



# Jak spieniężyć markę

STOWARZYSZENIE  
INTERIM  
MANAGERS



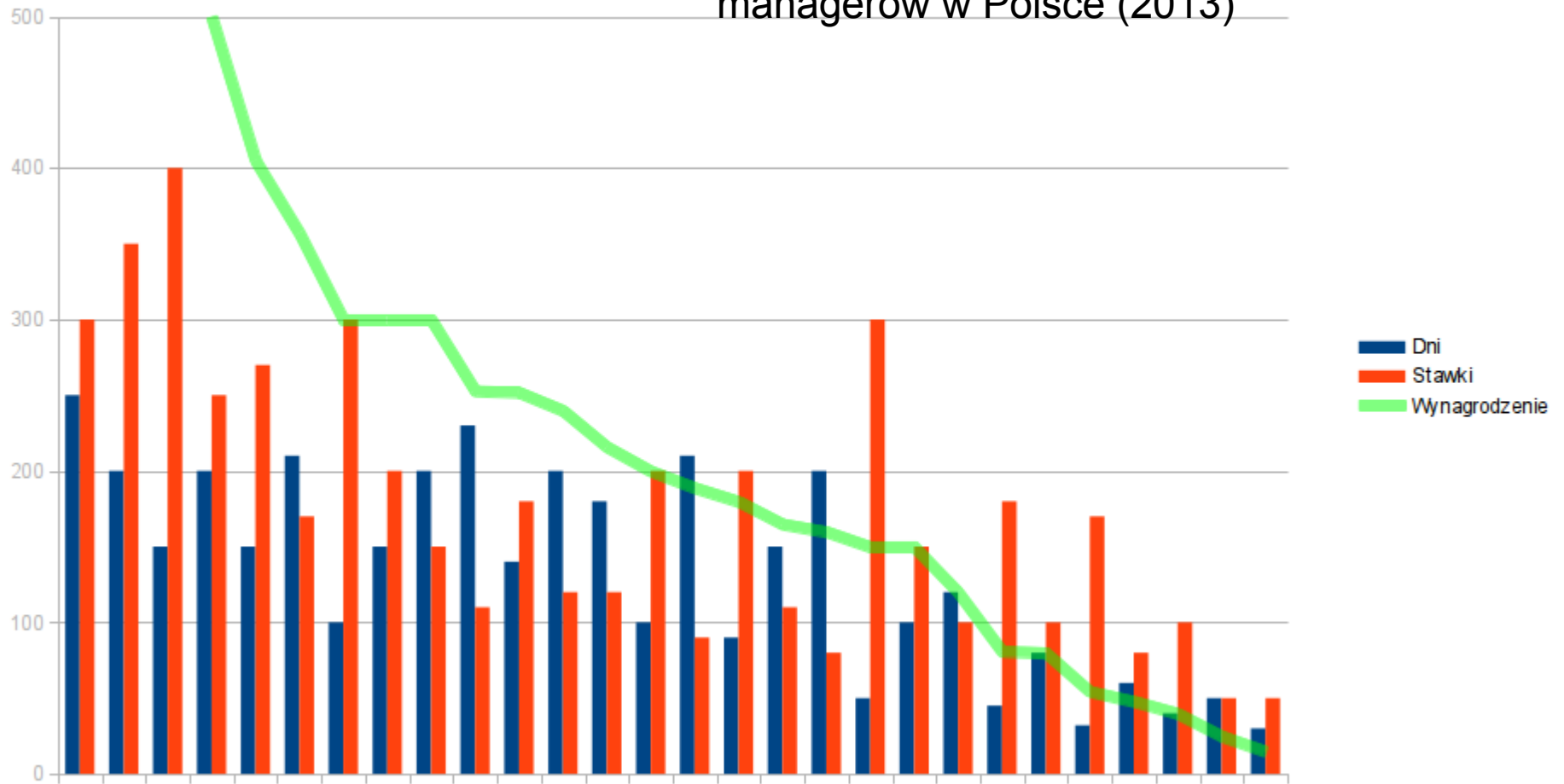
SIM

2IW

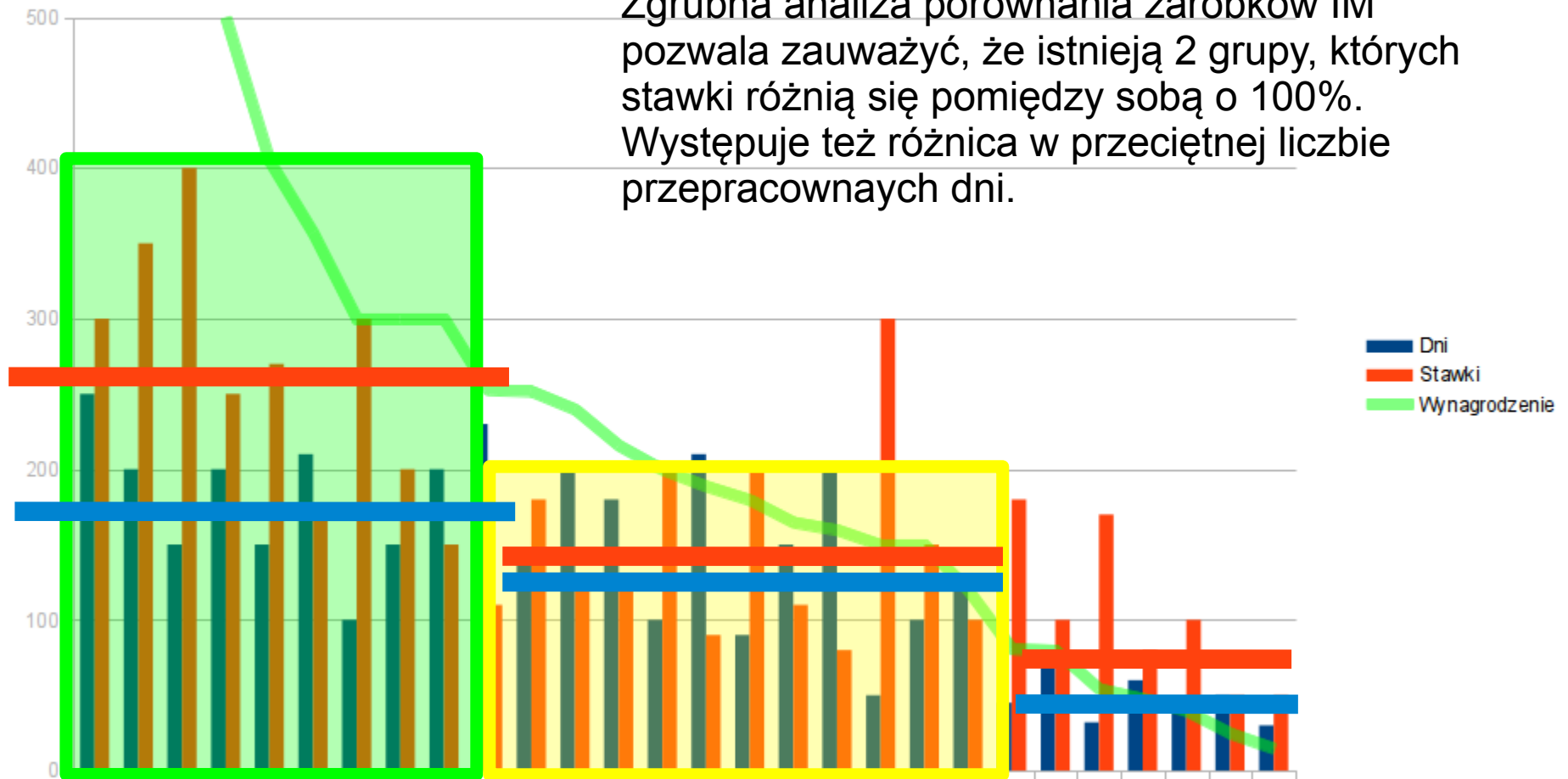


Budowanie marki powinno mieć konkretny wymierny cel.  
Cel ten można wyrazić w pieniądzu, by miał on charakter biznesowy

## Porównanie zarobków interm managerów w Polsce (2013)



Zgrubna analiza porównania zarobków IM pozwala zauważyć, że istnieją 2 grupy, których stawki różnią się pomiędzy sobą o 100%. Występuje też różnica w przeciętnej liczbie przepracowanych dni.





Przypisując różnice w zarobkach posiadaniu marki przez IM (gdzie marka, to wyróżnik w oczach klienta, pozwalający przypisać IM ponadprzeciętną wartość), można oszacować wartość tej marki w pieniądzu.

$$180 \text{ [dni]} * 2,5\text{k [stawka]} = 450\text{k [wynagrodzenie]}$$

$$120 \text{ [dni]} * 1,5\text{k [stawka]} = 180\text{k [wynagrodzenie]}$$

---

Różnica	270k
---------	------

Przez 5 lat	1350k
-------------	-------



## Pożytek marki

- Wyższe stawki
- Większa liczba dni przepracowanych
- Sprzedaż pasywna → niższe koszty
- Asynchroniczność działań i efektu 'marketingowo-sprzedażowego'

Co robić i ile to wymaga wysiłku, by produktywnie zbudować markę.

	Rok 1		Rok 2		Rok 3
	Start rbh	Start kPLN	rbh	kPLN	rbh
Strona www, 5 rbd, 3k	50	3			
Narzędzia sprzedażowe (oferta itp), 3k, 5 rbd	50	3			
Książka/ebook, 20 rbd, 3k (x2)	200	3	200	3	
Blog, 2 rbh/mies	24		24		24
LinkedIn dyskusje, 7 rbh/mies	84		84		84
Networking, 10 rbh/mies	120		120		120
Działalność społeczna, 8 rbh/mies	96		96		96
Artykuły/prasa, 8 rbh/kwartał	32		32		32
Prelekcje konference, 16 rbh/kwartał	64		64		64
<b>rbh</b>	<b>720</b>		<b>620</b>		<b>420</b>
Stawka PLN	50		50		50
<b>RAZEM kPLN</b>	<b>36</b>	<b>9</b>	<b>31</b>	<b>3</b>	<b>21</b>

Inwestycja	100
Wartość marki	1350
ROI	1350%

# Modus Operandi



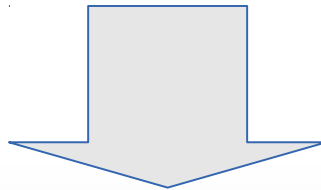
Budowanie marki „na siłę” nie ma sensu. Najlepiej „wprząc” działania budujące markę w swoje codzienne funkcjonowanie – marka będzie wówczas naturalna i nie będzie kosztowna (czas i pieniądze).





# Wymiary marki

- proaktywność
- wyróżnik (co robię/jak pomagam)
- solidność (czy można polegać, dotrzymywanie słowa, punktualność, jakość)



## **OBIETANICA + ZAUFANIE**



# Bariery

- Brak zrozumienia
- Niedostrzeganie korzyści (brak wiary)
- Strach → chwalenie
- Prokrastynacja → techniki, zakup wsparcia
- Brak czasu w konkretnych momentach → planowanie, buforowanie
- Nie regularność → buforowanie