

Hiba nem túltervezni és túltölteni dolgokat

Tapasztalataim szerint mind a nyuszicélok, mind a túl-méretezett célok demotiválóan hatnak az eredményre. Azt gondolom, ha szeretnél egy 100 fős rendezvényt, akkor válassz egy 120 embert befogadó termet és tervezd meg a kampányodat 120 ember jelenlétére. És ekkor, ha 120 emberre tervezel és 120 embert kommunikálsz (marketingesednek, kollégáidnak és a partnereidnek), akkor szinte garantálom, hogy meglesz a 100 résztvevőd.

De! Ha csak 100 résztvevőt tervezek, akkor a végén csak 80 ember fog ott ülni. Amúgy a profi hoteleket, illetve a légitársaságok a legnépszerűbb járataikat is kb. 10%-kal túltöltik, ami azt jelenti, hogy egy 100 szobás hotelben egy adott éjszakára 110 szobát adnak el, mert statisztikai szám, hogy kb. a vendégek 10%-a valamilyen családi ok miatt nem érkezik meg. Ez folyamatos kiesést jelentene.

Legelőször egy siófoki hoteltulajdonos barátomtól tanultam ezt a hozzáállást. Megkérdeztem tőle: „Tibi! Mi lesz akkor, ha véletlenül mindenki eljön?”. Erre Tibi a következőt válaszolta: „Istvánkám! Még senki nem maradt az utcán.”

Tanulságos történet.

ÖSSZEFOGLALVA: *Érdeemes picikét túlterveznünk a termet, illetve a rendezvényeinket, hogy eljőjön az ideális mennyiségű ember. De ha extrém nagy rendezvényt tervezünk, akkor nagyon fontos, hogy fejben végig tudjuk járni az utat, és lássuk fejben, hogy hogy jön össze ez a tömeg. Ha nincs meg a fejünkben a cél, illetve az út, amit végig fogunk járni, akkor csak fogcsikorgatva tudjuk megugrani a célt.*

