

Mapa Business Acumen 7E

Nie trzeba rozumieć całego biznesu klienta, żeby dobrze przygotować jedną rozmowę. Siedem pytań buduje obraz wystarczający do tej decyzji — i wskazuje, czego nie wolno diagnozować samemu.

PIĘTNAŚCIE MINUT PRZED WAŻNĄ ROZMOWĄ

KIEDY SIĘGNAĆ

- + przygotowanie polega na przeczytaniu sprawozdania rocznego;
 - + używanie miar, których nie umiecie wyjaśnić;
 - + ktoś stawia diagnozę biznesu klienta po jednej rozmowie;
 - + rozmowa ma dotyczyć pieniędzy, a nie wiecie, kto u nich liczy;
 - + klient zna swoją branżę lepiej i widać to po dwóch zdaniach.
-

WYPEŁNIJ 7 PÓL

01 CO KLIENT MA ZDECYDOWAĆ

Jaka jedna decyzja?

02 ILE KOSZTUJE POMYŁKA

Co się stanie, jeśli wybierze źle?

03 CO WIECIE NA PEWNO

Które dane pochodzą od nich, a które z rynku?

04 CO JEST WASZYM DOMYSŁEM

Co brzmi jak fakt, a jest hipotezą?

05 KTÓRE DWA OBSZARY MAJĄ ZNACZENIE

Nie siedem — tylko te, które zmieniają tę decyzję?

06 CZEGO NIE WOLNO WAM DIAGNOZOWAĆ

Co wymaga ich danych albo waszego eksperta?

Prowadzicie, dopytujecie, włączacie eksperta czy zawężacie temat?

CO Z TEGO WYCHODZI

Wszystkie liczby pochodzą ze sprawozdania rocznego

To jest kontekst, a nie wiedza o ich pracy. Wróć do pytania 3 i sprawdźcie, co pochodzi od nich samych.

Nie umiecie wyjaśnić miary, której używacie

Nie używajcie jej. Jedno pytanie klienta i rozmowa się kończy — razem z resztą przygotowania.

Domysł zapisaliście jako fakt

Rozdzielcie to w pytaniu 4. To najczęstsza przyczyna utraty wiarygodności przy stole, i najtrudniejsza do odrobienia.

Temat wymaga wiedzy, której nie macie

Włączcie eksperta zamiast improwizować. Przyznanie się do granicy buduje więcej niż odpowiedź udana na pewnośc.

Obszarów wychodzi siedem

Wybierzcie dwa. Reszta jest przygotowaniem do rozmowy, która się nie odbędzie.
