



Klient vs. Badacz – Roast

brutalna prawda o naszych relacjach



STANISŁAW DZIEDUSZYCKI
CARLSBERG POLSKA



MICHAŁ ŚCIBOR-RYLSKI
MINDS & ROSES

GRZECHY KLIENTÓW/KLIENTEK

1. Nie dziękuje za wykonaną pracę → Po prostu dziękuj, tak po prostu i po ludzku
2. Nie informuje o finalnym efekcie → Opowiedz mi jak finalnie wykorzystaliście nasze wyniki
3. Nie szanuje czasu badaczy → Daj mi czas na pracę, będzie lepsza
4. Przesyła dalej bez pomyślunku - forward managing → Bądź skutecznym filtrem, Twoje doświadczenie jest kluczowe, żeby stworzyć dobry materiał
5. Jest niełojalny/a wobec badaczy → O problemach pogadajmy sami – gramy w jednej drużynie
6. Wiedziałem, że tak będzie - efekt pewności wstecznej → Doceń wyniki badań, nawet te oczywiste – zawsze mogło wyjść inaczej

GRZECHY BADACZY/BADACZEK

1. Mówi mądrze (trudne słowa), ale głupio (bez związku z biznesem) → Mów językiem naszych klientów docelowych
2. Nie zna się na tym co bada, tylko na badaniach → Potrzebuję Twojej eksperckiej wiedzy w temacie
3. Nie zna podstawowych informacji o branży klienta lub jego firmie → Docenię pracę, którą wykonasz aby być partnerem/ką do rozmowy o moim biznesie
4. Czyta wyniki ze slajdów podczas prezentacji → Pomóż mi w syntezie, lepszym zrozumieniu rzeczywistości
5. Zna wyniki przed badaniem → Stawiaj hipotezy, weryfikuj je
6. Gardzi marketingiem lub/i tym co bada → Może spotkajmy się przy innej okazji?