

Markkinahai vaanii pinnan alla

Vaikka **Stefan Engeseth** perustaa teesinsä karuihin luonnonlakeihin – syö tai tule syödyksi – hänen tarkoituksensa on kylvää pelkoa vain neuvotteluhuoneissa.

Engeseth listaa viime vuonna julkaistussa kirjassaan *Sharkonomics* kymmenen valkohaiden maailmasta johdettua ohjetta, jotka kannattaa ottaa huomioon markkinakilpailussa. Hans ei tyytynyt siihen, vaan pyysi kirjailijaa sukeltamaan syvemmälle teeseihinsä.

1 Aloita suunnittelu paljon ennen hyökkäystä
Suuret korporaatiot ovat usein enemmän kultakaloja akvaariossa kuin haita meressä. Mitä suurempi yritys, sitä enemmän niillä on tapana keskittyä omaan sisäiseen maailmaansa kuin ajatella, no, akvaarionsa ulkopuolisia asioita.

2 Älä jumitu historiaan
Monet yritykset ovat enemmän kotonaan miettiessään menneitä kuin katsoessaan tulevaan. Sen riski piilee siinä, että ne alkavat unohtaa olevansa haavoittuvaisia ja aggressiivisuus jää pois. Luonnossa ei voi koskaan levähtää – haitkin ovat ruokaa muille haille.

3 Lietso paniikkia
Paniikki on tehokasta. Se saa hyökkäyksen kohteena olevan yrityksen keskittymisen herpaantumaan, ja juuri silloin on mahdollisuus ottaa tappava haukkaus. Kun kilpailijat näkevät brändisi, niiden tulisi pelätä kuin meressä lipuisi valkohai.

Jos haluat kuulla lisää puolustautumistaktiikasta haiden hyökkäyksiä vastaan, käy osoitteessa www.sharkonomics.com

4 Tee markkinatutkimusta haiden tapaan
Hait nappaavat koepalan nähdäkseen, miltä saalis maistuu ja miten se reagoi hyökkäykseen – onko kyseessä helppo saalis vai taisteleeko se vastaan? Nopein tapa kehittyä markkinoilla on kokeilla reaktioita käytännössä.

5 Etsi sokea piste ja pure
Jokaisella yrityksellä on sokea piste. Mitä vanhemmasta yrityksestä on kysymys ja mitä enemmän se tietää alastaan, sitä suurempi on sokea piste. Sokean pisteen etsiminen on kuin hakkeointia, jossa selvitetään uhrin heikkoudet. Palomureja vastaan taistelemisen sijaan selvitä, mistä muurit puuttuvat.

6 Iske odottamattomalla hetkellä
Haiden kanssa sukeltaessa hain katoaminen näkyvistä tarkoittaa ongelmia. Olet puolustuskyvytön saalis. Käytä tätä kilpailijoita vastaan.

7 Ajoitus on tärkein menestystekijä
Kartoita saaliisi käytöstä sosiaalisessa mediassa, kunnes tiedät siitä enemmän kuin saalis itse. Sen avulla pystyt ennakoimaan saaliin seuraavan liikkeen pinnan alla. Joskus suuretkin yritykset ajautuvat vaikeille vesille, ja jos olet seurannut niitä pitkään, voit nähdä milloin kannattaa hyökätä.

8 Liiku tai kuole
Paras tapa liikkua markkinoilla on olla nopeampi kuin kilpailijat. Ongelma on siinä, ettei kukaan tunnu tietävän, kuinka nopeaa se tarkalleen ottaen tarkoittaa. Tärkeintä on kuitenkin istuttaa asenne nopeasta liikkeestä organisaation kulttuuriin.

9 Tapa tyylillä
Haiden hyökkäyksestä selviytyneet kertovat usein, että hai näytti koko ajan hymyilevän. Niillä on hauskaa ja ne ovat varsin kekseliitä tappamistavois-
saan. Yritysnäkökulmasta on olennaista nauttia tekemisestä ja haastaa itseään. Erityisesti kun puhutaan markkinajohtajista, käytä täydellisin tappamismenetelmäsi ja kerää kunnioitusta.

10 Laadi *Sharkonomics*-lista
Lista hyökkäyksen kohteiksi kaavailluista kilpailijoista auttaa organisaation jokaista jäsentä pysymään tavoitteissa.



Stefan Engeseth on ruotsalainen kirjailija, puhuja ja Detective Marketingin toimitusjohtaja, joka on rakastanut valkohaita siitä lähtien, kun näki ensimmäisen Tappajahai-elokuvan.