

Mapa Przewagi: cztery decyzje

MODEL

NA CZYM STOI

Mapa Przewagi

Blue Ocean Strategy (W. Chan Kim, R. Mauborgne)

Cel Szablon pokazuje, w czym Twoja firma wygląda dla klienta tak samo jak inni. Pomaga wybrać, z czego zrezygnować, żeby dać klientowi wyraźnie więcej tam, gdzie mu zależy. Kończysz z jedną rzeczą, którą przestajesz robić, i jednym ruchem na 30 dni.

W 15 minut. (szacunek, nie zmierzaliśmy tego) Uczciwie: w 15 minut powstaje robocza decyzja oparta na hipotezach, nie na rozmowach z klientami. Trzy rozmowy z wersji pełnej to osobny czas, liczony w dniach.

1. (2 min) Wpisz, co klient chce załatwić, jego słowami (A). Wybierz jednego, najczęstszego konkurenta.
2. (3 min) Wypisz pięć rzeczy, o które toczy się gra, tak jak powiedziałby klient. Cena jest pierwsza (B).
3. (4 min) Oceń od 1 do 5 konkurenta i siebie dziś. Przy każdej ocenie wpisz, skąd ją masz, albo „hipoteza” (B).
4. (3 min) Wybierz jedno „usuń” i jedno „podnieś” albo „stwórz”. Wpisz, które „usuń” płaci za to drugie (D).
5. (3 min) Napisz jedną linię: „Decyduję, że ... Kto ... Do kiedy ... Sprawdzam ...”, z jedną rzeczą, którą przestajesz robić (G). Dopisz: „to hipoteza, sprawdzam ją w trzech rozmowach”.

Instrukcja (wersja pełna) (szacunek: około 50 minut przy biurku, nie zmierzaliśmy tego; trzy rozmowy w kroku 5 to osobny czas)

1. Wpisz, co klient chce załatwić, jego słowami. Wybierz trzy alternatywy: najczęstszego konkurenta, inny sposób na to samo i „robią sami albo nic nie robią”.
2. Spisz 8 rzeczy, o które toczy się gra, tak jak powiedziałby klient. Cena zawsze pierwsza.
3. Oceń każdą alternatywę i siebie od 1 do 5 (przy cenie 5 znaczy najdrożej). Przy każdej ocenie zapisz, skąd ją masz; bez źródła napisz „hipoteza”.
4. Wypełnij cztery decyzje. Każde „podnieś” i „stwórz” musi mieć wpisane, które „usuń” albo „ogranicz” za nie płaci. Ustal ocenę docelową i sprawdź trzy testy.
5. Zanim zmienisz cokolwiek, porozmawiaj z trzema osobami: klientem, kimś, kto nie kupił, i kimś, kto robi to sam. Pytaj o ostatnią prawdziwą decyzję, nie o opinię.

Pola szablonu

A. Co klient chce załatwić (jego słowami): _____

B. Mapa (oceny od 1 do 5)

Czynnik słowami klienta	Konkurent	Inny sposób	Sami / nic	My dziś	My cel	Skąd wiem
1. Cena						
2.						
3.						
4.						
5.						
6.						
7.						
8.						

C. Odczyt (zaznacz): ☐ różnię się od jednej alternatywy najwyżej o 1 punkt prawie wszędzie · ☐ jestem wysoko wszędzie, ale nie widać tego w marży · ☐ obiecuję dużo w jednym, a zaniedbuję to, od czego to zależy · ☐ nazwy czynników są naszym żargonem

D. Cztery decyzje

USUŃ: co wszyscy dają, a klient by nie zauważył	PODNIĘŚ: gdzie klient godzi się na kompromis (płaci za to: ...)
OGRANICZ: czego dajemy więcej, niż klient używa	STWÓRZ: czego nikt jeszcze nie daje (płaci za to: ...)

E. Trzy testy: ☐ skupienie: najwyższa ocena najwyżej na 3 czynnikach · ☐ odmienność: co najmniej 2 punkty różnicy od każdej alternatywy na co najmniej 2 czynnikach · ☐ hasło do 12 słów, prawdziwe już dziś: _____

F. Trzy rozmowy: kto (klient / nie kupił / robi sam), co zmieniła w mapie: _____

G. Decyzja: przestajemy robić _____ od _____ · jeden ruch na 30 dni _____ · kto _____ · przegląd mapy za 90 dni: _____

Przykład fikcyjny (firma i liczby są fikcyjne, na potrzeby szablonu)

Biuro rachunkowe, 9 osób, obsługuje małe firmy usługowe.

A. „Chcę mieć spokój z podatkami i wiedzieć, ile mogę wypłacić.”

Czynnik	Biuro B	Księgowość online	Sami + znajomy	My dziś	My cel	Skąd wiem
1. Cena	3	1	1	3	3	cenniki
2. Szybko odpisują	2	3	1	2	5	2 skargi klientów
3. Wiem, co jest w cenie	2	4	5	2	5	hipoteza
4. Spotkania w biurze	4	1	1	4	1	nasz grafik
5. Gruby raport co miesiąc	4	2	1	4	2	strona biura B
6. Podpowiedzą, zanim coś podpiszę	2	1	1	2	4	hipoteza
7. Przypominają o terminach	2	4	1	2	4	aplikacja online
8. Pomogą przy kontroli	4	1	1	4	4	umowy

C. ☒ Różnimy się od biura B najwyżej o 1 punkt na wszystkich 8 czynnikach. ☒ Spotkania i raporty kosztują nas dużo, a klienci o nie nie pytają.

D. Usuń: comiesięczne spotkania w biurze (zostaje jedno online na kwartał, na życzenie). Ogranicz: raport z 12 stron do 3 liczb na start miesiąca. Podnieś: odpowiedź w 4 godziny robocze (płaci za to: czas po spotkaniach); przypomnienia o terminach SMS (płaci za to: krótszy raport). Stwórz: 15 minut rozmowy „zanim podpiszesz” przy większej decyzji klienta (płaci za to: krótszy raport).

E. ☒ Skupienie: najwyżej na 2 czynnikach. ☒ Odmienność: od biura B różnica na czynnikach 2, 3 i 4; od online na 2, 6 i 8; od „sami” na 2 i 6. ☐ Hasło „Odpisujemy w 4 godziny. Wiesz, co jest w cenie.”: dziś nieprawdziwe, odpisujemy w 1 do 2 dni. Używamy go dopiero, gdy będzie prawdą.

F. Klientka od 5 lat: spotkań nie potrzebuje, chce szybkich odpowiedzi. Firma, która odeszła do księgowości online: odeszła, bo „nie wiedziała, za co płaci”. Właścicielka, która robi sama: boi się kontroli, nie ceny. Zmiana: czynnik 8 zostaje wysoko.

G. Przestajemy: comiesięczne spotkania, od przyszłego miesiąca. Ruch na 30 dni: dyżur odpowiedzi codziennie od 9 do 13, prowadzi Anna. Przegląd mapy za 90 dni.

Od nas. Układ jest z książki Blue Ocean Strategy (W. Chan Kim, Renée Mauborgne): kanwa strategii, cztery pytania „usuń, ogranicz, podnieś, stwórz” i trzy cechy dobrej strategii, czyli skupienie, odmienność i hasło, które mówi prawdę. Od nas jest skala od 1 do 5 z polem „skąd wiem”, zasada, że każde „podnieś” i „stwórz” wskazuje, co za nie płaci, hasło do 12 słów i trzy rozmowy: z klientem, z osobą, która nie kupiła, i z osobą, która robi to sama.

Kiedy zadzwonić do nas.

- W kolumnie „skąd wiem” przy większości ocen stoi „hipoteza”, a nie wiesz, jak je sprawdzić.
- Jesteś wysoko wszędzie, ale nie widać tego w marży.

- Po trzech rozmowach mapa zmieniała się tak, że nie wiadomo już, co usunąć.

Pierwsza rozmowa (30 minut) jest bezpłatna. Przejdziemy na niej przez Twoją mapę i zobaczymy, które oceny wymagają sprawdzenia.

Prompt dla Twojego AI. Skopiuj go do własnego konta ChatGPT, Claude albo Gemini; naszą metodę, na wiedzy Twojej firmy, stosujemy w Diagnostyce.

Jesteś spokojnym coachem dla właściciela małej firmy. Poprowadź mnie przez „Mapę Przewagi”: jedno pytanie na raz, po każdym czekaj na moją odpowiedź.

Na początku przypomnij mi: „Nie wklejaj haseł, numerów kont ani danych osobowych.”

Kolejność: 1) co klient chce załatwić, jego słowami; 2) trzy alternatywy: najczęstszy konkurent, inny sposób na to samo, „robią sami albo nic”; 3) pięć do ośmiu rzeczy, o które toczy się gra, cena pierwsza; 4) oceny 1–5 dla alternatyw i dla mnie, przy każdej skąd je mam albo „hipoteza”; 5) co usuwam, ograniczam, podnoszę i tworzę (każde podniesienie i stworzenie ma wskazać, co za nie płaci).

Gdy odpowiedź jest ogólnikowa, poproś o liczbę albo przykład. Niczego nie zmyślaj o mojej firmie ani o konkurentach; gdy czegoś nie wiesz, zapytaj.

Na końcu napisz jedną linię: „Decyduję, że ... Kto ... Do kiedy ... Sprawdzam ...”.

Chcesz zrobić to z nami?

Chcesz wdrożyć te decyzje? W Programie 90 dni jedno usprawnienie marketingu albo sprzedaży robimy razem z Tobą.

Przejdziemy przez Twój szablon na 30-minutowej rozmowie. Bezpłatnie.

aic-site.chmura-mac.workers.dev/pl/kontakt/

Przykłady w szablonach są fikcyjne. Czasy podane przy instrukcjach to nasze szacunki, nie pomiary.