

# Czym jest growth hacking?

---

Growth hacking to szereg kreatywnych działań zorientowanych na wzrost przedsiębiorstwa. Od tradycyjnego marketingu różni się tym, że projektowane w jego ramach rozwiązania są znacznie tańsze, natomiast efekty nieraz robią wrażenie. Co jeszcze warto wiedzieć na ten temat? Sprawdź.



## Na czym polega growth hacking?

**Growth hacking to technika związana z dość nietypowym stosunkiem do działań marketingowych.** Pojawiła się ona stosunkowo niedawno, a samo określenie „growth hacking” zostało użyte po raz pierwszy w 2010 r. Growth hacking wykracza poza utarte schematy działania oraz koncentruje się na nowatorskich sposobach wpływających na wzrost sprzedaży. Proponowane rozwiązania obejmują nie tylko dwa pierwsze etapy lejka sprzedażowego (budowanie świadomości i pozyskiwanie klientów), ale – tak naprawdę – cały lejek, a więc także zwiększanie zysków oraz opiekę nad klientami.

Zwykle growth hacking obejmuje działania na polach takich, jak: marketing społecznościowy, marketing automation, reklamy PPC, content marketing, mailingi, marketing wirusowy, reverse engineering, SEO, analityka oraz testy A/B. W nieszablonowy sposób wykorzystuje też potencjał mediów społecznościowych oraz rozmaitych programów lojalnościowych. Wszystkie działania powinny być prowadzone przy możliwie jak najniższym nakładzie środków. Ważne, aby techniki stosowane w growth hackingu były także łatwe do śledzenia i testowalne, a zarazem skalowalne.

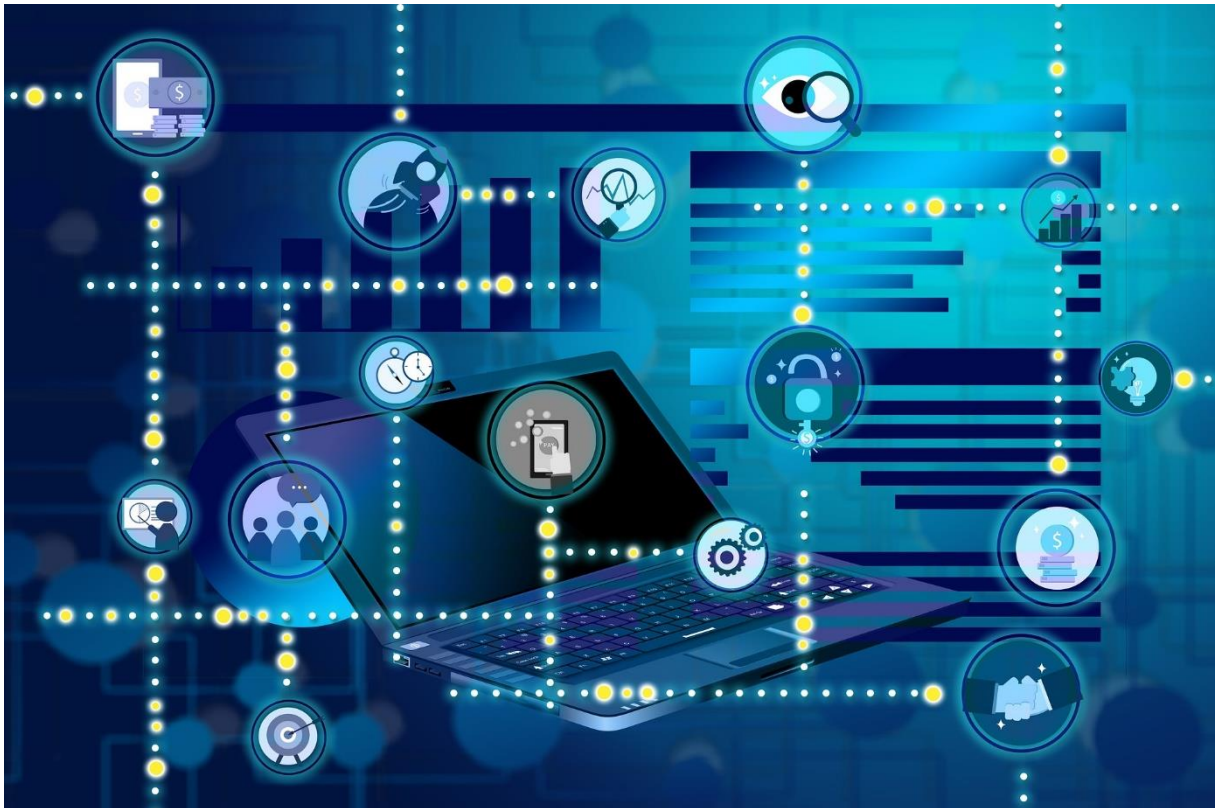
**Można powiedzieć również, że growth hacking to nowoczesna koncepcja marketingu, która eliminuje ewentualne niedociągnięcia klasycznych lejków sprzedażowych** np. poprzez skupianie się na komunikacji społecznej oraz budowaniu więzi. Dzięki reagowaniu na zachowanie internautów oraz budowaniu dialogu marka staje się z kolei bardziej ludzka i jest lepiej postrzegana przez społeczność. Warto jednak zaznaczyć, że w każdej firmie tego typu strategia może być realizowana trochę inaczej.



### **Kim jest growth hacker?**

Growth hacker to osoba zajmująca się growth hackingiem. **Jej celem nie są jednak, wbrew pozorom, jak największe zasięgi, ale dotarcie do najlepszej grupy docelowej przy jak najniższych kosztach.** Growth hacker powinien też dbać o to, aby użytkownicy nie rezygnowali np. z korzystania z konkretnej usługi.

Jakie kompetencje zawodowe powinna mieć osoba na tym stanowisku? Z pewnością ważne są tu umiejętności marketingowe, technologiczne, analityczne, jak również sprzedażowe. Ważne, aby growth hacker potrafił wsłuchiwać się w potrzeby grupy docelowej oraz projektować metody i komunikację, która będzie przyciągać odpowiednich klientów. Musi on także posiadać bogatą wiedzę z zakresu social mediów, content marketingu, analityki i optymalizacji.



### **Dla kogo growth hacking będzie dobrym rozwiązaniem?**

**Growth hacking to świetne rozwiązanie zwłaszcza dla małych firm oraz start-upów**, w których budżet jest stosunkowo mały, natomiast szanse na wybicie się na rynku – bardzo duże. W związku ze wspomnianymi już, niskimi kosztami, jest on dużo tańszy od tradycyjnych form reklamy. Doskonale sprawdzi się także we wszystkich organizacjach i przedsiębiorstwach, w których wymagany jest szybki i dynamiczny wzrost sprzedaży, jak również zwiększenie rozpoznawalności marki. Z działań growth-hackingowych skorzystało już wiele znanych firm. Oto przykłady wykorzystanych przez nich rozwiązań w praktyce.

- **Hotmail** – firma ta jeszcze w latach 90. zadbała o to, aby na końcu każdej wysyłanej przez użytkowników wiadomości znajdował się dopisek „PS I love you, get your free e-mail at Hotmail”, wraz z linkiem do darmowej rejestracji. W ciągu roku serwis pozyskał dzięki temu 12 mln nowych klientów – były to czasy, kiedy korzystanie z poczty najczęściej było płatne.
- **PayPal** – na początku strategia tego przedsiębiorstwa polegała na płaceniu użytkownikom za polecenie każdego znajomego, który dołączy do grona osób korzystających z tego narzędzia. Pieniądze uzyskiwała również osoba, która rejestrowała się do serwisu. To spowodowało, że grono osób korzystających z PayPal bardzo szybko się powiększyło.
- **Gmail** – po pojawieniu się tego narzędzia na rynku, było ono dostępne wyłącznie dla osób zaproszonych przez innych użytkowników, przy czym liczba tych zaproszeń była ograniczona. Użytkownicy dzięki temu czuli się ważni i stawali się szybko ambasadorami marki.
- **Airbnb** – kiedy przedsiębiorstwo to rozpoczynało swoją działalność, stworzyło skrypt, dzięki któremu jego ogłoszenia były automatycznie umieszczane na stronie Craigslist, największym serwisie ogłoszeń drobnych w Stanach Zjednoczonych. Dzięki temu marka osiągnęła spektakularny sukces.

**Jednocześnie warto zaznaczyć, iż taktyka firmy bazująca wyłącznie na growth hackingu nie jest dobrym pomysłem.** Dlaczego? Ponieważ nie zapewni Ci ona stabilności oraz stałego wzrostu. Lepiej

potraktować ją raczej jako wisienkę na torcie, obok tradycyjnych rozwiązań w zakresie marketingu. Ważne jest również to, że aby techniki związane z growth hackingiem działały, musisz mieć naprawdę dobry produkt. Bardzo istotne jest także to, aby precyzyjnie określić, kim jest Twój klient, tak aby odpowiednio zaplanować komunikację marketingową.