkaset tysięcy, a może nawet to już idzie w miliony.

Takie autorespondery, jak GetResponse, MailChimp, MailerLite czy ActiveCampain **są oparte o model abonamentowy, czyli: płacisz co miesiąc i możesz wysyłać maile do swojej bazy**. Możesz wykupić z góry na cały rok tę usługę i liczyć przez to na jakąś zniżkę (-25% lub -30).

Zauważ też, że oni trochę uzależniają od siebie klienta: jeżeli przestajesz płacić, to tracisz możliwość wysyłania maili do swojej bazy. Jak chcesz wysyłać maile, to musisz płacić – trzeba przyznać, że jest to bardzo sprytnie zrobione. **Taki model jest oczywiście najlepszy dla osoby, która jest po stronie sprzedawcy, po stronie usługodawcy.**

Kolejny przykład to **Nozbe**, czyli aplikacja zrobiona przez Michała Śliwińskiego, która również działa w trybie SaaS (ale nie tylko! W ramach Nozbe masz dostęp do aplikacji na telefony, na iphone'y, na telefony z systemem Android, na tablety).

To aplikacja do zarządzania projektami, zarządzania zadaniami, w której możesz otwierać poszczególne tablice, przepisywać projekty - bardzo fajnie to wszystko działa.

Następny przykład to wszelkiego rodzaju **systemy do monitoringu**. Tak działa Brand24.pl, Sentione.pl czy Monitori.pl. Te wszystkie systemy działają w oparciu o model abonamentowy . **Płacisz co miesiąc jakąś sumę i dzięki temu wiesz, co w trawie piszczy:** co się dzieje, co klienci o Tobie piszą, co konkurencja o Tobie pisze albo jakie opinie pojawiały się na Twój temat na różnego rodzaju forach, co pozwala Ci na odpowiednie reakcje.

Kolejny przykład to **Wufoo.com** - bardzo prosty system do robienia ankiet. On również działa w takim modelu abonamentowym. Ankiety robi się w nim naprawdę prosto, jest to niesamowicie intuicyjne, a oferuje naprawdę bardzo fajne raporty.

My też korzystamy z Wufoo i chociaż ja ostatnią ankietę przy użyciu Wufoo zrobiłem jakieś 3 miesiące temu, to cały czas, miesiąc w miesiąc, **opłacam** najniższy **abonament**.

Nie chce mi się z tego rezygnować. Jest to bardzo fajna usługa, a te raporty, które tam mam, są dla mnie bardzo cenne.

Kolejny bardzo ciekawy przykład firmy, która dopiero od niedawna korzysta z modelu abonamentowego, (wcześniej korzystała z normalnego modelu software'owego - czyli musiałeś kupić paczkę z oprogramowaniem lub pobrać program na swój komputer) jest firma **Adobe**.

Wcześniej należało u nich wykupić program, co kosztowało bardzo dużo. Wprowadzili jednak coś takiego, jak Adobe Cloud, czyli: **płacisz regularny abonament i dzięki temu masz np. dostęp do całej chmury narzędzi firmy Adobe**: After Effects, Adobe Premiere, PhotoShop i wiele innych programów, które masz w pakiecie, który możesz sobie dowolnie komponować. **Abonament uzależniony jest od tego, do jakich programów chcesz mieć dostęp.**

Usługa Adobe Cloud pozwala skorzystać z tych programów osobom, które wcześniej z powodów finansowych nie mogły tego zrobić i/lub korzystały z wersji pirackich. Teraz mają czyste sumienie. Na podobnej zasadzie działa Spotify, w którym po opłaceniu abonamentu mamy dostęp do muzyki, która najbardziej się nam podoba.

Kolejny przykład to **Legimi**. To polska firma, która po opłaceniu abonamentu udostępnia nam pakiet książek do ściągnięcia.

Jeżeli ktoś dużo czyta, **to dużo korzystniejsze** dla niego jest opłacanie takiego abonamentu, niż kupowanie pojedynczych książek.

Twórcy wiedzą o tym, że Ty czasami ściągniesz książki, a czasami nie, ale i tak będziesz to opłacał. **To plus dla sprzedających**, ale minus dla kupujących, bo przecież i tak musisz zapłacić nawet za te ebooki, których nie ściągnąłeś. A j**eśli masz podpiętą kartę, to nawet możesz nie zauważyć, jak ta suma znika Ci z konta**. A po roku lub kilku latach robi się już z tego pokaźna kwota.

Na podobnej zasadzie działa też **Audioteka**, która oferuje audiobooki w modelu abonamentowym.

A teraz przejdźmy do przykładów trochę dziwnych, ciekawych i niestandardowych…

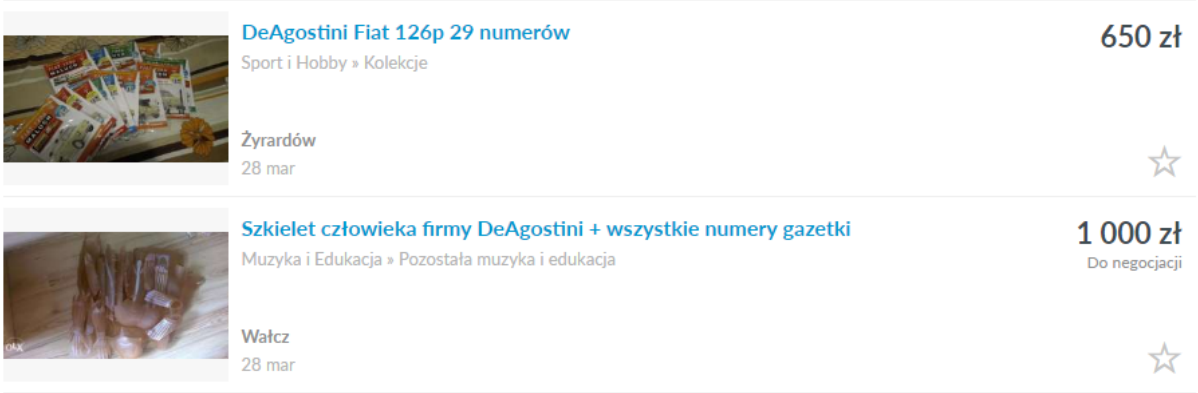
Serwis **CzarneSkarpetki.pl**, w którym opłacasz abonament, a oni co miesiąc, dwa lub trzy przysyłają Ci komplet czarnych skarpetek. Jeśli z jakiegokolwiek powodu (przetarcia, zagubienia itp.) masz problem z czarnymi skarpetkami,

to zamawiasz sobie abonament i już nie musisz o tym myśleć, bo np. co miesiąc przychodzi Ci paczka z nowym zestawem skarpetek.

Kolejny fajny przykład to **Wydawnictwo De Agostini** (deagostini.com), które robi różnego rodzaju kolekcje, np. kiedyś można było składać tam czołg lub Fiata 126p. Kupujesz taki zeszyt w kiosku lub możesz zamówić prenumeratę przysyłaną bezpośrednio do domu.

W jednym numerze masz np. rurę wydechową fiata, w następnym koła itp. Z czasem dołożą też garaż lub gablotkę, byle **tylko maksymalnie przedłużyć Twój abonament.** Swego czasu złożenie dużego dinozaura (120cm wysokości) wymagało zakupu 80 numerów, a średnio jeden taki zeszyt (numer) kosztował 35zł - wychodzi więc naprawdę spora suma.

Przypuszczam, że gotowy dinozaur byłby znacznie tańszy (np. w sklepie z zabawkami), ale jesteśmy pozbawieni wtedy radości składania. De Agostni miało różne kolekcje: Muzykę mistrzów, Atlas świata i ciągle tworzy kolejne. Na aukcjach typu Allegro czy OLX po wpisaniu frazy "de agostini" bez problemu będziesz mógł znaleźć i kupić wiele różnych kolekcji, które ktoś już zebrał i które zdążyły mu się znudzić.



Kiedyś był **"Świat Wiedzy"**, którego numery wpinało się do segregatorów i było to coś w rodzaju encyklopedii.

Jeśli działasz jako **kosmetyczka**, to możesz robić paznokcie swoim klientkom na abonament, tzn. co miesiąc płacą Ci jakąś mniejszą kwotę, której straty nawet nie zauważą (np. 35zł miesięcznie zamiast 50zł za jednorazową usługę). Warto się nad tym zastanowić - w końcu **z podobnego modelu korzystają już prawnicy i informatycy.**

Podobnie może być z **fryzjerem**. Lubimy być lojalni, więc prawdopodobnie regularnie chodzisz wciąż do tego samego fryzjera, bo znasz go, lubisz i ufasz mu (ja nie mam takiego problemu, bo golę się maszynką :D).

Być może chciałbyś płacić stałą opłatę abonamentową i wtedy fryzjer wie, ile pieniędzy otrzyma w danym miesiącu. Często bowiem klienci rezygnują z fryzjera i nie powiadamiają go o tym, a w przypadku abonamentu ma stałe dochody.

Po rozum do głowy poszły też **restauracje**, które nie do końca wiedziały jak sobie poradzić, ile obiadów wydać, ile osób przyjdzie itp. **Po to wprowadziły usługę cateringową, żeby mieć bardziej przewidywalny model biznesowy.**

Szykują gotowe obiady dla firm i dla różnego rodzaju instytucji i nie polegają już tylko na przypadkowych klientach. Wiemy, ile obiadów wysyłamy cateringowo w ciągu miesiąca i znamy nasz przewidywalny przychód (z samego cateringu).

Podobnie działają w Warszawie przy korporacjach słynne firmy typu **Pan Kanapka**, w których ktoś przychodzi z kanapkami.

Początkowo było to prowadzone w ten sposób, że pracownicy za każdym razem kupowali kanapkę za 5- 7zł. Jednakże wynikały stąd problemy, np. z niemożnością rozmienienia pieniędzy i wydania reszty. Dlatego **wprowadzono model abonamentowy - płacisz firmie, przychodzi Pan Kanapka i wybierasz sobie kanapkę z tego pakietu, jakim on dysponuje.**

Jeśli zajmujesz **się tworzeniem stron**, może również warto pomyśleć o abonamencie? Klienci nie płacą Ci za samo stworzenie strony, a za całościową opiekę nad nią. Podpisujesz z nimi umowę np. na 12 miesięcy lub 24 miesiące na niewielką kwotę (50 - 70zł miesięcznie).

Klient nie ponosi wtedy wielkiego wydatku, a Ty mu gwarantujesz, że przez ten czas robisz mu poprawki, aktualizujesz Wordpressa, dogrywasz dodatkowe wtyczki, aktualizujesz stronę itp. Jest to niezwykle przydatne wtedy, gdy zbierze Ci się multum drobnostek do poprawy u klientów, a Tobie szkoda brać za to pieniędzy, choć sumarycznie sprawy te zajmują sporo czasu.

Teraz mam dla Ciebie zadanie.

Zastanów się nad tym, jak możesz swój biznes albo jakąś część biznesu, który już masz zamienić w model abonamentowy. Co możesz zrobić, by wprowadzić jakąś regularną opłatę od klientów.

Jeśli na przykład prowadzisz foodtracka, to możesz wprowadzić tylko abonament na kawę na zasadzie: ktoś płaci 150zł miesięcznie i przychodzi na kawę bez kolejki (miej jednak na uwadze, że gdy będziesz miał dużo osób w takim abonamencie i przyjdą one w tym samym czasie, to może powstać zator. Nad tym też musisz pomyśleć).

Tak samo może być w doradztwie. **Ja przez jakiś czas miałem klienta, który płacił mi regularnie co miesiąc, choć ja nie bywałem u niego tak często** (dzwonił z prośbą o pomoc w różnych rzeczach, ale nie co miesiąc).

Tu też jednak z czasem dojdziemy do ściany,

bo w końcu ile takich osób będziemy w stanie obsłużyć?

Warto się nad tym zastanowić.

Ja poszedłem w rzeczy, które są nieco bardziej skalowalne.

Napisz w komentarzu, co robisz. Podziel się swoim pomysłem. A jeśli nie masz pomysłu, to po prostu napisz co robisz, a ja lub inne oglądające osoby pomożemy Ci.

Zróbmy coś fajnego, pomagajmy sobie wzajemnie,

a wyjdzie z tego coś dobrego.

Postaramy się odpisać na każdy komentarz ;)

W tym materiale to już wszystko, choć tak naprawdę to, co tu dostałeś, **to dopiero wierzchołek góry lodowej**. Tej wiedzy jest dużo więcej, więcej ciekawych rzeczy, które pomogą Ci zdobyć przewagę strategiczną nad innymi firmami, wręcz zdominować konkretne segmenty rynku.

Jak wiesz, niedługo ruszy nasz kurs, w którym pokazujemy tego typu rzeczy, tego typu rozwiązania, **dlatego mam nadzieję, że naprawdę Ci się to spodoba.**

Sprzedaż potrwa tylko 10 dni. Jest to pierwsza edycja i z tego powodu weźmiemy na pokład jedynie 50 osób. Te osoby oczywiście będą miały dostęp do wszystkich przyszłych aktualizacji.

Jeżeli podoba Ci się to, co powiedziałem tu i w poprzednim materiale, to zapraszam Cię na listę priorytetową. Możesz się na nią zapisać **TUTAJ**.

Podaj swojego maila i wtedy dostaniesz powiadomienie o starcie całego kursu, całej kampanii 12 godzin przed oficjalnym startem.

Jeżeli czujesz, że jest to coś dla Ciebie, coś co mogłoby dużo zmienić w Twoim biznesie (a przypominam, że w czasie moich około 130 konsultacji ponad 80% osób zaznaczyło, że potrzebują budowy strategii dla ich biznesu, więc pewnie z Tobą jest podobnie**), to zapisz się na listę "early birds" – nie masz przecież nic do stracenia!**

Pozdrawiam Cię serdecznie. Widzimy się już za kilka dni w kolejnym, trzecim już materiale z tej serii :)