

Értékesítés támogató program/profilozás

1. telefonhívások

1.1 Azonnali eredmény

találkozó leszerzése

1.2 e-mail cím bekérése, hozzájárulás, hogy megkereshetjük

3-5 szegmentáló kérdés feltétele

Célszemély kontaktadatainak begyűjtése

személyes benyomások lejegyzése (pld. nagyon kedves)

2. CRM "folyamatok" megtervezése

Mezők és paraméterek megtervezése

mikor vásárol

milyen csatornán ad el

Mennyit költ

stb.

Folyamatos kommunikáció megtervezése

folyamatos online jelenlét

google kampány

levelek

videó-interjúk

Cikkek szaklapokból

ügyféltalálkozók

telefonhívások

CRM rendszer feltöltése

minden interakció feljegyzésre kerül a rendszerbe

minden adat bekerül a rendszerbe

folyamatosan bővülő mező struktúra

Szegmensek jönnek létre a mező válaszokban foglalt adatok alapján például:

Érdeklődő, de nem volt még ügyféltalálkozón

Kért ajánlatot online, de még nem rendelt soha

Szolgáltatók, akikkel személyesen találkoztunk

Minél jobban szegmentált egy ügyféladatbázis, annál biztosabban és kisebb ráfordítással lehet új ügyfelet szerezni.

3. Postai DM kampány

Megerősíti a kampcsolatot, nívót növel

Tervszámok

Havonta tetszőleges számú feliratkozó a listára

3-20% azonnali eredmény (találkozók)

2 hónapon belül 10-25%-al megnövekedett tárgyalás szám

melegen tartott lista, mely 10-50%-al növeli a 6 hónapon túli értékesítési eredményt átlagosan

Nincs felégetett lista
Minőségi ügyfélkapcsolat tartás
Folyamatos piaci jelenlét
Mérhető és minimalizált költségek