

Váróri Adrienn

Professzionális online stratégia kézműveseknek



FIGYELEM!

Ezen anyag szerzői jogtulajdonosa Váróri Adrienn és Kovács Sándor. Kérlek, ne add tovább senkinek. Helyette küldd el az alábbi linket a barátaidnak, ahol ők is elkérhetik ingyen a saját példányukat. Ezzel legalább nem sérted meg a szerzői jogokat, és mindenki jól jár.

<http://tobbminthobbi.hu/ingyenes-anyagok>

Az anyag felhasználása a szerző engedélye nélkül szigorúan tilos! Plágium esetén 2.500.000 Ft-ot számlázunk ki.

Miért nehéz ma kézművesnek lenni?

Tudom, mennyire nehéz kitörni a megszokottból. Én is jártam ott, ahol most Te vagy. Amikor édesapám, aki ács volt, 60 éves lett, és felhagyott eredeti szakmájával, én éppen akkor lettem titkárnőből kereskedelmi képviselő egy multinál. Az volt a tervem, hogy megtanulom az új szakmát, ha addig élek is, mert nem élhettem ki a kreativitásomat az irodában, kávéfőzés közben, ha érted, mire gondolok... ☺ A szüleim teljesen kibuktak, úristen, gázügynök lett a lányunk, mondták. Mi nem vagyunk ilyenek, a mi családjunk nem az a kereskedő típus – jöttek az „észérvek”.

Édesapám közben – mivel a munka volt az élete – visszanyúlt egy régi hobbijához, a faesztergáláshoz. Egyre több és egyre szebb tálakkal, gyertyatartókkal jött elő a pincéből, és a család egyre többször beszélgetett arról, hogy el lehetne, el kellene adni ezeket a tárgyakat. **„Mi nem vagyunk olyanok”** – mondták, de a szög egyre jobban szúrt, és bizony eljött a nap, amikor „olyanok” lettek. ☺ Elmentek árulni a legközelebbi piacra. Nem voltak eget rengetően kelendők a termékek, de azért vettek ezt-azt az emberek, és nem utolsó sorban le voltak nyűgözve a tárgyak szépségétől.

Ekkor szembesültek azzal a szüleim, amivel mindenki szembesül, aki kézműves termékekből szeretne megélni, nevezetesen, hogy meg kellene találni a megfelelő piacot, ahol van fizetőképes kereslet.

Nem könnyű megélni a mai világban alkotni és piacozni, mert nincs pénze az embereknek. Amíg akad aki gyakorlatilag anyagáron adja a termékeit (és az most mindegy, hogy önbizalomhiányból, gyakorlatlanságból, vagy bármi más okból), addig a többieknél is alkudozni fognak a vásárlók.

A kézműves termékekkel (vagy annak látszó tárgyakkal) Dunát lehet rekeszteni. Épp ezért sokan tapasztalják azt, hogy a dicséret ritkább már, mint a lekicsinylő szó. A helyi vásárokon nem fizetik meg a minimális árat sem. Egyre több kézművestől hallom, hogy a Meskán is inkább az olcsóbb alkotásokat vásárolják az emberek. Én azt gondolom, és remélem, ezen anyag átolvasása után te is így leszel vele, hogy nem a vásárokkal vagy a Meskával van baj, hiszen ezek „csak” eszközök, hanem azzal, ha nincs stratégiád.

Szörnyű, hogy a munkádon kívül egy csomó dologhoz kell értened: számítógép, marketing, fotózás, szövegírás... Használod persze Te is a számítógépet, gondolom, de egy csomó minden az embernek már kínai, és az is marad. Még ha értenél is hozzá, akkor sem lenne sokkal jobb a helyzet, mert rengeteg időt elvenne az alkotástól.



Úgy tűnik, egész embert kíván a kézművesség, és a marketing munka is. Szinte lehetetlen úgy beosztani az idődet, hogy minden beleférjen! Honlap, közösségépítés, a Facebook, a blogírás... Mikor lenne időd alkotni?

Tényleg, vajon milyen lehet az élet befutott kézművesként?

A szüleim elég kitartóak voltak, és megtalálták a megfelelő helyeket, ahol vették a termékeiket, mint a cukrot, és édesapám haláláig megélték belőle. Többek között internetes megrendeléseik is voltak, pedig ez nem most történt, hanem tíz éve.

Most utazz előre az időben, és képzeled el, hogy befutott kézműves vagy. Addig-addig gondolkodtál, elemezted a piacodat, és próbálkoztál új termékekkel, amíg a végén kitaláltál valami egyedit, amiért egy szűk célcsoport több pénzt hajlandó fizetni, mint egy átlagos termékért. Ezek a vevők imádják a termékeidet. Nagyon jól ismered a vásárlóidat, az igényeiket, sőt ők is rendszeresen megosztják veled, mire lenne legközelebb szükségük. A konkurenciád előtt jársz legalább két gondolattal, és nem értik, hogyan csinálod ezt.

Ma már nem mész el bármelyik piacra. Megvannak a bevett helyeid és kapkodnak utánad a vásárszervezők. Még a tévében is többször szerepeltél, ismerik a nevedet.

Kb. úgy dolgozol, mint John Lennon, aki egyszer azt találta mondani, „megyek, írok magamnak egy úszómedencét”. Kitalálsz egy új kollekciót, és amikor

kijössz vele a piacra, egy hét alatt elkapkodják, mert tudod, hogyan kell marketing kampányt indítani, és van egy hatalmas e-mail listád a potenciális vásárlóidtól. Hidd el, senki sem véletlenül él így: döntés, kreativitás, tanulás és kitartás kérdése az egész.



A stratégia



Amikor valaki arról panaszkodik nekem, hogy több pénzt keresne, ha több ember ismerné a termékeit, rögtön tudom, hogy nem találta meg az egyensúlyt a vállalkozás vezetése és az alkotás között. Egy vállalkozó célja nem (csak) az, hogy szeresse amit csinál, hanem az is, hogy nyereséges legyen a cége. Az nagyon szuper ha Te olyan vállalkozó akarsz lenni, aki a hobbijából él, de ez nem azt jelenti, hogy az üzleti oldalát nem kell komolyan vened! El kell fogadnod, hogy **ha hobbiként kezeled a vállalkozásodat, akkor hobbi szintű pénzt fogsz keresni belőle.** Ez egy döntés kérdése.

Szeretnél teljesen új piacokat találni? Akkor csinálj magadnak egyet!

Ha



eldöntötted, hogy profi kézműves leszel, attól a pillanattól fogva már nem mindegy, hogy milyen termékeket állítasz elő. Nem feltétlenül mehetsz mindig a szíved után, és **a rutinmunkának örökre vége**. Meg kell tanulnod a piacod vérkeringésén tartani a kezed. Oda kell figyelned a trendekre, arra, hogy mi a divat, mit fognak felkapni a vásárlók. Meg kell szoknod a változást. Talán azt is mondhatnám, ami már szállóige vállalkozói körökben, hogy **az egyetlen, ami állandó lesz számodra, az a változás**.

Az online biznisz működését könnyen meg fogod érteni a következő példán keresztül. Képzeld el, hogy az internet nem más, mint egy ország. Vannak benne városok, falvak, melyeket utak kötnek össze. Vannak benne boltok is, és különböző helyek, ahol az emberek összejönnek, hogy megigyanak egy kávé,

dumáljanak kicsit, vásároljanak, vagy szórakozzanak. A boltok a cégek weboldalai, a találkahelyek közül pedig a legnagyobb a Facebook, de van még sok más is, pl. a LinkedIn, vagy a Pinterest. A legnagyobb internetes kézműves vásár pedig a Meska.



Amiben ez az online világ eltér a valóságtól az egyrészt az, hogy **mindig minden nyitva van**. A boltokban 0-24 óráig, a hét minden napján lehet vásárolni, a találkahelyeken is mindig találsz egy-két ismerőst, akivel beszélgethetsz, és a kézműves vásárok is folyamatosan dübörögnek. Másrészt **az interneten a kezdő vállalkozás is fillérekből készíthet magának pazar üzlethelyiséget, azaz honlapot**. Nem kell investálnia belvárosi irodába, sem pedig több ezer

négyzetméteres eladótérbe: foglal egy domain nevet és egy tárhelyet, és az egész kb. 100.000-300.000 Ft-ból megvan. A cégek egyenlő esélyekkel indulnak, nem számít, kinek mekkora tőkéje van.

Harmadrészt **a virtuális világot számítógépek üzemeltetik, melyek minden létező adatot rögzítenek az emberek szokásairól:** ki hol nézelődik, milyen témák érdeklik, házas-e vagy sem, milyen készülékeket használ internetezésre, stb. Ezeket az adatokat a vállalkozások fel tudják használni amikor reklámoznak: ezért sokkal olcsóbban és sokkal többet adnak el, mert csak azoknak reklámoznak, akik nagyobb eséllyel fogják megvenni a terméküket.

Az internetes értékesítés működése sokkal egyszerűbb, mint gondolnád: kialakítasz egy magával ragadó boltot (=honlapot), ami jóval nagyobbak és sikeresebbnek láttatja az induló vállalkozásodat, mint ami jelenleg valójában, és annyi kaput teszel rá, amennyit csak bírsz: minél több irányból térhetnek be hozzád a lehetséges vásárlók, annál több terméket fogsz eladni. **A honlapod és látogatóinak minősége az a két tényező, ami lehetővé tudja tenni számodra, hogy megélj a hobbidból. Minden más, amit az interneten teszel, ezt a két fő célt kell, hogy szolgálja.**

Biztosan Te is ismered azt a sokat hangoztatott szabályt, hogy ha el akarsz nyerni egy komolyabb állást, mint amiben most dolgozol, akkor öltözködj úgy, mintha

már meg is kaptad volna. Épp így van ez a honlapoddal is: ez a virtuális kirakatod. Profizmust és karizmát kell, hogy sugározzon. **Ha a hobbidból akarsz megélni, nem engedheted meg magadnak azt a luxust, hogy a kirakatod bővli legyen.** Mindazt, amit a látogató elsősre gondol a honlapodról, ki fogja vetíteni Rád és a termékeidre. Egyfajta szűrőn keresztül fognak véleményt alkotni a vállalkozásodról.

Az online vásárlóid csak és kizárólag az internetes megjelenésed alapján tudnak megítélni. Még ha kezdő is vagy, jelenj meg úgy a neten, mint a profik:

1. **Találd meg a réspiacod!** Az első és legfontosabb dolog, mielőtt bármilyen tevékenységnek nekiállsz, hogy meg kell találnod azt a réspiacot, aki hajlandó és tud is többet fizetni a termékeidért, mint az átlagos vásárlód. Ha úgy pozícionálsz magad, mint a céges ajándékok készítője, akkor csak azoknak az embereknek kell termékeket készítened, akik irodákat rendeznek be, ill. céges ajándékok vásárlását intézik. Igaz, így nagyon sok egyéb vásárlóról lemondasz, de a pozícionálás varázsa épp ebben a „tehermentesítésben” rejlik.

Nézd meg a Több mint hobbit! Lehattunk volna a kétmilliomodik marketinges vállalkozás ebben az országban. Lenne most ennyi rajongónk? Nem. Örülnénk, ha elértük volna a százat egy hónap alatt. Azzal, hogy a kézművesek marketingesei lettünk, egyedülállót alkottunk a

piacon. Ha egy kézművesnek döntenie kell, kitől tanuljon, tőlünk, vagy egy „mezei” marketing tanácsadótól, akkor bennünket fog választani, mert mi semmi máson nem gondolkodunk, csak és kizárólag a kézművesek gondjain és kihívásain. Ezért fókuszált és nagyon találó tartalmat tudunk írni kézműveseknek, de egy kozmetikus vagy egy szigetelő biztosan hamar otthagyja a honlapunkat. Nekünk így, hogy nem kell mindenkit megszólítani könnyebb a munkánk, jobban kitűnünk a tömegből, a kézműveseknek pedig több hasznot hozunk, mint bárki más. Mindenki jól jár. ☺

Egy piac szegmentálása és kézműves vállalkozásod pozícionálása kb. 1-2 napos intenzív munka. Olyan is előfordulhat azonban, hogy vannak már versenytársak az adott területen, és neked, aki az egészet belülről látod, mert a részese vagy, kicsit nehezebb elrugaszkodnod a hétköznapi keretektől. Pedig most igazán szükség van a kreatitásodra ahhoz, hogy egyedi ötlettel rukkolj elő. Nézd meg a trendeket magyar és külföldi oldalakon, kézműves áruk piacterein (Meska, Etsy, stb.), írd össze, látogass meg már kész kézműves honlapokat. Inspiráció nem csak a szakmabéliektől jöhet, hanem egész más területekről is. Ha úgy érzed zsákutcában vagy, egy külső tanácsadóval történő konzultáció segíthet.



Kérdések, melyeket érdemes ezen a ponton megválaszolni:

- Ki az ideális vásárló és miért lesz ez a termék vonzó a számára?
- Nem túl általános, vagy túl szűk a célcsoport?
- Megoldja-e a terméked a vásárló valamilyen problémáját? Mi az?
- Mi teszi különösen vonzóvá a terméket a vevőnek?
- Ellenállhatatlan vágyat fog érezni, hogy megvegye? Miért? Mi kellene ahhoz, hogy ezt érezze?
- Kik a versenytársak? Miben hasonlítanak és miben térnek el Tőled?
- Miért éri meg jobban Tőled vásárolni?
- Mi az az egyetlen mondat, ami összefoglalja a leendő márkád lényegét, és mi az amit csak te mondhatsz el magadról?

2. Teszteld le a rés piacod! Az az ideális rés piac, ami elég kicsi ahhoz, hogy jól behatárolható, meghatározható legyen, de elég nagy ahhoz, hogy

eltartson Téged. Lehet, hogy határozottan meg vagy róla győződve, hogy sokakat fog érdekelni az ötleted, de mielőtt feltennéd erre az életed, előtte érdemes letesztelni. Jó módszer, ha fórumokat olvasol, kérdéseket teszel fel a leendő célcsoportod tagjainak (jó ötlet pl. egy blog indítása ebből a célból) és megpróbálsz minél jobban megismerni még az elején az igényeiket. Sokan tönkrementek már amiatt, mert nem értették, hogy milyen vágyak mozgatják a vásárlókat az adott piacon, mi motiválja őket arra, hogy vásároljanak. **Ez most nem Rólad szól, hanem a vevőidről.**

Menj el pár termékkel egy közeli piacra, beszélj a nézelődőkkel, és jegyzeteld le a benyomásaikat a termékedről. Ha nincs olyan piac, ahol találkozhatnál a célcsoportoddal, találd meg a módját, hogy néhányukkal felvedd személyesen a kapcsolatot, hogy közvetlen benyomást kaphass az ötletedről. Ne riadj vissza attól, hogy módosíts a koncepciódon sőt, akár attól se, hogy előlről kezd az egész pozícionálást. Hidd el, jobban jársz így, mintha belevetnéd magad a munkába, befektetnéd az alapanyagokat, a munkaidődet, aztán meg ott marad az egész árukészlet a nyakadon, mert nem gondoltad át alaposan a koncepciót.

3. **Találd ki a márkaneved!** Ha megtaláltad a rés piacodat, és a teszten is átment az ötleted, találd ki egy egyedi nevet, és ízelegsd pár napig, hogy hangzik. Ez lesz az a név, amibe munkát fogsz majd fektetni, hogy

márkanévvé tedd. Nem változtathatod meg kétnaponta. Mihelyt megváltoztatod, kezdheted előlről a márkaépítést és ezzel felesleges munkát okozol magadnak. **Jó ötlet a nevedből és a szakterületedből alkotni egy márkanevet:** ebből látják az emberek, hogy komolyak a szándékaid, elkötelezett vagy. Nem utolsó sorban pedig azért is jó, mert ha az interneten a szakterületedre rákeres valaki, előrébb fogja sorolni a honlapodat a Google, mert a kulcsszó a nevedben van.

4. **Foglald le magadnak a saját domain nevedet!** Ha megvan a márkaneved, ez már nem is lesz nehéz. Emlékszel a [Tatai Patarás cikkünkre](#)? A Patara a középkori csatákat felelevenítő tematikus fesztivál: csak olyan kézművesek állhatnak ki ott, akiknek van a rendezvény jellegéhez illeszkedő asztaluk, sátruk, vagy van elegendő pénzük, hogy béreljenek egyet. Ilyesmit csak azok engedhetnek meg maguknak, akik profik: ebből élnek. Ott jártunkkor kiderült, hogy ezeknek a profi kézműveseknek a 99%-a saját domain néven üzemeltetett honlappal rendelkezik! Gondold végig, Te **megengedheted-e magadnak, hogy csak a Facebookra támaszkodj, vagy hogy csak ingyenes tárhelyekre tölts fel tartalmat. A profik vagy a hobbizók közé tartozol?** Az internetes közönség egyből megérzi: csak ránéz a linkre és levonja a megfelelő következtetéseket.

5. **Használd profi e-mail címet.** Pl.: név@sajátdomainneved.hu. Ha gmail-es, freemail-es címed van, nem fognak komolyan venni. Rögtön látják majd, hogy amatőr vagy, és csak próbálkozol az eladással, de nem ebből élsz.
6. **Állíts össze minőségi tartalmat a termékeidről!** Az internetes vásárlók nem tudják megfogni, megtapintani az alkotásodat. Az egyetlen, amire támaszkodhatnak, az a fotó és a leírás. **Elengedhetetlen, hogy megtanuld, hogyan kell kiemelkedő minőségű fotókat készíteni a tárgyaidról.** Nézz körül, az interneten rengeteg infót találsz erről. Készíts részletes leírást minden termékről, amit fel szeretnél majd tenni az internetre. Említsd meg a súlyát, a hosszúságát, szélességét, az anyagokat, amiből készült, azok minőségét és nem utolsó sorban írd le, mi inspirált, amikor elkészítetted. **Két-három mondat biztosan nem elég, két-három bekezdés annál inkább.** A leírásba sződd bele a kulcsszavakat, melyekre az emberek keresnek a neten, így könnyebben rátalálnak a termékeidre.

7. **Készíts magával ragadó honlapot!** A profi honlap nem azért profi, mert drága, vagy mert egyedileg fejlesztették le csak neked. **Attól profi, hogy semmi sallang, semmi felesleges dolog nincs rajta:** hagyja a műveidet élni, nem tolakodó, hiteles, lehetővé teszi a vásárlóknak, hogy könnyen rendeljenek, és gyűjti a látogatók e-mail címét. Ha olyan eszközzel építed fel, aminek ingyenes a forráskódja, mint pl. a Wordpress, Joomla! vagy Drupal, akkor nem vagy kiszolgáltatva egyik informatikusnak sem a későbbi üzemeltetés során, ugyanakkor ezekre könnyen, gyorsan fel tudod tölteni az új termékeid képét és leírását te magad is. Ezeket a rendszereket viszonylag könnyű feltelepíteni és beállítani, hogy utána hibátlanul üzemeljenek, később pedig a karbantartás, ha rendszeresen végzed, nem igényel felhasználói szintű számítástechnikai ismeretnél többet. **Ha az elején nincs időd a honlap kialakításával bíbelődni, egyszerűen bízz meg egy informatikust,** aki bizonyítottan ért hozzá. Kb. 70-150.000 Ft-ból megvan az induláshoz szükséges alap honlap, amit utána úgyis folyamatosan Neked kell friss tartalommal bővítened. **Keress olyan szakembert, aki a telepítés, beüzemelés végén a kezébe adja a felhasználói ismereteket,** akár be is tanít néhány óra alatt a használatára. Ez a befektetés hamar megtérül, amennyiben a pozicionálást nem nagyoltad el.

8. Legyen olyan honlapod, ami az első perctől gyűjti a hírlevél feliratkozókat! Nagy a kísértés, hogy egyedül a Facebookra támaszkodj, mint lehetséges fórumra, ahol kapcsolatban maradhatsz a meglévő vásárlóiddal. Nincs azonban annál veszélyesebb dolog, mintha csak egyetlen, Tőled független szolgáltatóra hagyatkoznál. Képzeld el, hogy kiépítesz egy profi kézműves vállalkozást, ami csak a Facebookon van jelen, ott gyűjti a rajongókat, míg aztán egy szép napon a Facebookot lekapcsolják. Mit tehetsz? Semmit, ha addig nem léptél, már hiába is tennéd. A rajongóid eltűntek, örökre.



9. N
e

engedd meg magadnak azt a luxust, hogy csak és kizárólag a Facebook ismerje a rajongóid adatait! Kezdd el Te is szisztematikusan gyűjteni.

Kezdj el kiépíteni egy adatbázist az érdeklődőkből és a vásárlókból, és lásd el őket hasznos, érdekes információkkal arról, hogy éppen min dolgozol, mik a terveid, melyik vásáron fognak megtalálni legközelebb, stb. Szeretnék még egy tévhitet eloszlatni: az, hogy most fogod a Facebook rajongóid e-mail címét, és elkezdted őket e-mailekkel bombázni, nem fog működni. Miért? 1) Törvénytelen: ő kell, hogy feliratkozzon, és lehetőséget kell neki adnod arra minden leveledben, hogy bármikor egy gombnyomással leiratkozzon. 2) Mivel így olyan követőidnek is fogsz e-mailek küldeni, akik biztosan nem akarnák ezt, ellenkező hatást érsz el, mint amit szeretnél: hamar elégük lesz belőled. Ezért **nagyon fontos a sorrend, amikor elindítod a vállalkozásodat: először honlap és adatbázis gyűjtési lehetőség, és csak utána közösségépítés.**

10. **Frissítsd rendszeresen a honlapod tartalmát!** Az érdeklődők, a vásárlók, a gyűjtők mind a honlapodról szerzik az információkat rólad, és a legújabb műveidről. Adj meg nekik ehhez mindent, engedd őket közelebb ahhoz, ahogy alkotsz. Ez nem csak a hitelességedet adja meg, hanem a honlapod is látogatottabb lesz általa. **Minden elnagyolt lépéstől a következő lépés nehezedik meg.** Ezt a mondatot olvasd el még egyszer: minden elnagyolt lépéstől a következő lépés nehezedik meg. Ne ess tehát a kapkodás hibájába, és ha spórolsz,

akkor se hagyd, hogy ez a minőség rovására menjen, ha a honlapodról van szó.

A legfontosabb oldalak a honlapodon:

1. **Rólam:** Ezen az oldalon mutatkozol be. Itt olvasható a művészi hitvallásod, az önéletrajzod, itt láthatók rólad fotók munka közben. Egy jó „Rólam” oldal alapos előkészítést igényel, de megéri a befektetést, mert ez alapozza meg a művészi karrieredet.
2. **Galéria/portfólió:** Itt nézhetik meg az érdeklődők a munkáidat. Fontos, hogy könnyen elérhető legyen, ne tartson órákig a letöltés. Jobb, ha a saját honlapodon van, de meg lehet oldani úgy is, hogy a honlapodról átkattintanak egy ingyenes képmegosztóra (pl. Flickr). Igyekezz minél több régebbi művedet is láthatóvá tenni, és ha meg lehet még őket venni valahol, ne felejtse el kiírni. Mindig csatolj leírást a képekhez, és térj ki a copyright-ra.
3. **Hírek/friss információk:** ez lehet akár a blogod is. Ez az a hely, ahol tájékozódhatnak az érdeklődők arról, hol, melyik vásáron leszel elérhető legközelebb, mik a terveid, milyen akciók vannak amiket igénybe lehet venni, milyen projekteket fejeztél be nemrég.

4. **Kapcsolat:** Minél könnyebben elérhető vagy, annál jobb! Jó, ha van kapcsolati űrlap az oldalon, hátha valakinek az a legkönnyebb, hogy ott helyben írjon Neked, és az is hasznos, ha az e-mail címed mellett a telefonszámod is látható.

5. **Linkek:** Sorold fel jól látható helyen az összes weboldalt, ahol megtalálhatók, megvásárolhatók a műveid, ahol blogot írsz, vagy galériát tartasz fenn a műveidnek. Ez egyrészt megnyugtató az érdeklődők számára, hogy az, amit korábban valahol már láttak, az valóban te voltál, másrészt sokan közülük nem is tudják, hány helyen vagy jelen, és a linkekre kattintással egyre több időt töltenek a műveid nézegetésével.

6. **Feliratkozási lehetőség:** Ez egy oldal, ahol összefoglalod, miért érdemes feliratkozni a hírlevedre. Ezzel a lehetőséggel igazi pénztermelő gyárat indítasz be: leginkább a legbelsőbb rajongói köröd, a gyűjtőid fognak ide feliratkozni, akik előbb-utóbb lesznek annyian, hogy legalább a munkáid felét ők fogják megrendelni. Ez neked több szempontból is biztonságot ad: nem vagy kiszolgáltatva, kiszámítható a bevételed egy része, ill. bíztok egymásban: ők tudják, milyen minőségű munkát kapnak tőled, Te pedig tudod, hogy ők mindig pontosan fizetnek.

Összefoglalva tehát, ha kész a honlapod, be kell, hogy hozd oda a potenciális vásárlókat. Képzeld oda magad a virtuális boltodba. Tele van portékával, de senki nem jár el a kirakat előtt, mint a való életben. Még a Google keresője sem fog hozzád betérni, amíg nem vezet hozzád egyetlen lábnyom sem. Láttad már, hogyan tereli be a boltjába az arab kereskedő a nézelődőket? Eljűk megy, a szeműkbe néz, mosolyog, széles karmozdulatokkal integet, mutatja az utat. Pontosan ugyanezt kell tenned az interneten. A vásárlóid elébe kell menned, mosolyogva, széles mozdulatokkal mutatva nekik az utat a honlapod felé. **Minél többen járnak az oldaladon, annál jobban kitapossák az ösvényt, annál inkább odatalálnak majd mások is, akkor is, ha nem látták a neved sehol.** A Google is annál előrébb fogja a honlapodat a keresőben elhelyezni.



A minőségi honlap után az a kérdés, hogyan tudsz minőségi vásárlókat hozni a boltodba. A fizetőképes keresletet kell megtalálnod. Ha a pozicionálást nem

nagyoltad el az elején, akkor nem lesz kérdés, hogyan találsz meg a célközönségedet. **A jól pozicionált vállalkozások egyik fő jellegzetessége, hogy szociográfiai, demográfiai (életkor, nem, lakóhely, végzettség, stb.) és egyéb jellemzők alapján könnyen meghatározható a célközönsége.** Például, ha eldöntötted, hogy céges ajándéktárgyakat fogsz készíteni, semmi más, akkor a cégeknél ezeket a döntéshozókat (személyzetisek, irodavezetők, HR menedzserek) kell megtalálnod. A reklámjaidban meg tudod őket szólítani, és senki másnak nem kell reklámoznod, csak nekik.

Közösségépítés

Ha kész a honlapod, akkor – és csakis akkor, semmiképp sem előbb – kezd el megjeleníteni a közösségi oldalakon, mint a Facebook, LinkedIn, Pinterest, stb. **Nincs jól működő honlap közösségépítés nélkül, viszont a közösségépítés honlap nélkül csak amatőr próbálkozás.** Ha eddig enélkül építettél közösséget, se baj, de tudnod kell, hogy a befektetett munkád egy jelentős része kárba veszett, mert nem gyűjtötted össze az érdeklődők e-mail címét, nincs megbízható és ingyen elérhető törzsvásárlói köröd. Korántsem biztos, hogy azok, akik korábban lájkolták az oldaladat, most, hogy van nálad hírlevél, hanyatt-homlok visszatérnek regisztrálni... Pl. a Több mint hobbi hírlevelére már most, ennek az ingyenes anyagnak a kiadása előtt feliratkoztak közel 300-an. Mi lett

volna, ha csak most tesszük ki a feliratkozási lehetőséget a honlapra? Így most legalább nem a nulláról kezdjük. ☺

A közösségépítés fő célja, hogy forgalmat terelj a weboldaladra, és ott feliratkozókat gyűjts.



A közösségépítés ezen felül jó arra, hogy:

- ápd a kapcsolatot a törzsvásárlóiddal és a gyűjtőkkel, akik szeretik a munkádat
- emberközelivé varázsold azt, amivel foglalkozol
- szakmai presztízst építs veled magadnak
- rajongói táborát építs veled
- még több esélyt ad az online értékesítésre

A kapcsolataidon keresztül új lehetőségeket találhatsz a terjeszkedésre. Ismert leszel mint kézműves és mint ember. Az oldaladon keresztül értéket közvetítesz. A honlapoddal ellentétben a közösségépítő oldalaidon **ne azzal foglalkozz állandóan, hogy értékesíts, különben hamar elfordulnak tőled az emberek.** Ehelyett engedd közelebb magadhoz az embereket, mutasd meg a szakmád szépségét, gazdagságát. Figyeld meg, mit kedvelnek leginkább a gyűjtőid, mire kíváncsiak, kik ők egyáltalán. Ápold a kapcsolataidat.

A közösségi oldalak használata lehetővé teszi számodra, hogy kis pénzből a megfelelő célközönségedet el tudd érni, és folyamatosan velük kommunikálj. Összetett feladat, de semmiképp sem hagyhatod ki. Enélkül nem fogsz tudni az online piacon érvényesülni. Fel kell hogy építsd a közösségi stratégiádat, hogy milyen oldalakon jelenj meg, milyen legyen a stílusod, hova milyen anyagokat töltsél fel.



Összefoglalás

Az alábbi modellek közül választhatsz:

1. Főállású kézműves leszel (aki ebből él)
2. Részmunkaidős kézműves leszel (akinek van egy másik munkája, hogy meg tudjon élni)
3. Amatőr kézműves leszel, aki alkalmanként elad egy-egy tárgyat

Senki sem születik üzletkötőnek, ez egy tanult képesség. A visszautasítástól való félelem és az önbizalomhiány sok kiváló kézművest tart vissza attól, hogy kiteljesedjen. De elfogynak-e valaha az üzleti lehetőségek? Nem. Sőt ma egy olyan világban, ahol már szinte határok sincsenek, egyre több és több lehetősége van a kézműveseknek arra, hogy megéljenek abból, amit igazán szeretnek. A kulcs abban van, hogy meg kell találni, meg kell érteni ezeket a lehetőségeket, és pozícionálnod kell magad. Ennek a folyamatnak határokat csak a saját képzeleted szab. Kezdj el körülnézni és új piacok után kutatni. Ahogy elkezded megérteni mi motiválja a vásárlókat, egyre több és egyre jobb ötleted lesz arra, hogy milyen piaci rést tudnál betölteni a tehetségeddel. Hozz létre magadnak új piacot! Van kreativitásod, ne félj használni. Te választod ki a piacodat, te mondod meg, mit és kinek fogsz eladni. Ebben hatalmas erő van. Mivel a vállalkozásod egyszemélyes ezért rugalmas, könnyen rá tudsz csapni a

kínálkozó lehetőségekre, és másnap már más piacon vagy. Csak rajtad múlik. Ne kötözd le magad önpusztító gondolatokkal.

Ha úgy érzed, lehúznak a körülmények, itt egy lista arról, milyen mélyebb okok ösztönzik az embereket arra, hogy Tőled vásároljanak:

1. **Az életed:** igen, az életed. Az, hogy alkotsz, kreatív vagy és szép dolgok vesznek Téged körül. Az embereket vonzza a kézműves életstílus, vagy legalábbis az, amit látnak belőle. Nagy, napsütötte műteremben képzelnek el Téged, miközben ők rohannak busszal vagy kocsival a munkába, és nézegetik kávézás közben a szomszéd irodaház komor tűzfalát.
2. **Autentikus az, amit csinálsz.** A boltok tele vannak bóvlival, műanyaggal. A kézműves termékek ezek felett állnak, megidéznek a régi szép időket, nosztalgikus hangulatba hozzák az embert.
3. **Helyi jellegzetességet árulsz.** Manapság egyre fontosabb minden ember számára, hogy támogassa a helyi vállalkozásokat. Tudom, a tömegek még mindig mindent a hipermarketben vesznek meg, de egyre nagyobb divat helyben vásárolni. Van ennek egy szép, hazafias íze, amit mindenki kezd megszeretni.

4. **Egyedi termékeid vannak.** Bárhova mész az országban, minden plázában ugyanazokat a cikkek, formák, színek jönnek szembe. A Te kézműves termékeid felette állnak az olcsó tömegcikknek.
5. **Luxus, amit megérdemlünk.** A luxus érzését tudod adni a vásárlóidnak. A termékeiddel „bűnözhetnek” kicsit, vagy megjutalmazhatják magukat.
6. **Ár helyett mondd azt: érték.** A kézműves termék megvásárlása soha nem függhet az ártól. Nevezd inkább értéknek, hiszen a vásárló belőled visz el egy darabot, ha megveszi: a kezed munkáját, szíved, lelked egy darabját.
7. **Használati tárgyakat készítesz.** Senki nem nyúl a pénztárcájába, ha nincs egy adott tárggyal valami konkrét célja, amire használni akarja. Nem csak azért veszik meg az emberek, mert tetszik neki. Funkciója van, betölt egy úrt. **Minél inkább megismered, milyen úrt tudnak betölteni a termékeid, annál többet fogsz tudni eladni belőlük!**



Lehet, hogy a leírtak megijesztenek Téged. „Úristen, ennyi feladat, azt se tudom, akarom-e egyáltalán.” Arra biztatlak, ne hamarkodd el a döntést. Szánj rá időt magadnak, hogy kicsomagold a számodra fontos információkat ebből a tanulmányból. Írd le a gondolataidat, ötleteidet. Ne fogd vissza magad! **A papír bármit elbír!** Utána pedig valósítsd meg, amit elképzeltél!

Egy dologra kérünk csak, ne felejts el a sikereidről nekünk is írni:

info@tobbminthobby.hu

A kreativitás legyen veled!

Váróri Adrienn

A Több mint hobbi szakértői:



Váróri Adrienn
marketing és PR szakértő

Immár ötödik éve, hogy az online marketing a hobbim. Közben megszületett a lányunk, most épp a fiunkkal vagyok itthon, az átmeneti időszakban pedig Salesforce adminként részt vehettem a Prímagáz Zrt. CRM rendszerének bevezetésében. Számomra minden egyes honlap megtervezése igazi kikapcsolódás, mert kreatitásomat hihetetlen módon fejleszti. Eddig saját ötleteimet valósítottam meg, kísérleteztem, tanultam belőle sokat. Nem állítom, hogy olyan online marketing szakértő vagyok, aki már mindent rutinból csinál. Ennek a szakmának talán halála is a megszokottság, épp ezért jól érzem magam azokban a helyzetekben, amikor számomra addig ismeretlen piacokon kell újra és újra életet lehelnem egy weboldalba. Nagyszerű, hogy a férjemmel dolgozhatok együtt: ő egy olyan szakember, aki minden IT kérdést képes a laikus számára is közérthető módon megvilágítani. A Szegedi Tudományegyetem Főiskolai Karán végeztem angol-francia szakos tanárként, valamint a Budapesti Gazdasági Főiskolán PR szakértőként.



Kovács Sándor
informatikus mérnök

Az első honlapot öt évvel ezelőtt készítettem el WordPress alapokon – akkor még hobbiból. Korábban hat évig rendszergazdaként, majd ezt követően üzemeltetési osztályvezetőként dolgoztam, egy országos informatikai rendszer működtetése volt a feladatomban. A honlapkészítés során számomra az okozta örömet, hogy lépésről lépésre alakul a végcél: egy jól működő honlap. Szeretem a WordPress rugalmasságát, moduláris felépítését. A kialakult munkamódszerben szeretem a szabadságot, és azt, hogy egyedül én gazdálkodom az időmmel. Sokat jelent számomra, hogy nagyságrendekkel több időt tudok együtt tölteni a családommal, és a feleségem személyében egy kitűnő marketing szakemberre is találtam. Informatikus mérnökként végeztem a Gábor Dénes Főiskolán. Számomra a honlapkészítés most már több, mint hobbi. 😊