



storymatters.online

# A AUTOMATIZACE PRŮMYSLU

Rozhovor s Alenou Mrákavou.



**Alena Mrákava**

Členka představenstva  
TMT a. s. Chrudim

ZOBRAZIT PROFIL 

# AUTOMATIZACE PRŮMYSLU LINKEDINEM

**Abychom lépe porozuměli výsledkům Vaší společnosti na LinkedIn, potřebujeme lépe porozumět Vašemu produktu a cílové skupině. Kdo u Vás nakupuje?**

Naší cílovou skupinou jsou podniky a firmy v oblasti průmyslu a logistiky. Ve velké míře je to průmyslová výroba například v oblastech automotive, papírenský průmysl, chemický průmysl, farmaceutický průmysl, potravinářský průmysl a související logistické procesy. Ty mohou být přímo v dané výrobě nebo jde o samostatné logistické společnosti, mezi které spadají i distribuční centra, sklady a dopravci. Tyto naše dvě hlavní oblasti, do kterých dodáváme, jsou poměrně širokým portfoliem, takže LinkedIn byl pro nás jedním ze způsobů, jak takhle široké spektrum oslovit.

**Proč si tyto firmy vyberou TMT Chrudim jako svého dodavatele?**

TMT se svojí více než 30letou historií je ryze českou, stabilní a spolehlivou firmou, která má bohaté zkušenosti s obdobnými dodávkami, ať už je to průmysl nebo logistika. Máme stabilní zázemí - vlastní konstrukci i výrobu v jednom areálu. V našem týmu je 50 konstruktérů a projektantů, takže jsme schopni všechny zakázky realizovat na klíč a přizpůsobit přesně požadavkům a potřebám každého zákazníka. Zároveň do jednotlivých zakázek promítneme naše dlouholeté zkušenosti. Stejně tak je pro nás výhodou, že máme vlastní výrobu, takže jsme často schopní dané zakázky vyrobit, smontovat a vyzkoušet u nás a zákazníkovi už nainstalovat linku, která je vyladěná a za kterou si stojíme.




**KLIENTI  
TMT**

**DHL**

**SIEMENS**

**MADETA**

**MIELE**

**ČESKÁ  
POŠTA**

**ŠKODA**

**ALZA.cz**

**VALEO**

## Jaké komunikační nástroje, web, mailing, google apod Vaše společnost používala doposud a jak jste s nimi byli spokojeni?

Když se na to podíváme kriticky, tak LinkedIn je jenom jeden z mnoha nástrojů, kde jde obchodní jednání získat.

Naše projekty jsou často tak velké, že obdobné investice se u zákazníků opakují jednou v řádu let nebo desetiletí. Proto víme, že je potřeba klientů mít více a získávat i nové zákazníky, takže jsme samozřejmě využívali i jiné formy, ať už to byl náš web, nebo další formy oslovování a vyhledávání. Většinou ale byly nedostatečně cílené a přesné. Stejně tak získat správné kontakty na konkrétní osoby nebylo úplně jednoduché. Obrátit se na někoho relevantního mailingem nebo telefonicky je zvlášť v dnešní době obtížné, takže tady se LinkedIn ukázal jako správný směr.

## Vraťme se v čase do roku 2020. Jaká byla Vaše prvotní očekávání od komunikace na LinkedIn?

Já jsem na síť LinkedIn byla zvyklá už za svého předchozího zaměstnání, a byla to pro mě forma, jak si udržet kontakty, které jsem získala. Stejně tak to bylo, když jsem nastoupila do TMT. Byl to více méně nástroj pro prověření kontaktů nebo udržení si těch stávajících.

Když jsme se rozhodovali, zda to nějak zintenzivnit, tak to očekávání bylo, že jednak prohloubíme stávající kontakty, které né vždy je snadné si udržet, protože projekty se opakují někdy i po mnoha letech. Očekávání bylo velmi opatrné, co se týče získávání nových kontaktů.

## A když to vezmete jako očekávání vs realita?

Řekla bych, že realita pozitivním směrem velmi předčila očekávání. Dokonce i zarytí odpůrci sociálních sítí u nás ve firmě mi zpětně dali za pravdu, že to byl krok správným směrem. Navíc i naši partneři, ať už jsou to zákazníci nebo dodavatelé i na mezinárodní úrovni, nám dávají zpětnou vazbu, že díky LinkedInu ví, že tady v ČR

## OSOBNÍ ČÍSLA

Aleny Mrákavy



získáno 32 jednání  
skrz LinkedIn  
v průběhu 5 měsíců



téměř 2000  
aktivně sledujících  
uživatelů

fungujeme a mají nás v povědomí. Takže ano, naprosto to splnilo účel.

Co se čísel týká, připomíná mi to našeho partnera Radina Ročka, který mně říká: „Hele teďka jsem uzavřel lead, který jsem s Tebou získal v roce 2019“. Ctíme NDA a prosím odpovězte do takové míry, jak uznáte za vhodné. Jaká čísla Vám dnes LinkedIn přináší?

Přibližně se jedná o **170 nových zajímavých kontaktů, 32 schůzek a 12 poptávek** nebo návrhů, které diskutujeme i nabízíme.

**Děkuji Vám za otevřenost k číslům. Vnímáte je jako konstantní veličinu nebo hrozí propad nebo máte v plánu jejich nárůst?**

Věřím, že je možný nárůst, byť trh, na kterém se pohybujeme, je proměnlivý. V tomhle směru zase čerpáme z našeho širšího portfolia. Jak se přelévá poptávka z logistiky do průmyslu a zase zpátky, tak věřím tomu, že budeme schopni pružně reagovat. Očekávám, že čísla budou růst a LinkedIn bude nedílnou součástí naší obchodní strategie i nadále.

**Jak se Vám spolupracuje se StoryMatters.online a v čem jejich práce vlastně spočívá?**

Řekla bych, že spolupráce je nastavená efektivně, vyhovuje nám to a sedli jsme si i po lidské stránce, takže komunikace funguje.



# OSOBNÍ ČÍSLA ALENY MRÁKAVY ZA OBDOBÍ 5 MĚSÍČŮ NA LINKEDINU.

PRŮMĚRNÝ POČET  
ZOBRAZENÍ

**1067**

NA JEDEN  
PŘÍSPĚVEK

JEN

**5**

ODPUBLIKOVANÝCH  
PŘÍSPĚVKŮ

**32**

ZÍSKANÝCH  
JENDÁNÍ



**33,7%**

KONVERZNÍ POMĚR  
AKVIZIČNÍCH ZPRÁV

# NA PŘÍBĚHU ZÁLEŽÍ...

WWW.STORYMATTERS.ONLINE

[LINKEDIN PROFIL](#) 

vojtech@storymatters.online

+421 732 489 098