MINTADIAGNÓZIS

Minta Nyílászáró Kft.

> Ez egy minta. A Minta Nyílászáró Kft. kitalált vállalkozás, a számok csak szemléltető jellegűek.

A vállalkozás

Tevékenység	Nyílászárók forgalmazása és beépítése
Létszám	16 fő, ebből 3 értékesítő
Érdeklődők forrása	Google- és Meta-hirdetés, kiállítás, ajánlás
Hirdetési költségkeret	Havi 600 000 Ft
CRM	Nincs

Összefoglaló

Hogyan jut el egy érdeklődő a megrendelésig. A számok a szűk keresztmetszeteket jelölik, abban a sorrendben, ahogyan foglalkozni kell velük.

Források	Beérkezés	Felmérés	Árajánlat	Utánkövetés	Megrendelés
Hirdetés, kiállítás, ajánlás, weboldal	Űrlap, telefon, Messenger	Helyszíni felmérés	Excelben készül	Nincs rá rutin	Beépítés
3 5	1		4	2	

1. Az érdeklődők három helyre érkeznek, közös lista nélkül
2. A kiküldött árajánlatok többségét senki nem követi nyomon
3. A hirdetési fiók nem méri, melyik kampány hoz érdeklődőt
4. Az árajánlat kézzel készül, és napokig tart
5. A weboldal nem válaszol a leggyakoribb kérdésekre

A szűk keresztmetszetek

1 Az érdeklődők három helyre érkeznek, közös lista nélkül

MIT LÁTTUNK

Az űrlap egy közös e-mail-fiókba fut be, a telefonhívásokat a három értékesítő a saját füzetébe jegyzi, a Messenger-üzenetekre pedig az válaszol, aki éppen ráér.

MIÉRT AKAD EL ITT A MUNKA

Senki nem tudja megmondani, hány érdeklődő érkezett egy hónapban, és melyikkel ki foglalkozik. Amíg ez nincs meg, a többi lépést sem lehet mérni.

MIT KELL BEVEZETNI

- CRM, amelybe minden érdeklődő bekerül, bárhonnan érkezik.
- Szabály arra, hogy melyik értékesítő kapja az érdeklődőt, és meddig kell visszahívnia.

Építőelem: **Értékesítés és CRM**

2 A kiküldött árajánlatok többségét senki nem követi nyomon

MIT LÁTTUNK

A kérdőív szerint szeptemberben 38 árajánlat ment ki, és 21-re senki nem telefonált vissza.

MIÉRT AKAD EL ITT A MUNKA

Az árajánlatig eljutó érdeklődő mögött már hirdetés, telefonhívás és helyszíni felmérés van. Utánkövetés nélkül ez a munka válasz nélkül marad.

MIT KELL BEVEZETNI

- Az árajánlat a CRM-ben külön szakasz, visszahívási határidővel.
- Automatikus utánkövető e-mail a kiküldés után.
- Heti lista azokról az árajánlatokról, amelyekre senki nem telefonált vissza.

Építőelem: **Értékesítés és CRM**

3 A hirdetési fiók nem méri, melyik kampány hoz érdeklődőt

MIT LÁTTUNK

A Google Ads-fiókban sem az űrlapkitöltés, sem a telefonhívás nincs konverzióként beállítva. A kampányok kattintásra vannak optimalizálva.

MIÉRT AKAD EL ITT A MUNKA

A havi 600 000 Ft-os költségkeretről nem lehet megmondani, melyik része hoz érdeklődőt, és melyik nem.

MIT KELL BEVEZETNI

- Konverziókövetés az űrlapra és a telefonhívásra.
- A kampányszerkezet átrendezése termékcsoportok szerint.

Építőelem: **Fizetett hirdetés**

4 Az árajánlat kézzel készül, és napokig tart

MIT LÁTTUNK

Az értékesítő Excelben állítja össze az árajánlatot a felmérés jegyzeteiből. A kérdőív szerint a felméréstől a kiküldésig átlagosan 4 munkanap telik el.

MIÉRT AKAD EL ITT A MUNKA

Minden ajánlat ugyanazokat a lépéseket ismétli, az érdeklődő pedig addig vár.

MIT KELL BEVEZETNI

- Árajánlat-sablon, amely a felmérés adataiból töltődik ki.
- Értesítés az értékesítőnek, ha egy felmérés után még nem ment ki ajánlat.

Építőelem: **Működés és automatizálás**

5 A weboldal nem válaszol a leggyakoribb kérdésekre

MIT LÁTTUNK

Az értékesítők szerint szinte minden hívásban ugyanaz a három kérdés hangzik el: mennyibe kerül, mennyi a határidő, és mi tartozik a beépítéshez. A weboldalon egyikre sincs válasz.

MIÉRT AKAD EL ITT A MUNKA

Az értékesítők idejének egy része ugyanazokra a válaszokra megy el, és aki nem telefonál, az válasz nélkül távozik a weboldalról.

MIT KELL BEVEZETNI

- Oldal a három kérdésre, a termékoldalakról belinkelve.
- Tartalomnaptár az értékesítőkhöz beérkező kérdésekből.

Építőelem: **Organikus láthatóság**

Ami működik

A helyszíni felmérést az érdeklődéstől számítva egy héten belül megtartják.

Az érdeklődők egy része ajánlásból érkezik: a beépítéssel az ügyfelek elégedettek.

Milyen sorrendben

A sorrend számít. Először a közös lista kell, mert addig semmit nem lehet mérni. Utána az árajánlatok utánkövetése jön, mert ott a munka nagy része már el van végezve. A hirdetés mérése, az árajánlat-készítés és a weboldal csak ezután következnek.

Melyik ajánlat áll a legközelebb

A leírt helyzethez a Synphos Growth Engine áll a legközelebb: van értékesítői csapat és hirdetési költségkeret, de nincs mögöttük rendszer. Ez tájékozódás, nem kötelezettség.

MIRE ÉPÜL EZ A DOKUMENTUM

A diagnózis a kitöltött kérdőívre és a vállalkozás által megadott adatokra épül. Eredményt nem ígér: azt nevezi meg, hogy hol akad el a munka, és mit kell bevezetni. Ez egy minta. A Minta Nyílászáró Kft. kitalált vállalkozás, a számok csak szemléltető jellegűek.