



MiniCRM

Studiu de caz: IDEA FONTANA

Creștere venituri cu 50% în perioada
de criză, cu pași concreți



MiniCRM

Cine este compania Idea Fontana?	4
Provocare: Întârzierea proiectelor	5
Soluție: Procese susținute de automatizări	6
Automatizare pentru începerea unui proiect	7
Automatizările folosite îi ajută și pe clienți	10
Provocare: Timp irosit inutil	13
Soluție: Sistemalizare și recuperarea controlului	13
Gestionarea proiectelor într-un mod vizual	14
Ofertare de 6 ori mai rapidă din șabloane	16
Clienții nu își achită facturile? Lasă asta în grija automatizărilor!	18
Tu ce ai face cu 20 de ore în plus săptămânal?	20
Provocare: Follow-up-uri uitate, venituri pierdute	20
Soluție: Follow-up și remindere automatizate	20
Rezultate	22
Solicit consultanță gratuită	23

Ce ai zice, dacă ți-aș spune că este posibil să ai:

Cu 34% mai multe proiecte, la același număr de angajați.	20 de ore economisite săptămânal din timpul directorului de companie.	0% clienți pierduți în comparație cu 30-40% în anul anterior.
--	---	---

Mulți lideri de IMM-uri se află în situația neplăcută în care compania lor depinde în totalitate de ei și nu îndrăznesc să lase nimic în grija angajaților lor. Dacă ei nu sunt implicați, sarcinile nu sunt finalizate la timp sau într-un mod corespunzător.

Prin urmare, liderul unui IMM are de ales între două opțiuni:

- 1. Se resemnează că are pierderi în valoare de milioane.**
- 2. Lucrează 60-70 de ore pe săptămână pentru a rezolva toate problemele care apar.**

Liderul companiei **Idea Fontana** a întâmpinat o situație asemănătoare, însă a căutat soluții diferite. S-a decis să soluționeze aceste probleme organizându-și mai bine compania și pentru asta a solicitat ajutor de la MiniCRM.

În acest **studiu de caz**, oferim informații detaliate, pe care liderul companiei Idea Fontana le-a împărtășit cu noi despre transformarea companiei sale în 4 luni de utilizare a sistemului CRM. Datorită faptului că a lucrat din greu, a reușit să obțină rezultate fantastice precum:

- Finalizarea **cu 34% mai multe proiecte** în aceeași perioadă de timp, cu același număr de angajați

- **Economisirea a 20 de ore pe săptămână**, pe care le-a dedicat dezvoltării unui nou domeniu de afaceri
- **Scăderea numărului de clienți pierduți de la 30% la 0%**
- În loc de 50% cum era anterior, acum **84% dintre oferte sunt închise cu succes**

Cine este compania Idea Fontana?

„În primul rând construiesc încredere nu neapărat față de mine, ci față de studiourile de graphic design în general. Scopul meu este de a le face pe plac partenerilor noștri care au încredere în noi și de a reconstrui încrederea în cazul potențialilor parteneri care vin la noi de la alte studiouri grafice unde au fost dezamăgiți. ”

Zoltán Kocsis, Director, Idea Fontana

Idea Fontana se definește ca fiind o companie de marketing și grafică de nivel secundar, ceea ce înseamnă că pun același accent pe **preț, calitate și termene limită**. Câștigarea și menținerea încrederii este la fel de importantă precum calitatea materialului finit și faptul că toți clienții își primesc comenzile la timp.

Pentru ei asta nu este doar o chemare vocațională, ci și o atitudine care aduce satisfacție financiară. Când au analizat piața, au vrut să afle care este cea mai mare problemă a companiilor cu agențiile de graphic design. Răspunsul primit a fost: **calitatea și termenele limită nerespectate**. Știind că aceste lucruri nu ar reprezenta o problemă pentru ei, fără nicio reținere s-au concentrat pe asta.

Toate acestea nu sunt doar cuvinte goale, **întrucât ei asigură și o garanție de 100% și returnează în întregime banii, dacă proiectul nu este finalizat**

la timp.

Asta poate fi o mișcare riscantă pentru un IMM de dimensiune medie, mai ales că deseori se lucrează pe proiecte complicate, unde se așteaptă mult atât după parteneri, cât și după clienți, însă ei **au adoptat metode datorită cărora nu a fost nevoie de rambursări.**

Prin asta au atras atenția acelor companii care au fost dezamăgite de alte agenții de grafică și marketing și **acest lucru se reflectă și în vânzările avute, care au crescut cu 50%** în comparație cu aceeași perioadă a anului trecut.

Însă pe parcurs s-au confruntat cu mai multe provocări. Mai jos vom descrie metodele specifice pe care le-au folosit în obținerea acestui rezultat în doar câteva luni.

Provocare: Întârzierea proiectelor

În ciuda eforturilor, termenele limită nu au fost întotdeauna respectate. Nu este de mirare, întrucât un proiect trece prin mâinile mai multor persoane, inclusiv angajați, clienți și parteneri. În multe cazuri, trebuie să aștepte unii după alții, astfel, dacă întârzie cineva, poate adăuga zile sau săptămâni la timpul de finalizare al unui proiect.

Pe de o parte, din cauza acestui aspect, au lucrat mai mult decât ar fi fost optim, iar, pe de altă parte, clienții au fost nemulțumiți în proporție de 30-40%. Ambele probleme au cauzat pierderi de venituri. Abordarea a fost legată de simplificarea proceselor interne, îmbunătățirea comunicării și automatizare.

Soluție: Procese susținute de automatizări



Primul pas a fost să adune toate etapele importante în finalizarea proiectelor lor, pe care le-au introdus apoi într-un modul de proiecte [MiniCRM](#). Deși au o mulțime de servicii diferite, de la început au încercat să standardizeze procesul într-un mod cât mai simplu și **să creeze pași care pot fi folosiți în cazul fiecărui proiect.**

Atunci când au o nouă lucrare (care începe cu înregistrarea și trimiterea unei oferte), aceasta este introdusă cu un număr de înregistrare în modulul de proiecte MiniCRM și este pregătită de gestionat.

Acest lucru în sine a fost un imens pas înainte care i-a ajutat să vadă lucrurile mai clar. În cazul fiecărui proiect, este clar tuturor ce se întâmplă cu acel proiect, ce se va întâmpla cu el sau după ce se așteaptă.

Acesta este deja un ajutor, deoarece liderul companiei poate verifica în fiecare seară sau chiar în timpul zilei în ce etape

se află proiectele în derulare, unde există blocaje și nu mai este necesar să se sune reciproc. Însă acesta a fost doar primul pas.

Dacă în continuare liderul ar trebui să se asigure că totul a fost finalizat la timp și că există progres în proiect, ar necesita mai puțin timp ca înainte, dar tot ar fi prea mult. În plus, nu ar putea să observe totul la timp, astfel întârzierile minuscule ar duce până la urmă la întârzieri mari, care sunt deja mult mai greu de rezolvat.

Automatizările sunt soluția. Să vedem câteva exemple concrete.

Automatizare pentru începerea unui proiect

Să luăm procesul de la început. Ofertele sunt trimise folosind șabloane [MiniCRM](#), care includ detalii despre comandă și preț, desigur. De asemenea, este inclus și un buton prin care, clientul comandă serviciul printr-un singur click. Foarte simplu!

Costuri de livrare (La o comandă de 700 de Ron+TVA livrarea este gratuită în Budapesta la o adresă)

Zona 1 - sectorul 4 și 13 - 25 RON + TVA

Zona 2 - sectoarele 14, 15, 8, 7, 6, 5, 1, 2, 3 și 12 - 30 RON+TVA

Zona 3 - sectoarele 11, 9, 10, 16 - 35 RON+TVA

Zona 4 - sectoarele 22, 21, 20, 19, 18,17, 23 - 42 RON+TVA

Costurile de livrare mai sus menționate includ doar o singură livrare la domiciliu. În alte situații (greutate mare, dimensiuni mai mari de 2 m) este nevoie de clarificări.

Budapesta, {%Date.Today%}
{%Sender.EmailSignature%}

Solicite comandă

Nu solicit comandă

Acest lucru a accelerat procesul, deoarece clientul a trebuit doar să dea click pe un buton, nu să scrie un e-mail sau să sune pentru a comanda serviciul.

Prin apăsarea butonului comandă i se va aloca automat statusul „Comandat - Poți începe”. Există mai multe automatizări asociate cu acest status. Când un proiect ajunge aici, [MiniCRM](#) trimite un e-mail automat către client prin care îl informează că a fost primită comanda și un coleg îl va contacta în curând.

Între timp, colegului care este responsabil de această sarcină i se dă o sarcină pentru a începe munca. Dacă comanda ar fi făcută prin viu grai sau prin e-mail, aceste informații ar putea fi confundate sau uitate. **Sarcina din MiniCRM, pe de altă parte, este creată automat cu numele persoanei responsabile de aceasta și cu un termen limită.**

Sarcini

 Sarcină nouă



Szabó Gerő

 Astăzi

Clientul a comandat serviciul, verifică cardul clientului și începe munca!

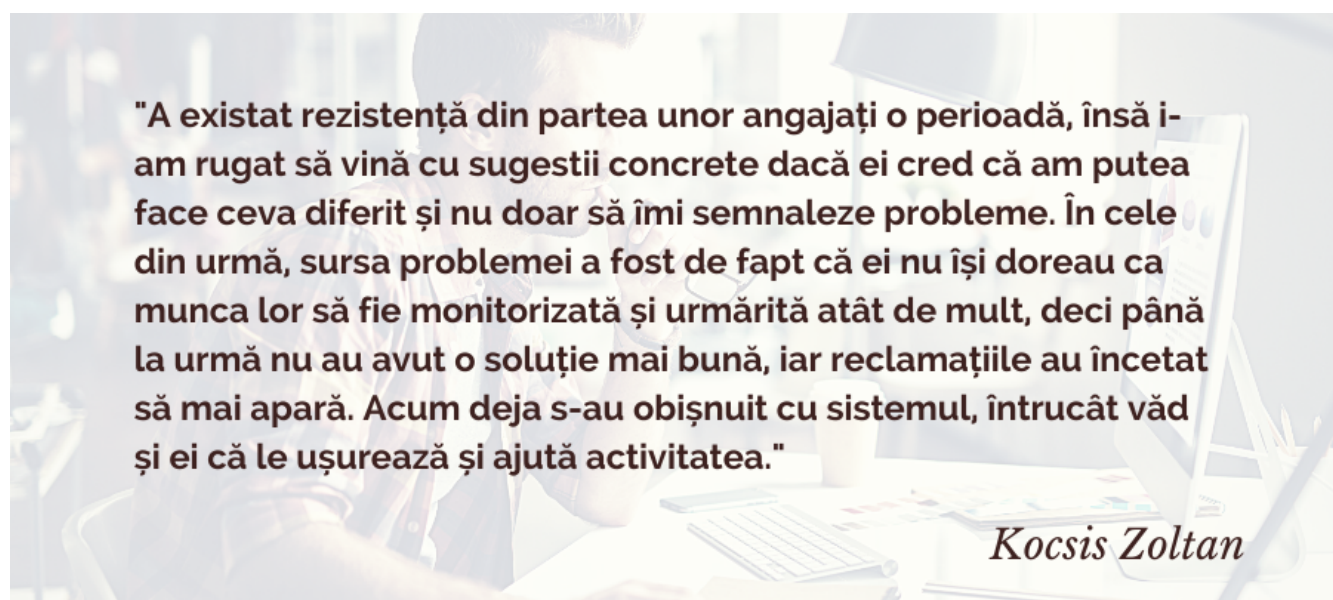
Marchează ca finalizat

 Editează

Acest șablon de sarcină este inclus în sarcinile zilnice ale responsabilului, care sunt aranjate în ordine cronologică. Atunci când expiră, apar cu un semnal de avertizare roșu, atrăgând atenția asupra lor.

CARDURI CU SARCINI EXPIRATE	STATUS	RESPONABIL SARCINĂ	DATA REALIZĂRII
 [Redacted]	Vânzare pierdută	Szabó	 iun. 24. (o lună în urmă)
SARCINI DE ÎNDEPLINIT ASTĂZI	STATUS	RESPONABIL SARCINĂ	DATA REALIZĂRII
 [Redacted]	Evaluare nevoi	Szabó	 Astăzi
OPORTUNITĂȚI FĂRĂ SARCINĂ	STATUS	RESPONABIL SARCINĂ	DATA REALIZĂRII
 [Redacted]	Evaluare nevoi		
 [Redacted]	Vânzare câștigată		

Zoltán acordă o atenție deosebită ca nimeni din echipa lui să nu aibă sarcini cu termene limită expirate până la sfârșitul zilei. Deoarece asta ar însemna că aceste sarcini vor fi finalizate abia a doua zi. **Iar ei nu își pot permite acest lucru, întrucât proiectele clienților pot fi grav afectate și de o singură zi de întârziere.**



The image shows a web form titled "Ofertă" (Offer). It contains several sections: a blue "Încarcă" (Upload) button; a section "Clientul a cerut oferta pe:" (The client requested the offer on:) with a date picker set to "2020. iulie 24. vineri"; a section "Detalii proiect" (Project details) with two date pickers: "Termen limită pentru pregătire*" (Deadline for preparation*) set to "2020. iulie 28. marți" and "Termen limită pentru livrare" (Deadline for delivery) set to "2020. iulie 31. vineri"; a text input field "denumire lucrare" (Work name) containing "strong_logo restaurant"; a section "Documente proiect" (Project documents) with another blue "Încarcă" button; and a "Dimensiune" (Size) input field containing "30x50 cm".

În această imagine putem vedea procesul de gestionare al unui proiect în cadrul companiei Idea Fontana. După ce datele proiectului sunt analizate, colegul responsabil schimbă statusul proiectului în „În curs - pregătire grafică”, iar acest lucru declanșează o nouă automatizare. Clientul primește o notificare prin e-mail că un coleg a început să lucreze pe acest proiect, așa că poate să stea liniștit. E-mailul include, de asemenea, detalii despre termenul limită și lucrarea în sine, informații care sunt extrase din modulul de comandă de către șablonul de e-mail. **Nu este nevoie să aloce nici măcar un**

minut acestui lucru, însă clientul este mult mai mulțumit datorită acestor e-mailuri.

Automatizările folosite îi ajută și pe clienți

Când grafica este finalizată, aceasta este trimisă clientului pentru verificare. Iar aici se folosesc de **o automatizare foarte creativă!** Când materialul finalizat este trimis către client, comanda trece în etapa următoare. Materialul finalizat poate staționa aici maxim două zile, iar dacă acest termen expiră, și clientul și persoana responsabilă de proiect vor primi câte un e-mail.

Sistemul trimite un e-mail către client amintindu-i de materialul trimis pentru verificare și cerându-i să răspundă astfel încât finalizarea materialului să poată să fie făcută la timp.

Este fantastic să vezi așa ceva la un IMM autohton. În comparație cu multe companii care pasează responsabilitatea clientului și afirmă că proiectul întârzie, întrucât clientul nu răspunde la timp, Ideia Fontana vrea să își **AJUTE** clienții și să gestioneze proiectele împreună cu clienții lor. Ei lucrează pentru clienții lor, chiar dacă aceștia mai uită de câte ceva.

La începutul acestui document, am menționat că de la implementarea sistemului, pierderea clienților este de 0%. De aceste detalii mici, dar importante depinde de fapt dacă un client rămâne fidel ani la rând sau renunță la serviciile lor la prima ofertă a concurenței cu 10% mai ieftină.

Folosesc aceeași metodă și în cazul subcontractanților, întrucât sunt la fel de responsabili și pentru munca lor. Dacă o lucrare staționează prea mult timp la un partener, și aceștia vor primi un reminder automat.

Totodată ei folosesc și o metodă simplă, dar creativă, pentru evitarea greșelilor în cazul subcontractanților cu care colaborează. Pentru asta este important de știut că fișa sau cardul de înregistrare a clientului conține toate informațiile necesare pentru finalizarea unui material.

Dimensiune	30x50 cm
Lungime	1
Culoare	4+0
Material	Plastic de 3 mm
Legare	-
Exemplare	1
Detalii	Vă rog să alegeți un nume dintre cele menționate și faceți câte un plan pentru cel puțin 1-2. Restaurantul o să aibă meniu tradițional și o să fie de tip autoservire. Pe baza acestora trebuie să alegem un nume și să facem o ilustrare grafică potrivită. Ilustrarea grafică cu tocătorul și tacâmuri pe partea stângă să rămână. (Îl găsești atașat)

Când un proiect este gestionat de un subcontractant, nu este necesar să îi trimită acestuia un e-mail cu toate informațiile.

Dacă se bifează căsuța de „subcontractant” pe fișă și proiectul intră în etapa de implementare, sistemul va **trimite automat un e-mail către Zoltán cu informațiile din fișă**, pe care, după verificare, le va trimite subcontractantului. Datele nu sunt uitate și fișele conțin toate informațiile necesare, în doar 30 de secunde.

Cu aspecte din acestea aparent minuscule, ei reușesc ca experiența

clientului să fie una impecabilă. Clientul știe întotdeauna cum progresează proiectul și știe exact ce se întâmplă în fiecare moment. Acest lucru asigură liniște și relaxare clientului și acesta nici nu se gândește să caute o altă companie pentru proiectele lui.

Provocare: Timp irosit inutil

Un lider de companie poate obține din multe resurse și mai multe. Însă nu și din timpul lui. Este un lucru clar că una dintre cele mai mari valori ale noastre este timpul nostru, însă deseori uităm de asta. Îl irosim, îl risipim și între timp ne plângem că și dacă am avea 40 de ore într-o zi tot nu ne-ar ajunge să ne finalizăm munca.

Zoltán, liderul companiei Idea Fontana, s-a confruntat și el cu probleme similare. Iar pentru o persoană foarte creativă, plină de idei pe care de abia așteaptă să le pună în aplicare, lipsa timpului chiar este o problemă foarte mare. Prin urmare, pentru el a **fost foarte important să își poată elibera suficient timp pentru dezvoltarea companiei, cât și pentru implementarea unor noi domenii, servicii și idei în loc să se ocupe de sarcinile administrative.**

Soluție: Sistematizare și recuperarea controlului

Ce consumă cel mai mult timpul liderilor de companie dacă în mod constant, zilnic trebuie să gestioneze și să rezolve probleme. Această lucrare de ce nu este gata încă? Când va fi gata? Cine cu cine a discutat despre asta? Și tot așa. Cu asta se confrunta și liderul companiei Idea Fontana.

Poate că îți este deja clar cum se leagă această secțiune cu conținutul secțiunii anterioare. Datorită faptului că au devenit mai organizați, nu numai că și clienții erau mai mulțumiți, dar și **Zoltán, liderul companiei Idea Fontana, a economisit foarte mult timp cu procesele implementate, care ghidează angajații companiei în locul lui.**

Însă pe lângă aspectele prezentate în secțiunea anterioară, mai sunt câteva lucruri care merită menționate aici.

Gestionarea proiectelor într-un mod vizual

În spatele acestui titlu se află de fapt un lucru foarte simplu. Compania Idea Fontana folosește board-ul kanban [MiniCRM](#), care, organizează vizual

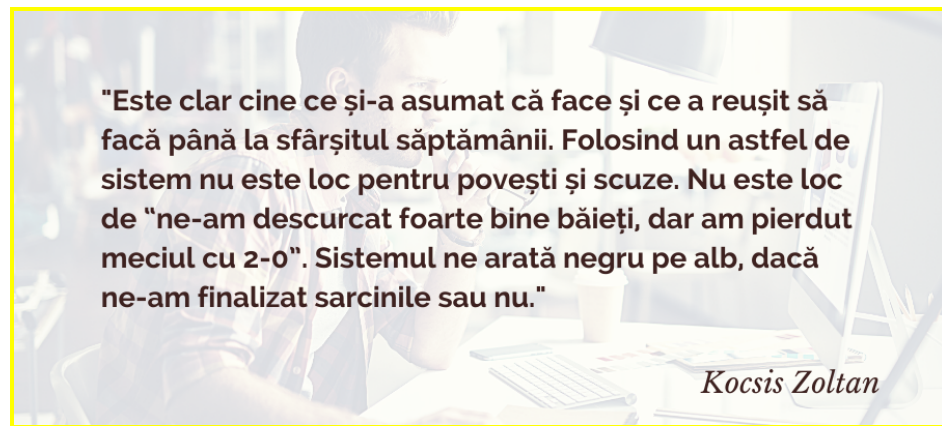
în coloane etapele unui proiect și putem vedea cu ușurință în ce etapă se află un anumit proiect.

Tot ce trebuie să facă este să discute la o întâlnire de planificare de la începutul săptămânii ce proiecte vor fi gestionate în acea săptămână și în ce etapă ar trebui să ajungă proiectele respective până la sfârșitul săptămânii.



Fiecare card reprezintă de fapt o fișă, care are desemnat și un responsabil. Astfel este clar pentru toată lumea ce trebuie să facă și ce trebuie să livreze până la sfârșitul săptămânii.

Cum spune și Zoltan, liderul companiei Idea Fontana:



Sistemul îl scapă de o povară imensă pe Zoltan, doar prin simplul fapt că se vede clar cine ce sarcini își asumă pentru săptămâna în curs și devine foarte clar cine ce are de făcut. Pentru asta le vine în ajutor o funcționalitate minusculă, dar foarte utilă.

În sistem, nu doar proiectele au un termen limită ci și fiecare sarcină în parte. Aceste sarcini sunt generate automat de sistem (de exemplu dacă un prospect nu a răspuns la oferta trimisă) sau chiar și angajații își pot aloca sarcini între ei.

Zoltán își poate filtra cu ușurință sarcinile sau poate vizualiza sarcinile tuturor într-o listă. În această listă sarcinile sunt puse în ordine cronologică, iar **sarcinile cu termene limită expirate sunt marcate cu culoare roșie.**

CARDURI CU SARCINI EXPIRATE	STATUS	RESPONABIL SARCINĂ	DATA REALIZĂRII
 	Vânzare pierdută	Szabó	 iun. 24. (o lună în urmă)
SARCINI DE ÎNDEPLINIT ASTĂZI	STATUS	RESPONABIL SARCINĂ	DATA REALIZĂRII
 	Evaluare nevoi	Szabó	 Astăzi
OPORTUNITĂȚI FĂRĂ SARCINĂ	STATUS	RESPONABIL SARCINĂ	DATA REALIZĂRII
 	Evaluare nevoi		
 	Vânzare câștigată		

Astfel lucrurile sunt clare. Zoltan poate verifica sarcinile în curs în fiecare seară accesând sistemul. Dacă sesizează vreo sarcină cu semn de exclamare roșu, atunci știe unde trebuie să intervină sau măcar să vadă ce se întâmplă cu sarcina respectivă.

Fiecare angajat știe clar care sunt expectanțele legate de sarcini (**să nu existe nicio sarcină cu semn de exclamare roșu când termini ziua de lucru!**), astfel devine mai ușor să țină cont de asta. O astfel de cerință nu

poate fi interpretată în mai multe feluri.

Ofertare de 6 ori mai rapidă din șabloane

Acel sentiment când “am fost ocupat/ă toată ziua și tot nu simt că am făcut prea multe” este unul cunoscut pentru toată lumea.

Asta se poate datora și faptului că deja facem într-un mod automat unele sarcini și nici nu realizăm cât timp ne ia să le îndeplinim.

De exemplu ofertarea este o sarcină de genul acesta. Unii lideri de companie chiar au cronometrat cât timp le ia să formuleze și să scrie o ofertă: în jur de 20 de minute, ceea ce în unele cazuri ar însemna cca 2 ore zilnic petrecute doar cu asta.

Odată cu implementarea sistemului, trimiterea ofertelor ia mai puțin de un minut în cazul companiei Idea Fontana. Și nu doar că nu comit greșeli, ci atașează și alte oferte pe lângă oferta principală, care nu o dată au adus și rezultate.

Toate astea datorită șabloanelor și câmpurilor cu variabile [MiniCRM](#). Fiecare e-mail trimis din MiniCRM aparține de fapt unei fișe a unui client sau proiect. Deci în șablonul de e-mail poți accesa toate informațiile clientului de pe fișa/cardul său.

Prin urmare, când compania Idea Fontana a pregătit în prealabil un e-mail de ofertare, a făcut-o prin introducerea acestor câmpuri cu variabile în e-mail, iar la trimiterea e-mailului respectiv cu ajutorul acestora sunt „extrase” datele necesare ale clientului sau ale proiectului.

Detalii ofertă

Nume proiect {%nume.proiect%}
Dimensiune {%dimensiune%}
Lungime {%lungime%}
Culoare {%culoare%}
Material {%material%}
Legare {%legare%}
Număr exemplar {%număr exemplar %}
Pregătire tipografie {%pregătire.tipografie%}
Finalizare tipografie {%finalizare.tipografie%}

Termen de plată {%termen.de.plată%}

Pot selecta orice câmp care apare pe fișe, precum și detaliile proiectului și data de finalizare a proiectului. Astfel datele introduse pe fișă în momentul comenzii pot fi extrase direct în șablonul de e-mail, **iar clientul va fi uimit că primește deja oferta în timp ce vorbește.**

Detalii ofertă

Nume proiect: 7151289/2020
număr: Idea_20200715
Dimensiune: A/4
Lungime: Pagini interioare: 444 de pagini + anexa de la sfârșit 8 pagini + copertă: 4 pagini
Culoare: 4+4
Material: Pagini interioare: Ofszet 80 g
Copertă: Legare: carte legată cu adeziv, coperta pe o pagină cu folie, anexa de 8 pagini de la sfârșit separat
Legare:
Număr exemplar: 1000
Pregătire tipografie: 0 Ron + TVA
Finalizare tipografie
Termen de plată - Transfer

Poți face asta nu doar în cazul ofertelor ci și în cazul altor e-mailuri. Noi credem că este mult mai eficient să avem șabloane pentru e-mailuri pe care le trimitem de mai multe ori (și clienților noștri le sugerăm să facă la fel). Iar dacă detaliile e-mailului sunt unice, nu este nicio problemă, întrucât

cu aceste variabile, orice parte a e-mailului poate fi personalizată pentru un client specific sau putem adapta manual aceste șabloane.

Clienții nu își achită facturile? Lasă asta în grija automatizărilor!

Totuși să nu ne gândim că îl trimitem pe Terminator să caute clientul și să îi spargă ușa. Este mult mai simplă și mai prietenoasă metoda folosită de compania Idea Fontana. Această metodă **nu doar că economisește foarte mult timp, dar nici nu au clienți restanți în acest moment.**

Cum fac asta?

Au implementat și modulul de facturare [MiniCRM](#), adică și procesul de facturare funcționează în legătură strânsă cu celelalte procese. Fiecare factură este gestionată în acest modul, începând de la întocmirea facturii, achitarea facturii până la închiderea cu succes a facturii.

Pentru asta, compania Idea Fontana a implementat și o automatizare, care nu face nimic altceva decât **dacă termenul de plată a expirat de X zile, atunci clientul restant va primi automat un e-mail șablon scris în prealabil.**

Prin metoda mai sus menționată, datele vor fi introduse automat, astfel atât suma, cât și termenul de plată vor apărea în acest e-mail fără să fie nevoie de implicarea cuiva.

B i U A: [Icons]

Dragă {%Recipient.Name%}!

Vrem să te anunțăm că termenul de plată pentru factura cu numărul {%Invoice.Number%} și cu suma finală de {%Invoice.Amount%} RON a expirat de 3 zile.

Poți accesa factura **dând** click pe link-ul de mai jos.
{%Invoice.DocumentUri%}

Mulumim.

{%Sender.EmailSignature%}

Caracterele : 284

Tot ce vede clientul este că primește un e-mail, prin care i se reamintește termenul de plată și i se oferă suport.

În cele mai multe cazuri este vorba doar de neatenție, iar aici ajută un reminder programat când trebuie. Cu această automatizare creată în câteva ore, compania Idea Fontana a economisit ore întregi lunar și **gestionează sute de cazuri de genul acesta anual, fără să fie nevoie de intervenție umană.**

Tu ce ai face cu 20 de ore în plus săptămânal?

Provocare: Follow-up-uri uitate, venituri pierdute

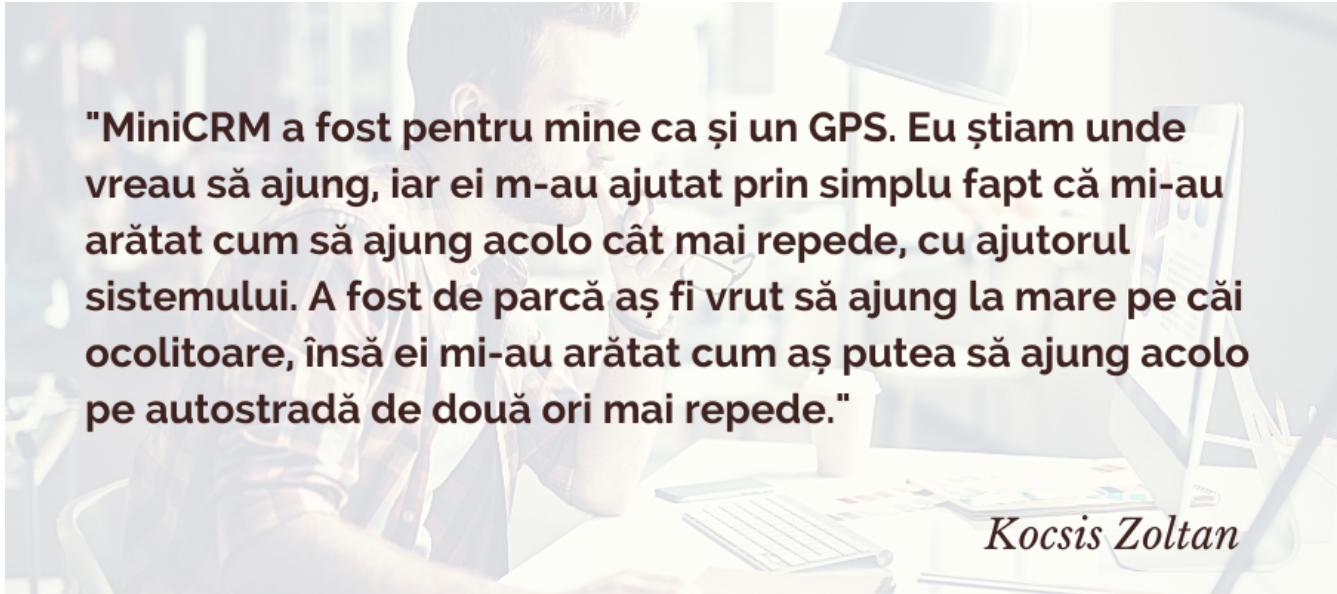
Fiecare IMM, care nu are un sistem centralizat se confruntă cu următoarele situații:

1. Primesc solicitări
2. Se trimite oferta
3. Descoperă peste câteva săptămâni, că nu au primit răspuns, deci contactează prospectul, însă el deja a cumpărat din altă parte

Compania Idea Fontana s-a confruntat cu aceeași problemă, pe care au vrut să o soluționeze neapărat când au început să folosească sistemul [MiniCRM](#). După spusele lor, au pierdut aproape jumătate din prospecții ofertați, din cauza faptului că nu au făcut follow-up la ofertele trimise.

Soluție: Follow-up și remindere automatizate

Dacă ai ajuns până aici în acest studiu de caz, probabil nu ești surprins să afli că, și în acest caz, soluția a fost automatizarea. Trebuie să știi totuși că nu a fost un tratament miraculos. Ai nevoie de un proces bine definit în spate, pe care îl aduci cu tine și îl dezvolți. Consultantul de implementare MiniCRM te ajută să traduci acest proces cât mai bine, pe limbajul sistemului, și astfel să îți fie cât mai ușor să faci automatizarea acestor procese.



"MiniCRM a fost pentru mine ca și un GPS. Eu știam unde vreau să ajung, iar ei m-au ajutat prin simplu fapt că mi-au arătat cum să ajung acolo cât mai repede, cu ajutorul sistemului. A fost de parcă aș fi vrut să ajung la mare pe căi ocolitoare, însă ei mi-au arătat cum aș putea să ajung acolo pe autostradă de două ori mai repede."

Kocsis Zoltan

Cum funcționează automatizările aici? Sistemul verifică dacă un prospect

are statusul de “ofertă trimisă” și, **dacă nu se schimbă nimic în 2 zile, atunci va trimite un e-mail scris în prealabil și un reminder către persoana responsabilă, ca să ia legătura cu prospectul respectiv cât mai repede.** Toate informațiile legate de solicitarea făcută le va găsi tot aici.

Numele șablonului *

Ofertă trimisă

Subiect *

A(z) {%Project.Name%} - Serviciul pentru proiectul {%Project.Name%} încă nu a fost comandat

B *i* U **A:**          

Bună {%Project.UserId%}!

Serviciul mai sus amintit încă nu a fost comandat. Întreabă, dacă îți putem ajuta.

Mulumesc

Caracterele : 115

Acest pas simplu este subapreciat de către multe companii. Cu toate acestea, lipsa unui răspuns nu înseamnă un răspuns negativ. Compania Idea Fontana știa că, chiar dacă nu au primit un răspuns imediat, merită să recontacteze prospecții interesați. Poate aceștia au uitat sau au considerat că ceva din ofertă era nepotrivit pentru ei și merită să aibă măcar o discuție.

Merită să implementezi acest lucru? **Înainte de implementarea follow-up-ului automat au pierdut cel puțin jumătate din prospecții ofertați, iar acum reușesc să convertească 84% din prospecți în clienți.** Prin follow-up-ul la timp al ofertelor trimise, au făcut un pas mare în față și

au posibilitatea să discute cu prospecții, să negocieze și să gestioneze obiecțiile lor.

Rezultate

Directorul companiei Idea Fontana, Zoltán, știa clar de ce are nevoie compania lui ca să treacă la următorul nivel și să ofere servicii și mai de calitate. Iar pentru asta nu i-a părut rău să investească timp și energie. Rezultatele vorbesc de la sine.

- Realizează cu succes **cu 34% mai multe proiecte**, în același timp și cu același număr de angajați
- **20 de ore economisite săptămânal** din timpul liderului de companie. Timp pe care l-a folosit să își dezvolte serviciile.
- **0% clienți pierduți în comparație cu 30-40% de anul trecut.**
- De la 50%, acum **reșesc să convertească 84% din prospecți în clienți.**

Pentru toate acestea, nu a fost nevoie de abilități speciale sau de buget imens (au început să folosească sistemul odată cu apariția crizei), însă știau ce vor. Nu contează situația în care ne aflăm. Vrem o companie de succes!

Cei care se gândesc la fel, probabil au reușit deja să își dea seama prin prisma acestui caz, cum i-ar putea ajuta [MiniCRM](#). **Iar asta nu este tot.**

Nu am menționat o mulțime de alte posibilități, de care se bucură peste 1800 de companii, care folosesc zilnic sistemul MiniCRM. **Însă fiecare companie este unică.**