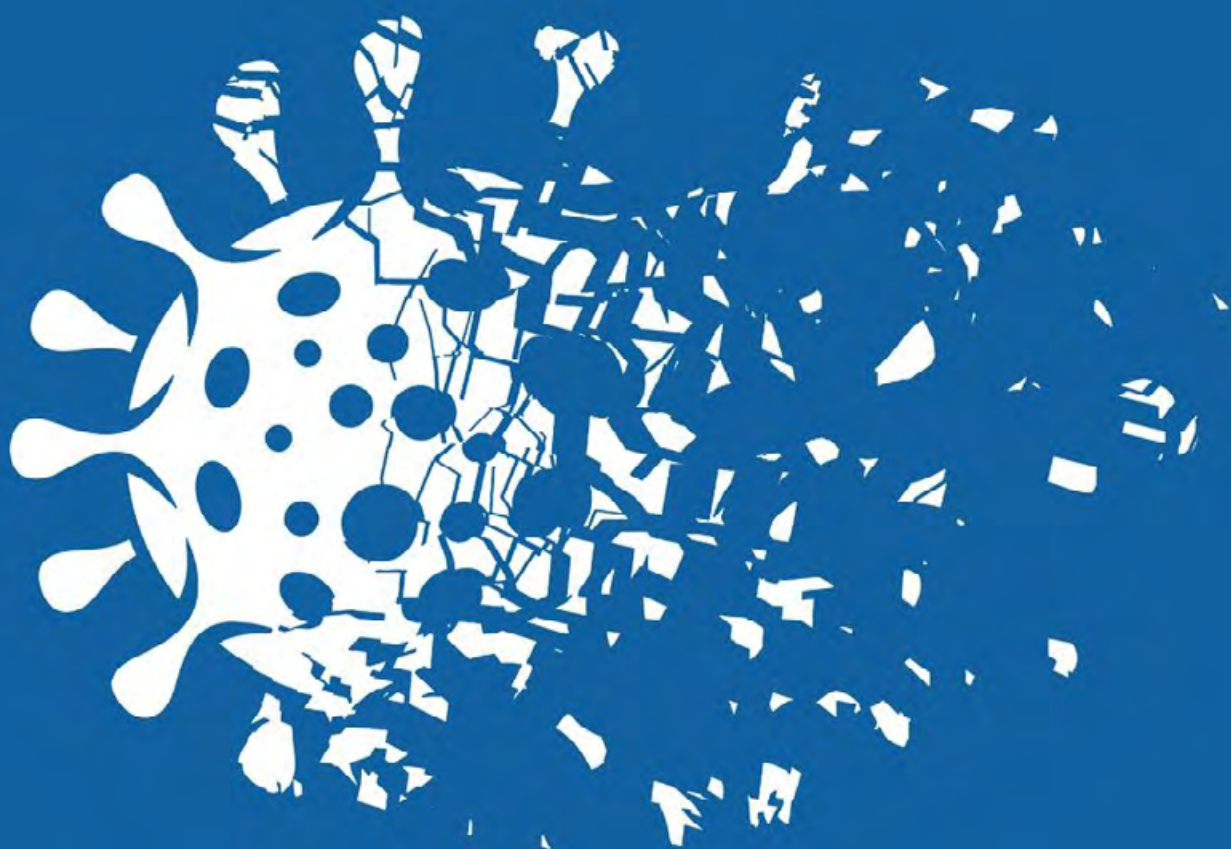


A MINICRM ALAPVETŐ ÜZLETI TÚLÉLÉSI ÚTMUTATÓJA A KORONAVÍRUS VÁLSÁGHOZ



*Leskó Norbert, Egerszegi Krisztián,
Norcen Gábor és Saleh Bettina*

A szinte egyik napról a másikra begyűrűző járványügyi korlátozások hirtelen megtorpanásra kényszerítették a gazdaságot. Ellentmondó hírek kergetik egymást arról, hogy mennyire súlyos a gazdasági és járványügyi helyzet és arról is, hogy mindez meddig húzódik el.

A cégek eltérően reagálnak.

Van olyan cég Magyarországon, ahol már a válság első két hetében 90-ről 30-ra csökkent a dolgozói létszám. Minimálisra csökkentették a költségeket, köztük a marketing és értékesítési kiadásokat is.

Más vállalatok inkább a kivárás taktikáját választották. Ideiglenesen felfüggesztették a működésüket, szabadságra küldték a dolgozóikat. Fix költségeiket és működési struktúrájukat nem változtatták. Arra készülnek, hogy hamarosan visszatér minden a régi kerékvágásba.

A rossz hír az, hogy az elkövetkező időszakban egyik sem lesz jó stratégia.

A jó hír pedig az, hogy a jó stratégia létezik és megvalósítható.

Minden cégvezető ki tudja hozni megerősödve a vállalkozását ebből a helyzetből, ha azzal foglalkozik, amire hatása van és ignorál mindent, amire nincs.

Az üzleti túlélés arany szabálya:	10
Az “új valóság”	11
Az üzleti túlélés 10 alapvető szabálya	14
1. Hatáskör. Foglalkozz azzal, amire hatásod van, és ignoráld azt, amire nincs!	15
Saját hatáskör	17
2. Pozitív hozzáállás. Ragadd meg a helyzetből származó lehetőséget a megújulásra.	20
3. Az emberek állását megmenteni: erkölcsi kötelességünk.	21
Egy csepp a tengerben?	23
A dolgozók felelőssége	24
4. Vissza az alapokhoz: mániákusan tökéletes ügyfél kiszolgálás	26
Váltsd le a post-itet, az Excelt és az emailézést!	27
Az idő pénz. Neked és a vevődnek is.	28
Gondoskodj az elegendő munkaerőről!	29
Dolgozz szabadúszókkal!	30
Építs a legjobb vevőidre!	30
Mérj!	31
Halálspirál és amit még tanultunk az előző válságokból	32
5. Cash-flow javítás 1: Költségcsökkentés, költség-kontroll	35

Költségcsökkentés azonnal, precízen	35
Tervezz előre	37
Tervezett cash-flow, valós idejű kontrolling	39
Állítsd le a marketinget, ami viszi a pénzt	39
6. Cash-flow javítás 2: Bevétel szerzés válságban	41
Piac szerzés	41
Határozott kintlévőség kezelés	42
Költs marketingre, ami hozza a pénzt	43
Ne hagyj fel az értékesítéssel	44
Szabadulj meg a beragadt raktár készlettől	45
Fókuszálj a profit növelésére	46
7. Fejleszd a céged, termékeidet, szolgáltatásaidat	51
Építsd szabályokra a vállalatot!	52
Építs ki vállalati kontrollrendszert!	53
Fókuszálj az azonnal megtérülő fejlesztési lehetőségekre!	54
Digitalizálj!	56
Fejleszd a munkatársaidat!	58
A fejlesztések veled maradnak	59
8. Nyiss kapcsolódó piacok felé	60
Más szolgáltatás a meglévő ügyfeleknek	61

Új ügyfélkörnek hasonló szolgáltatás	63
Változtass minden héten, lépésről lépésre haladj	65
9. Váltás rövid távról hosszú távú előrelátásra!	67
10. Produktivitás távmunkában	69
Mérés, riportolás	69
Szabadulj meg a feleslegtől	70
11. A cégvezetők legnehezebb feladata	71
3 technika, ami nekem már segített	73
Hogyan segít most egy jó CRM?	77
Ügyfélszerzés	79
Érdeklődők gyűjtése	80
Érdeklődők gyűjtése 2.0	83
Érdeklődők gyűjtése 3.0	84
Érdeklődők utánkövetése, értékesítés	85
Ügyfélszolgálat	88
Projekt-megvalósítás	91
Eseményszervezés	94
Számlázás, pénzbehajtás	98
HR és munkatársak keresése	99
Partnerek	100

Hogyan értékesíts válság idején?	102
Valós vészhelyzet, de túl fogjuk élni	103
3 alapvetés a sikeres értékesítéshez válságban	106
A fegyelem a siker záloga	106
Folytonosság vs. intenzitás	108
Cselekedj és ösztönözz cselekvésre	110
Válaszok a leggyakoribb kérdésekre	112
Amikor ügyféllel beszélek, elismerjem, hogy válság van?	113
Milyen hosszan tart majd a gazdasági bezuhanás?	114
Mit tegyek ha nem tudok új ügyfelet szerezni?	116
Még brutális kedvezménnyel se akarnak vásárolni tőlem	117
Útmutató és elengedhetetlen eszközök távmunkához	119
Útmutató vezetőknek	120
Egyáltalán be lehet-e vezetni a távmunkát?	120
Folyamatok	121
Delegálás	122
Kommunikáció	124
Időmenedzsment	126
Mi a szerepe mindebben a MiniCRM-nek?	128
Mindennapok	129

Útmutató alkalmazottaknak	131
Alapszabályok távmunkához	131
Mire figyelj, ha egyedül élsz és távmunkában dolgozol?	138
Erre figyelj, ha a pároddal közösen dolgozol otthonról!	139
Erre figyelj, ha a gyerekek is otthon vannak!	140
Elengedhetetlen eszközök	141
Technikai eszközök	142
Egyéb tárgyi eszközök	145
Új eszközök beszerzése	146
Elengedhetetlen szoftverek	147
Céges e-mail cím mindenkinek	147
Chat programok	148
Felhő tárolók	148
CRM rendszer	150
Jelszavas applikációk	152
Produktivitás és Mentális Egészség	154
Tippek és trükkök a 8 óra munkához	154
Tippek és trükkök "irodai" órákon kívül	156
36 üzleti ötlet a kialakult válságban	161
Online csapatépítés	162

Online szabadulószoza	163
Tolmács cég: webes szövegek fordítása	164
Outdoor media átmeneti profil váltás	166
Kínai termékeket importáló cég	167
Gyártó cégek, hiánycikkek pótlása	168
Marketing ügynökség: új kommunikáció	169
3D bemutató terem: jacuzzi, grill kereskedés	170
Orvosi tanácsadás online	172
Virágkellék nagykereskedés - teljes átállás	173
Hajfesték, kozmetikai boxok	174
Tetováló szalon előrendelések	175
Pszichológus: Mentális egészség home officeban	177
Specifikus műszaki webshopok	178
Barkácsbolt, festékbolt	180
“Hozom-viszem” autószerviz	181
Fotós, videós távoktatás	182
Utazási iroda: hasznos infók, kedvezmények	183
Online üzleti klub, networking	184
“Hozom-viszem” számítógép szervíz	185
Szerver értékesítés	186

Műszaki Webshop	187
Online könyvelés	188
Jógaoktatás	189
Online edzések és étrendek	190
Napi friss zöldség és gyümölcs szállítás	192
Üzletfejlesztési trainer	193
Online nyelviskola	194
Pékség: "Karanténkalács"	195
Borászat: Online borkostoló	196
Olasz étterem, nyersanyag kiszállítással	197
Karantén virágküldő szolgálat	198
Rendezvényszervező cég online rendezvények lebonyolításához	200
Videótár	202
Hogyan indulj el CRM-mel?	203

Az üzleti túlélés aranyszabálya:

**Foglalkozz azzal, amire
hatásod van, és
ignoráld azt, amire nincs.**

Az “új valóság”

Az új valósággal már te is találkoztál. Ott van a hírekben, amikor bekapcsolod a tévét, az Interneten, a Facebookon, mindennapjaidban. Ott van, amikor ételt rendelsz, a futár az ajtód előtt hagyja a csomagot és elszalad. Vagy amikor kapod az emailt, hogy megint elmarad egy koncert. És akkor is, amikor elindulnál boltba, de észbe kapsz, hogy most a nyugdíjasok vannak soron.

Szóval találkozol ezzel minden nap és mindenhol. Amit még talán nem tudatosítottál, az az, hogy ez nem egy átmeneti újdonság. Nem. Ez a dolgok új rendje. Ez az új normális. Vagy legalábbis ez lesz az új normális nagyon hamar.

Ezért az első és legfontosabb, hogy vezetőként szembenézz a ténnyel, hogy ez az “átmeneti” időszak nem egy pár hetes, szabadságolással megoldható időszak.

A járványhelyzet Magyarországon már több, mint 1 hónapja tart, és a legfrissebb becslések szerint 2020 májusában tetőzhet. És ne feledjük, a tetőzés még közel sem a járvány vagy a korlátozások végét jelenti! Ezután ugyanis jön még egy hosszú, szinten tartási időszak, amikor meg kell találni az egyensúlyt a korlátozások szigorúsága és a vírus túlzott berobbanása között.

Lassan mindenki számára kezd világossá válni, hogy amíg nincs működő gyógyszer vagy oltás – ez utóbbi optimista becslések szerint is minimum 12 hónap – addig nem lesz teljes szabadság.

Tehát a járvány miatt még hosszú hónapokig korlátozásokra számíthatunk. A gazdaság pedig a több hónapos nyári álom után nem fog egyik napról a másikra helyreállni. Úgyhogy közel sem jó megoldás kivárni a “végét”, ami még bizony nagyon távol van.

Ne érts félre, nem riogatni akarlak. Nem azt akarom mondani, hogy itt a világvége és dobd be a törölközőt. Éppen ellenkezőleg. Arra biztatlak, hogy fogadd el magadban azt, hogy ez az új valóság, ami nemsokára “normális” lesz, és erre nincsen hatásod. Mert, ha így állsz hozzá, akkor tudsz érdemben előrelépni.

Tehát nézz szembe őszintén a helyzettel, és fogadd el ezt az új normális állapot. Alkalmazkodj a helyzethez és készülj a következő nehéz időkre!

Ebben az e-könyvben a MiniCRM vezérigazgatója, cégvezetője, az értékesítési vezetője és a tanácsadó csapat egy vezetője osztja meg veled a tapasztalatait és tanácsait.

Leskó Norbert, vezérigazgató

A MiniCRM-et a legutóbbi válság mélypontján, 2009-ben, távmunkából alapította és vezeti sikeresen azóta is a céget. Az e-könyvben őszintén beszámol a jelenlegi helyzetről és kihívásokról,

valamint bemutatja megoldási javaslatait a vezetőknek és dolgozóknak egyaránt.

Egerszegi Krisztián, cégvezető

Krisztián közel 20 éve foglalkozik sikeres cégek vezetésével. A MiniCRM operatív igazgatójaként már több, mint 4 éve tart workshopokat és szemináriumokat cégvezetők, egyéni vállalkozók és értékesítők számára, így elsőkézből ismeri a magyar KKV-kat foglalkoztató problémákat.

Norcen Gábor, értékesítési vezető

Az elmúlt években napi szinten konzultált értékesítőkkal és értékesítési vezetőkkel a mindennapi problémáikról. Tapasztalatai alapján megosztja veled, hogy mik a nyertes értékesítési stratégiák, és milyen szemléletmód szükséges ahhoz, hogy egy válságból megerősödve kerülj ki.

Saleh Bettina, MiniCRM tanácsadó csapat vezető

Több év tanácsadói pályafutása alatt megtapasztalta, hogy a mentális egészség elengedhetetlen a jó munkavégzéshez, és vezetőként a csapata motiválásához. Az e-könyvben arra ösztönöz, hogy felesleges pánikolás helyett jobb vezetővé és jobb emberré válj a távmunka ideje alatt is.

A **MiniCRM** az elmúlt 10 évben már több mint 1500 KKV-nak nyújtott segítséget a folyamataik és értékesítésük javításában.

Az üzleti túlélés 10 alapvető szabálya

Leskó Norbert

10 szabály aminek a betartása garantálja a céged túlélését, és válságból megerősödve kikerülését.

1. Hatáskör. Foglalkozz azzal, amire hatásod van, és ignoráld azt, amire nincs!
2. Pozitív hozzáállás. Ragadd meg a bizonytalanságból származó lehetőséget a megújulásra!
3. Az emberek állását megmenteni: erkölcsi kötelességünk.
4. Vissza az alapokhoz: mániákusan tökéletes ügyfél kiszolgálással
5. Cash-flow javítás 1: Költségcsökkentés, költség-kontroll
6. Cash-flow javítás 2: Értékesítés, bevétel szerzés válságban
7. Fejleszd a céged, termékeidet, szolgáltatásaidat!
8. Nyiss kapcsolódó piacok felé!
9. Válts rövid távról hosszú távú előrelátásra!
10. Maradj produktív távmunkában!
11. A cégvezetők legnehezebb feladata

1. Hatáskör. Foglalkozz azzal, amire hatásod van, és ignoráld azt, amire nincs!

Tipikusan olyan mondás, ami első hallásra nem tűnik fontosnak. Pedig valójában hatalmas terhet vehet le a válladról. Ha csak egy gondolat lesz, amit ebből a könyvből magaddal viszel, ez legyen az:

Foglalkozz azzal, amire hatásod van, és ignoráld azt, amire nincs.

Minden, veled és körülötted történő eseményről el kell tudnod dönteni, hogy a hatáskörödbe tartozik-e vagy sem.

A jelenlegi helyzetben nincs hatásod arra, hogy mikor lesz gyógyszer vagy oltás a vírus ellen. Nincs hatásod arra, hogy mikor nyithatnak újra boltok. És arra sem, hogy mikor érkezik állami mentőcsomag a helyzetre a szektorodban.

Ezek mind olyan problémák, amik tőled függetlenül jelen vannak, és ha foglalkozol velük sem lesz változás ezekkel kapcsolatban.

Tölthetsz napi 2 órát hírek olvasásával, de csak az idődet pocsékolod ezzel. Forgolódhatsz éjszaka álmatlanul a járvány miatt, de csak egy fáradt napot szerzel magadnak.

Ezért jobb, ha nem stresszelsz azon, amire nincs hatásod. Ne szánj rájuk időt. És főleg, **ne használd őket kifogásként, amikor olyasmire kell energiát szánnod, amit viszont befolyásolni tudsz.**

De pontosan mire is van hatásod? Amikor a korlátozások miatt visszaesik a céged forgalma, tiéd a döntés, hogy egész nap Netflixet nézel, vagy időt és energiát szánsz arra, hogy megoldd a helyzetet. Hogy újra bevételt teremts valahogyan. Akár kis lépésekben. Bármilyen áron.

Rajtad múlik az is, hogy maximális elégedettséggel távozik-e tőled az összes megmaradt ügyfeled. Vagy precíz minőségi kontroll nélkül látod-e el a vezetői feladataid, garantálva az ügyfelek egy részének csalódottságát és a bevételek csúszását, kiesését.

Vannak dolgok, amik tőled függetlenül megtörténnek. Ami rajtad áll az az, hogy hogyan reagálsz rá. Nem tudod befolyásolni, hogy a tűz mennyire legyen forró, ezért ezen kár is agyálnod. De el tudod dönteni, hogy amikor megéget, elrántod a kezéd.

Tehát még egyszer: foglalkozz azzal, amire hatásod van, és ignoráld azt, amire nincs.

Ezzel a könyvvel segítünk fókuszálni arra, amit valóban irányíthatsz.

Saját hatáskör

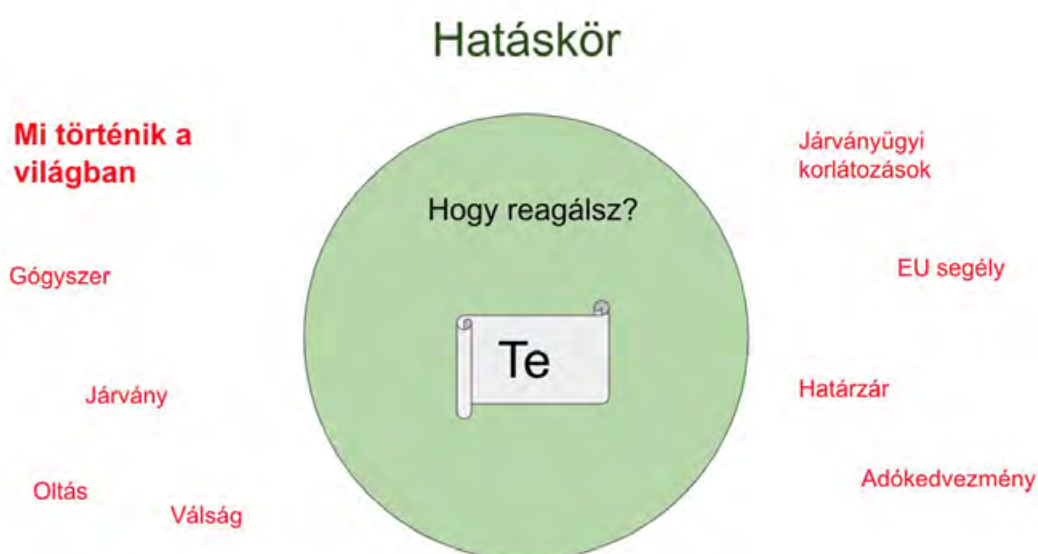
Az első lépés az alkalmazkodás felé, hogy elkülönítsd

- a külső tényezőket, amire nincs ráhatásod és
- a belső tényezőket, amire van.

Ez alapvetően fontos. **Ha leragadsz a külső tényezőkön, akkor passzívvá válsz és másoktól fogod várni a megoldást.** És ez egy végzetes hiba a vállalkozásod túlélési esélyeit nézve.

Egy nemrégiben készült felmérés szerint a cégek 50%-ának kevesebb, mint 3 havi tartaléka van. Vagyis, ha beigazolódik, amire most a szakértők számítanak, akkor a magyar cégek legalább fele nem játszhat kivárássra. Ha állami segítségben reménykedsz, azonnal vesztes helyzetből indulsz a piaci versenyben.

Nem várhatsz segítségre, most nem lehetsz tétlen.



Nézd meg, hogy mi történik körülöttünk a világban, és őszintén dönts el, hogy mire van ráhatásod és mire nincs.

Amire nincs ráhatásod, azt fogadd el úgy, ahogy van. Akkor is, ha tetszik, és akkor is ha nem. Ezekkel innentől kezdve ne foglalkozz. Több mentális erőt ne pazarolj rá. Ezek azok a dolgok, amik mindenkire ugyanúgy érvényesek és ugyanúgy hatnak, mint rád. Ilyen például a járvány, hogy van-e rá ellenszer, vagy mikor érkezik segély. **Mivel ezek a hatások mindenkire hatnak, a versenyhelyzetet nem befolyásolják.** A versenyhelyzetet és a céged túlélését az fogja befolyásolni, ami a hatáskörödön belül van.

Ezért ne a külső tényezőkkel foglalkozz, hanem a belsőkkel, amikre neked is hatásod van.



A saját tevékenységedre, van ráhatásod, arra, hogy Te mit fogsz csinálni. Alapvető dolgok, amiket ma el tudsz kezdeni, hogy segíts a vállalkozásodon.

Ilyen például, hogy felhívod a legjobb ügyfeleidet. A régi ügyfeleidet. Azokat is, akiknek küldtél ajánlatot, de nem válaszoltak. Akik régen érdeklődtek, de akkor valamiért nem volt megfelelő az ajánlat. Most égnie kell a telefonnak a kezében. Ha nem te hívod ezeket a potenciális ügyfeleket, akkor a konkurenciád csap le rájuk előbb.

Online. A kereslet a korlátozások miatt az Internetre költözött. Ideje követned a kínálattal. Hiszen ez nem csak egy pénzügyi válság. Ez a mindennapok válsága. Ezért nevezzük ezt az új valóságnak. Egy biztos, ilyen válság még nem volt, de ilyen lehetőségek sem.

Cash is King, vagyis a készpénz a király! Ez most a legfontosabb tényezők között van. Mindent meg kell tenned azért, hogy most legyen készpénzed. Most 50% többet ér, mint 100% két hónap múlva.

Ne feledd, hogy most mindent meg kell tenned azért, hogy minden dolgozódnak fizetést tudj adni. Azok, akik "békeidőkben" építették a cégedet, most számítanak rád.

De mi van, ha mindez nem segít, mert olyan terméked vagy szolgáltatásod van, amit fizikailag képtelen vagy értékesíteni a jelenlegi helyzetben?

Ilyenkor lehetetlen vállalkozásnak tűnik, hogy a cég kiadásait bármi másból fedezni tudd, mint tartalékokból.

Itt jön be az alkalmazkodás képessége, ami a mostani válság győzteseinek a legnagyobb fegyvere. Ha ilyen helyzetben vagy, **nem lesz más kiutad, minthogy részben más szolgáltatást/terméket készíts és értékesíts.**

Sokan most áttértek maszk értékesítésre, ami rövid távon kifizetődő, de nem biztos, hogy mindenkinek ebbe kellene belevágnia. Több okból sem. Egyrészt a verseny itt is előbb vagy utóbb túl nagy lesz ahhoz, hogy profitot lehessen stabilan termelni. Másrészt rengeteg más lehetőség van, amire sokkal felkészültebb vagy, mint maszkok értékesítésére.

2. Pozitív hozzáállás. Ragadd meg a helyzetből származó lehetőséget a megújulásra.

Gondolkodj úgy, mint a “nagyok”. **Ne elszenvedd az életet, hanem irányítsd azt.** Légy fejlődő szemléletű és vedd körbe magad ilyen emberekkel. Semmi sincs ingyen. Tényleg.

Hidd el minden nap, hogy meg tudod csinálni.

Ha elköveted azt a hibát, hogy mástól várod a megoldást, akkor jó eséllyel az nem fog jönni. Tudod: ez az, amire nincs ráhatásod. Félsz a bukástól? Kit érdekel. Bukj el, akár újra és újra,

nem számít. Csak vedd a kezébe a cégedet / csapatodat / életed és kitartóan menj előre.

Lesznek a cégednek nagyon rossz és nagyon jó szakaszai, de minden nap el kell hinned, hogy meg tudod csinálni. Nem lehet mindenki olyan mint te, de nem is kell. Vedd magad körül olyan emberekkel, akik szintén ebben hisznek, de tulajdonságaik esetleg kiegészítenek Téged.

Közhelynek hangzik? Igen. De bizonyítottan működik és ráadásul semmiből sem áll megpróbálnod. Ők azok az emberek, akik általában mindenáron megoldják a problémát: fejlődni akarnak, nem törődnek bele semmibe, megtalálják a megoldást. Szemben a rögzült szemléletűekkel, akik maradnának a saját komfortzónájukban: "Nem tudom megcsinálni, nem az én feladatom, nem vagyok és nem is akarok képes lenni rá."

3. Az emberek állását megmenteni: erkölcsi kötelességünk.

Az Egyesült Államokban már 2020 márciusában 3,3 millió fővel rekordot döntött a munkanélküli segélyért folyamodó emberek száma. De nem is kell ilyen messzire mennünk: itt a szomszédban, Ausztriában is százezrek maradtak munka nélkül az utóbbi hetekben. Magyarországon e tekintetben jelenleg még jobban állunk, bár már itt is több tízezren veszítették el az állásukat a koronavírus terjedése miatt.

A szomorú tény az, hogy ez még csak a kezdet. **Ugyanis ha a várakozóállásba váltott cégek nem adaptálódnak mielőbb az új valósághoz, hamar olyan helyzetbe kerülnek, hogy kénytelenek lesznek elbocsátani a dolgozóikat.** Nem lesz több szabadság, amit ki tudnak vetetni, nem lesznek kilátások az addigi megoldásokkal, és nem lesz már mire várni.

Tehát most van még lehetőséged lépni! Most kell mindent megtenned azért, hogy ezt megakadályozd, mielőtt késő lesz!

Cégvezetőként ugyanis nekem az a felfogásom, hogy **ha békeidőben a munkatársaim segítenek építeni a céget, akkor nehéz időkben nekem is kötelességem mindent megtenni értük.** Kötelességem mindent megtenni azért, hogy megmentsem a munkahelyeket és a fizetéseket a cégemben, hiszen ez az, amire van hatásom.

Rossz hozzáállásnak tartom azt, hogy ilyen helyzetben egyes vezetők a kezüket széttárva küldik el a kollégákat, mondván “nincs más választásom, ami eddig bevált, az már nem működik”. A vezetés ugyanis felelősséggel jár: nemcsak a cégért, de a cégem dolgozóíért is felelek.

Ezért személyes és erkölcsi kötelességemnek érzem, hogy támogassam azokat, akik békeidőben kiállnak mellettem. Azt szeretném, hogy bármikor képes legyek a lányaim szemébe nézni és azt mondani, hogy igen, én mindent megtettem!

Egyébként én a mai napig szinte családi vállalkozásként tekintek a cégemre. A cég kvázi a második családom. Egy közösség. Az én morális értékrendem szerint pedig a vezetőnek kötelessége gondoskodni a közösség tagjairól.

Egy csepp a tengerben?

Amikor teljes foglalkoztatottság van, és egy vállalkozás csődbe megy, a dolgozók viszonylag könnyen találhatnak új munkát. De most nem ez a helyzet. Az elmúlt egy hónapban drasztikusan nőtt a munkanélküliség, miközben egyes területeken akár 70%-kal is csökkent az álláshirdetések száma. A mi példánk is ezt mutatja: március közepén teljesen leállítottuk a toborzást, pedig általában 3-5 nyitott pozíciónk is van párhuzamosan.

Tehát benne van a pakliban, hogy ha valaki most elveszíti az állását, az még hosszú hónapokig marad munka nélkül. Aki ilyen helyzetbe kerül, komoly gondjai lesznek a saját megélhetése finanszírozásával, és nyilvánvaló okok miatt csökken a piacon a fogyasztása.

A vészhelyzet kihirdetése óta egyébként is drasztikusan csökkent a fogyasztás, nemcsak a vállalkozások, de a magánszemélyek esetében is: elhalasztjuk a nyaralásunkat, nem járunk el szórakozni, és amit nem feltétlenül muszáj, azt nem most vesszük meg. Most az is spórol, akinek van munkája, aki alapvetően jól él. Akinek nincs munkája, az pedig végképp. Tehát fogynak a vevők, és ez gyűrűzik piacról piacra.

Kis cég vezetőjeként gondolhatod, hogy te csak egy csepp vagy a tengerben, vagy egy apró hal az óceánban, hogy ilyen klisékkel éljek. De a gazdaság olyan, mint egy cápa: ha nem úszik, megfullad. Ha a növekedés megáll, az egész összeomlik. És ez mindenkitől függ, úgyhogy igen, a te cégedtől is.

A megállás nem megoldás. A dolgozók elbocsátása nem megoldás. Sőt, a dolgozók elbocsátása az utolsó utáni opció kell, hogy legyen, amikor a céged megmentéséről van szó. Helyette az új realitásban kell újragondolnod a céged. És azzal kell foglalkoznod, amire ráhatásod van.

A továbbiakban megmutatom, hogyan tudsz alkalmazkodni az új élethelyzethez, hogy megtarthasd a cégedet és fenntarthasd nemcsak a saját, de azoknak a dolgozóknak a családját is, akik eddig, békeidőkben ott voltak melletted és építették a cégedet veled együtt.

A dolgozók felelőssége

Mielőtt kitérnék a konkrétan vezetőknek szóló tanácsokra, szenteljünk egy kis figyelmet a dolgozói felelősségvállalásnak is. Ugyanis amikor a cégek túléléséről és a munkahelyek megőrzéséről beszélünk, hiba lenne nem foglalkozni a dolgozók felelősségének kérdésével.

Eljött ugyanis az az idő, amikor minden munkavállalónak abba kell hagynia az akadékoskodást és az örökös kifogások gyártását, és a

tétlen áldozat szerepe helyett felvállalni az aktívan küzdő, proaktív és ötletekkel teli kolléga szerepét.

Ugyanis ami a cégekre és a vezetőkre, ugyanaz rájuk is igaz: az adaptálódás, az új valóság elfogadása a kulcs.

Most mindenki kötelessége, hogy nyitott szemmel járjon, meglássa a lehetőségeket és javítsa a hibákat a gépezetben. A kreativitás, proaktivitás és problémamegoldás nagy erény lesz a ránk váró hónapok során.

A csoportvezetők és a dolgozók közös felelőssége, hogy mindenki fókusza az eredményességen, a valódi értékteremtésen legyen.

Mi is az érték? Minden, amit az ügyfél, a vásárló értékként lát, és elsősorban az, amiért fizet.

Békeidőben beleférnek, sőt, szükségesek az olyan fejlesztések, az olyan projektek, amik csak hosszú idő után hoznak eredményt, de ez most nem az az időszak. Legalábbis egyelőre nem. A kollégáknak is meg kell érteniük, hogy **az olyan feladataik, amik hosszú távon térülnek meg a cégnek, most háttérbe szorulnak, viszont előtérbe kerülnek az olyan projektek, amik azonnal bevételt termelnek.** Így a vezetőknek biztosan nem kell sakkozni, hogy kinek adjon fizetést, és kinek ne.

Tehát **minden dolgozónak észben kell tartania, hogy saját maga is felelős a cég túléléséért.** A távmunka nem egyenlő a napi 8 óra Netflixezéssel. Távmunkában ugyanúgy nem játszik az 50 perc

szünet - 10 perc munka felállás, ahogy az irodában sem. Ebben az új valóságban pedig még annyira sem.

4. Vissza az alapokhoz: mániákusan tökéletes ügyfél kiszolgálás

Igen, tudom, hogy erre most azt gondolod semmi újat nem mondtam. Sőt, legtöbben azt gondolják, hogy jók az ügyfelek kiszolgálásában.

A valóság azonban az, hogy velünk együtt minden más vállalkozás is tud még fejlődni. Gondolj bele milyen ügyfélnek lenni másnál. Hány olyan iparág van, ahol ismerős ajánlása nélkül mersz szolgáltatást igénybe venni? Az előző autómát azért adtam el, mert az összes márkaszervízben átverve éreztem magam.

Légy nagyon őszinte magaddal.

A rossz ügyfélélményhez nem kell rosszindulat. Bőven elég a precizitás és az alapos gondosság hiánya. Ha nem egyedül vagy a cégedben, ha egynél több ember munkáján múlik a végeredmény, akkor szükséged van rendszerre és folyamatokra.

Most nem engedheted meg magadnak, hogy akár 10 000 Ft-ot is elbukj egy baki miatt. Vagy 1 000 000 Ft-ot. Békeidőben belefér egy-egy elmulasztott határidő, fel nem hívott ügyfél, vagy elfelejtett utánkövetés, maximum a profitod lesz kedvesebb, és nem vesz el új kocsit.

De most a válságban ez a céged fennmaradásába is kerülhet: nullára csökkentheti a túlélés esélyét. Amikor minden forint számít, nem engedhetsz meg magadnak akár milliós károkat okozó nyilvános negatív ügyfél véleményeket, elveszített érdeklődőket vagy ügyfeleket.

Váltsd le a post-itet, az Excelt és az emailezést!

Tudom, tudom, ha hozzád nőtt, most nehéz elengedni. Minden hibájával és szívással együtt most egy biztos pontnak érezheted az Excel tábláid hadát, a színes post-iteket az asztalodon, vagy a címkéket a leveleződben.

Sőt, azt sem tartom kizártnak, hogy még fel sem ismerted ezek hátulütőit, vagy bele sem gondoltál, hogy másképp is lehet csinálni.

Pedig ezek hibái ott vannak a mindennapokban: az Excel táblák, a kiragasztott cetlik, de önmagukban az emailek sem hívják fel a kollégák figyelmét arra, amivel éppen foglalkozni kell. Excelben nem egyértelmű, hogy kinek, mivel pontosan mi a teendője. A post-itekre vezetőként nem látsz rá, nem tudhatod, ki min dolgozik épp, csak ha óránként telefonálsz mindenkinek, hogy képbe kerülj.

És a legfontosabb: sem a ragacsos cetlik, sem a levelező, sem az Excel **nem alkalmas arra, hogy folyamatokat vezess benne, pláne arra, hogy esetleges új folyamatokban segítse a kollégák munkáját.**

A MiniCRM-nél azért tudtunk egyik napról a másikra reagálni a válságra és teljesen új kampányt elindítani, mert a folyamatokat

végiggondoltuk és beletettük a MiniCRM-be. Amikor beérkezik egy új típusú megkeresés, a MiniCRM vezeti az értékesítők és a tanácsadók munkáját. Senkinek nem kell a háta mögött állni vagy fogni a kezét, amíg beletanul mindenbe. Lássuk be, erre most nem is lesz lehetőség.

Egy jó CRM használata eddig abban segített a vállalkozásoknak, hogy évről évre látványosan növekedjen az árbevétel, lehessen bónuszokat osztani és meglegyen az a szép új autó. Most viszont a fennmaradás a cél. Aki most Excelben, esetleg papíron próbálja vezetni a céges ügyeit, elképesztő hátrányból indul egy nagyon kiélezett helyzetben.

Úgyhogy ezt most nem fogod megúszni. Ha eddig azt érezted, hogy fájogat, de igazából elvagytok Excelben, azok a fájdalmak, amiket békeidőben tapasztaltál, most meg fognak sokszorozódni.

Az idő pénz. Neked és a vevődnek is.

Minimalizáld az ügyfél számára az ötlettől a rendelésig tartó időt. Minimalizáld a rendeléstartól a teljesítés végéig tartó időt. **Így tudsz a leggyorsabban pénzhez jutni, és így tudsz elégedett vevőket szerezni.** Akármilyen iparágról is van szó, a gyors kiszolgálás mindig a cég legnagyobb erényei között volt számontartva, és nincs ez másképp a válság alatt sem.

Hogyan? Nem győzöm elégszer hangsúlyozni a jól működő folyamatok szerepét egy vállalkozásban. Egy jó folyamatokkal működő cégnél mindig minden kolléga tisztában van azzal, hogy

mikor és mit kell csinálnia, hogyan érdemes priorizálnia a feladatait, és ettől meddig tart a hatásköre egy folyamaton belül.

Ezzel szemben, a rossz folyamatokkal, vagy kialakított folyamatok nélkül dolgozó céget nem kell bemutatnom; mind ismerünk ilyeneket. Ahol hetekig várod a megígért ajánlatot. Akinél egyszerre 3 különböző kollégával levelezel ugyanabban az ügyben. Ahol többször is el kell ismételned és meg kell írnod az igényeidet, mert a leveled "sajnos megint elkeveredett". Tehát: ahol csak rabolják az idődet.

Gondoskodj az elegendő munkaerőről!

Az előző részben hosszan taglaltam, hogy miért erkölcsi kötelességünk mindent megtenni a dolgozók állásának és fizetésének megmentéséért. Az erkölcsi kötelesség és a gazdasági hatások mellett azonban van egy további aspektusa is, ami miatt óva intenek mindenkit a tömeges leépítéstől.

Való igaz, hogy aki most elküldi a dolgozóit, rengeteg költséget spórolhat meg a cégnek. MA. **De HOLNAP bevételt is veszít ezzel.** Akinél nincs elegendő munkaerő, és emiatt nem tudja kiszolgálni az ügyfeleket, nem tud reagálni a megkeresésekre, vagy csak túl lassan, rossz minőségben, az nem elég, hogy később szerez bevételt (ha egyáltalán szerez), de jóval kevesebbet is várhat a rosszul/lassan kiszolgált vevőktől.

Aki a leépítés mellett dönt, a saját cége talpraállását nehezíti meg.

Mit lehet tenni akkor, ha ez a probléma már fennáll?

Dolgozz szabadúszókkal!

Ha a költségvetésedben nem tudod vállalni, hogy főállású alkalmazottakból építsd ki a teljes szükséges kapacitást, vagy azonnal van szükség plusz munkaerőre, fordulj szabadúszókhoz. Alvállalkozókkal így mindig ki tudod szolgálni az ügyfeleidet, és nem lesz soha kapacitáshiány.

Ha jól felépített folyamatok támogatják a céged, a külsős munkatársak gyorsan be tudnak csatlakozni a munkavégzésbe, anélkül, hogy leállna a működés, ezzel elejét veheted a lassú vagy rossz kiszolgálásnak.

Építs a legjobb vevőidre!

Szükséged van azokra a vásárlóidra, akiknek annyira jó tapasztalatuk volt veled, hogy **bűntudatuk lenne, ha nem támogatnának azzal, hogy továbbra is vásárolnak tőled**. Vedd fel a kapcsolatot a legjobb vevőiddel, hívd fel őket, írd nekik! Adj el nekik még többet, kérd a segítségüket, ajánlásukat!

Beszélgess velük, tudd meg, miért ragaszkodnak a termékedhez, szolgáltatásodhoz. Áss a dolog mélyére, derítsd ki, miért éppen téged választottak, és nem a konkurenciádat! Használd a visszajelzéseket a kommunikációdban, így azokat érheted el, akik hasonlóan fognak ragaszkodni hozzád, ha jó vásárlói élményben

lesz részük nálad. Aminek a kulcsa? **Folyamatok, folyamatok, folyamatok!**

Mérj!

Szükséged van mérésre, ami biztosítja, hogy tudomást szerezz minden problémáról. És a rutinra, hogy minden problémából tanulj és javítsd a hibákat.

Minden elveszített érdeklődőben, minden lemondott megrendelésben, minden félrement ajánlatban és minden negatív visszajelzésben ott van a lehetőség. A lehetőség, hogy tanulj belőle. A lehetőség, hogy ezentúl még jobb legyél.

Hibázni emberi dolog. Ugyanazokat a hibákat rendszeresen elvéteni emberi hülyeség.

Halálspirál és amit még tanultunk az előző válságokból

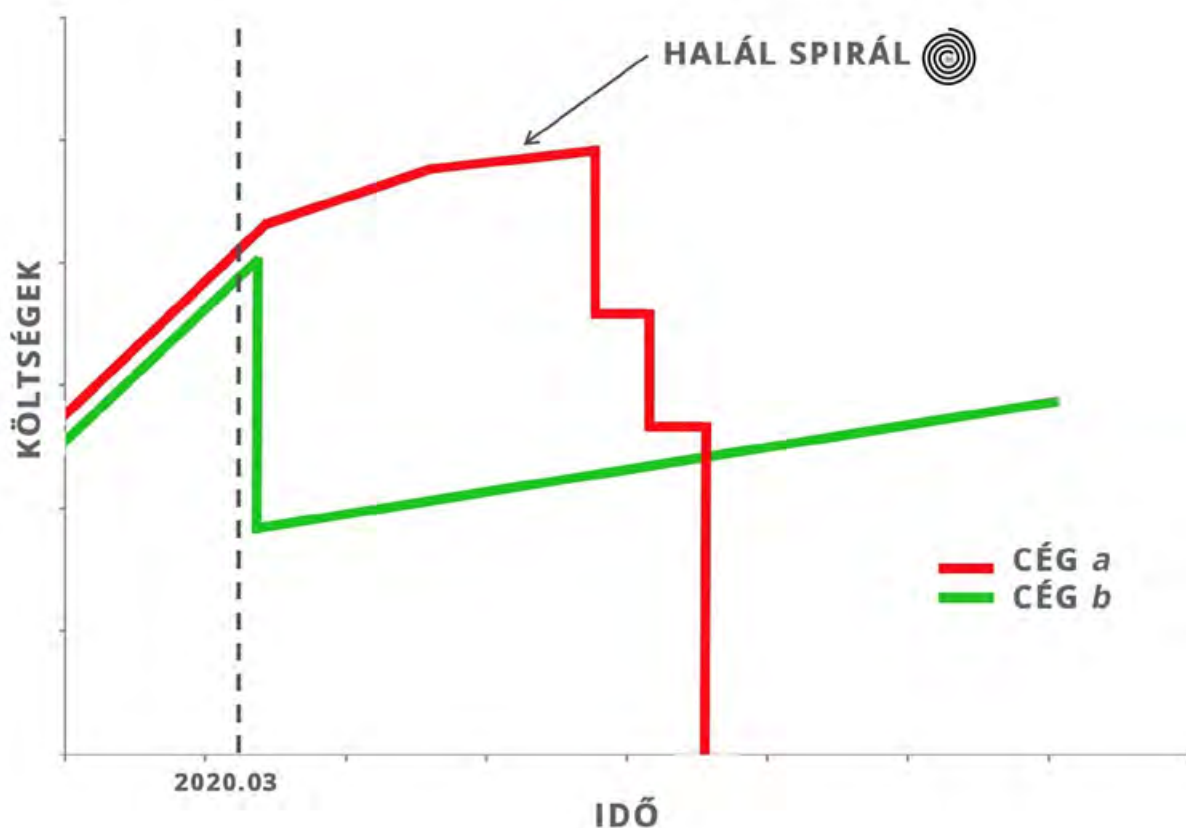
Hogyan lehet az, hogy a 2000-es és a 2008-as válságokban számos olyan cég dőlt be egy évvel később, akik kezdetben látszólag alig érezték a válság hatásait? Köztük olyan cégek, akik hónapokig úgy értékesítettek, szereztek ügyfeleket, fejlesztettek, mint akár csak a válság kezdete előtt. Agresszív technikáiknak köszönhetően még nőttek is az első hónapokban a konkurenciához képest.

A Harvard Business Review [4700 cégen végzett kutatása](#) szerint, a tönkrement cégek 85%-a felívelő pályán érkezett a válságba, és helyzet kihasználásuknak köszönhetően növekedési pályán is tudtak maradni az első hónapokban, a következő évben mégis ők lettek a legnagyobb vesztesei a válságnak. De mi történt?

Ezeknek a cégeknek úgynevezett “növekedés szemléletű” vezetőik voltak, akik minden helyzetben a növekedés lehetőségét látják. És kezdetben a számok valóban őket is igazolták. A számok, amik alapesetben a növekedés biztos jelei, mint ügyfél szám növekedése, azt mutatták, irány előre! Most kell kihasználni a konkurencia visszahúzódását! És míg ez a szemlélet önmagában helyes is, a problémákat a cash-flow és úgynevezett “halálspirál” okozta.

Ezek a cégek, akik csak a növekedés jeleire figyeltek, de a készpénz állományt nem tartották szemmel, nem rendelkeztek elég tartalékkal, amikor ügyfeleik sorra fizetéseképtelenné váltak. Ez különösen a B2B szektorban váltott ki nagy csapást, ahol az értékesítés és a befolyó készpénz gyakran távol vannak egymástól.

Ahogy ügyfeleiket is egyre erősebben érintette a válság és sorra váltak fizetéseképtelenné, dominóként vitték magukkal azokat a cégeket, akik nem rendelkeztek elég tartalékkal, hogy átvészeljék ezt az időszakot.



Mire a készpénz hiánya tudatossá vált, túl késő volt. Belekerültek a halálspiránba, ahonnan már nem volt visszaút. Mintha csónakjukkal egy hatalmas vízesés szélére sodródtak volna, ahonnan a már képtelenség volt vissza evezni. Minden erejüket arra használták fel, hogy egyenesen előre evezzenek és elfogytak a tartalékaik, mire rájöttek, hogy irányt kell váltani.

Ebből azt is gondolhatnánk, hogy a válasz egyszerű, kár erre egy egész fejezetet szánni. Csökkents költséget minden áron. Kész. De a helyzet nem ilyen egyszerű. Meglepő módon a második legnagyobb vesztesek azok a cégek voltak, akik pontosan így cselekedtek.

Ezeknek a cégeknek úgynevezett “megelőző szemléletű” vezetőik voltak. Ők azok, akik minden áron el akarják kerülni a “nagy bajt” és rögtön védekezésre álltak. Ezek a cégek ugyan kisebb számban dőltek be, de azok akik túléltek a válságot, zárkóztak fel legnehezebben a válság végeztével.

A válasz úgy tűnik valahol a kettő között van. Bátran költséget kell költséget csökkentened, ahol csak lehet és ugyanilyen bátran előre is kell lépned olyan területeken, amikből előnyt tudsz kovácsolni. Ez a finom vonal minden cégnél máshol található, ezért azt nem fogom tudni megmondani neked, hogy pontosan mit építs le és mibe fektess. De tudok adni neked konkrét tanácsokat, szempontokat, amik alapján tudsz döntéseket hozni.

Egy dolog biztos. Nincs okunk azt gondolni, hogy a mostani válság ilyen szempontból más lesz, mint az előző kettő. “Cash is King” még mindig. Vagyis “készpénz a király” éppen a 2008-as válság idején híresült el, mint kifejezés. Ha egy válságban nincs készpénzed, vesztes helyzetben vagy, sőt a szükséges fejlesztéseket sem fogod tudni meglépni. Ezért első körben nézzünk módszereket a költségcsökkentésre.

5. Cash-flow javítás 1: Költségcsökkentés, költség-kontroll

Költségcsökkentés azonnal, precízen

Ha most azt tapasztalod, hogy még “elvagytok”, a tartalékokat fel tudjátok élni az elkövetkezendő pár hónapban, ez ne nyugtasson meg. Ez a vihar előtti csend. Ahogy a többi cég is elkezd majd kifutni a tartalékaiból, úgy az egész borulhat, mint a kártyavár.

Ha nem lépsz most ennek elébe, akkor nem lesz esélyed később korrigálni. Gyorsan kell költségeket csökkentened, hogy életben tudjatok maradni, de ez nem mehet a precizitás rovására. Ha az életben maradáshoz és a válság utáni talpra álláshoz szükséges elemeket vágod el, ugyanolyan károkat tehetsz a cégedben hosszútávon.

De hol kezd el a vagdosást? Elvégre nem egyszerű eldönteni, hogy mi a létszükségletű az életben maradáshoz. Az én javaslatom, hogy sehonnan. Ne vagdoss! Ha így állsz neki, a mentalitásod nem lesz a helyén. Vagdosás helyett inkább építs. Nulláról.

Töröld le mindent és kezdj fehér lappal. Erről beszélek majd többet a tervezés részben, de mivel a költségvetésedet eleve újra kell tervezned, így alkalmad nyílik, hogy a kiadásaidat nulláról tervezd. Ez miért segít jobb mentalitáshoz? Az emberi agy fokozottan érzékeny a veszteségre. Sokkal fájóbbnak élünk meg valamit, ha elveszítjük, mintha ugyanannyit nyernénk. Vagyis, ha “vagdosol” a meglévő költségekből, olyan dolgokhoz is ragaszkodhatsz, amiket nulláról

kezdvé rájönnél, hogy nincs rá szükséged. Így a veszteségtől való félelem, nem fogja befolyásolni a döntésedet.

Miket pakolj vissza? Mindent, ami rövid távon több profitot termel, mint amennyibe kerül. A rövid táv itt lényeges, mert sok esetben kell most olyan döntéseket hoznunk, ami hosszú távon nem a legjövedelmezőbb megoldás, rövid távon viszont életmentő. Ilyen például a bérlet vs vásárlás. Ha most szervereket, flottát, gépeket akartál vásárolni, érdemes elgondolkodnod bérleten. Három - öt éves távon nem biztos, hogy a legjobban jársz, de most készpénzt tudsz felszabadítani.

Ha valamit visszapakolsz, azt ne tudd le annyival. Ha van olyan költség, amivel mindenképpen számolnod kell, legalább azt próbáld csökkenteni. Mi minden nagyobb kiadásnál próbáltunk egyezkedni vagy rövidtávú kedvezményért, vagy fizetés csúsztatást. Több esetben ez sikerült és komolyabb készpénzt szabadított fel, amit át tudtunk csoportosítani olyan dolgokra, amiben nem volt mozgásterünk.

Lesznek, amik azonnal egyértelműen kikerülnek a költségvetésből, mint a gyümölcs, kávé és a hasonló irodai életet szépítő dolgok. Illetve az olyan tevékenységek is, amik most eleve nem valósulhatnak meg, mint például a csapatépítők. De! Ez nem azt jelenti, hogy akkor most örülünk, hogy eggyel kevesebb tétel van a listán és mehetünk tovább. Emlékezz, hogy mi volt ezeknek eredetileg a szerepe és találj valamit, amit olcsóbban meg tudsz oldani és valamilyen szinten helyettesíti.

Nálunk például a fizikai csapatépítők helyett, online csapatjátékokat, puzzle-öket, kihívásokat szervez a HR, hogy a távmunkában is összetartsa a csapat a dolgozókat. Nem kizárt, hogy te is olyan helyettesítő megoldásokra bukkanasz most, ami akár később is hasznosokra válhat.

Legvégső esetben akarsz csak a dolgozók fizetéséhez nyúlni és azon belül is legutoljára folyamodni a teljes elbocsátásokhoz, de nem élek

fantázia világban, lesznek olyan cégek, akik kényszerhelyzetben lesznek. Nekik azt tudom javasolni, hogy ha van mód megtartani mindenkit úgy, hogy csökkentett órával és csökkentett bérrel menjete, akkor általában ez egy sokkal humánusabb megoldás, mintha kitennétek embereket. Ráadásul a talpraállás is egyszerűbb lesz, ha a képzett, megbízható emberek veled maradnak.

Ha ez sem opció, akkor nem lesz más választásod, mint meglépni az elbocsátásokat, de ez sem mindegy, hogyan. Egyrészt akiktől meg kell válnod, igyekezz segíteni, amennyire lehet. Járj utána, milyen állami segítséget vehetnek igénybe, írd egy erős ajánlást, adj tanácsot az elhelyezkedéshez.

Az pedig a megmaradt dolgozók és a te érdeked is, hogy ha már meg kell válnotok valakitől, azt teljesítmény alapján tegyétek. Valós teljesítmény alapján, számszerűsíthető adatok alapján. NEM érzésre! Amúgy is azt ajánlom, hogy a teljesítményeket naprakész, valódi adatok alapján ítéld meg, mint például a MiniCRM-be beépített riportok.

Ilyen például a napi tevékenységek követése, vagy a különböző teljesítmény riportok, amit a MiniCRM magától számon tart. Senkinek nem kell vele órákat bíbelődni, hogy összerakjon valami emészthető riportot, ott van élőben, néhány kattintásra és csak a tényeket veszi figyelembe. Ha nehéz döntéseket kell hoznod, a tényszerű adatok a legjobb barátaid.

Tervezz előre

Nem csak a kiadásaidra, de általában a céged működésére igaz, hogy újra kell tervezned. Készítettél egy tervet tavaly év végén az alapján, hogy milyen bevételre, hány ügyfélre számítottok? Nagyszerű, mehet a kukába!

Elő a fehér lappal és kezdheted újra! Az én javaslatom, hogy a lehető legrosszabbra számíts és az alapján tervezz első körben. Ez nem azt jelenti, hogy dobd be a törülközőt, hanem azt, hogy olyan helyzetet vázolj fel, ami még reálisan megtörténhet és mi az, amit megtehetsz, hogy abban a helyzetben is talpon maradjatok.

Első nekifutásra több doomsday szituációra felkészültünk, amiből végül egyik sem jött be, ee nem tudhattuk mennyire lesz durva a válság és nem engedhettük meg magunknak, hogy álomba ringassuk magunkat. A valóságban a helyzetünk szerencsére sokkal jobban alakult, nem hogy csökkentünk, hanem nőttünk is ügyfélszámban, de ez részben annak köszönhető, hogy az első reakciónk az volt, hogy a legrosszabbra készültünk.

Például ezzel számolva jutottunk arra, hogy rengeteg támogatást adunk ügyfeleinknek, mind zártkörű webinárokkal, online találkozókkal, mind pedig kedvezményekkel. Ezekkel a lépésekkel tudtuk minimalizálni a kieső bevételt.

Amikor előre tervezel, az is fontos szempont, hogy zoomolj ki, lásd a teljes képet, amikor a lehetséges rizikó faktorokban gondolkozol. Mire gondolkodok? Tegyük fel, hogy a te szektorod éppen jól járt, vagy rövid távon nem érinti a válság, de ez nem jelenti azt, hogy a dominó effektus nem fogja érinteni. Gondolkozz el azon, hogy ha téged nem is érint a válság, ügyfeleidet érintheti-e. Ha őket sem, mi van az ő ügyfeleikkel? Tök jó, ha most tudsz maszkot értékesíteni, de ha az ügyfeleid 80%-a egyébként éttermeknek szállít be, akkor pár hónapon belül jó eséllyel fizetéseképtelenné válik a jelentős része, mert az ő ügyfeleik fizetéseképtelenné váltak.

Ezért volt számunkra egy hidegzuhany, amikor közel 1000 céggel végzett kutatásunkból az derült ki, hogy mindössze a cégek 2%-a nevezett ki személyt a válság kezelésére. Ez egy komoly, napi szinten

figyelmet követelő munka. Ha nem tartod a szemed napi szinten az eseményeket, nem tervezel naprakészen, akkor könnyen olyan csapdába kerülhetsz, amiből már nincs kiút.

Tervezett cash-flow, valós idejű kontrolling

Néhány hónappal ezelőtt még belefért, hogy havonta tájékozódta a könyvelődtől kapott információból. Most rajta kell tartanod a szemedet minden kiadáson és bevételen. Egyrészt gyorsabban változnak az események, ha egy hónapos csúszással tudod meg, hogy az ügyfeleid nem fizetnek, akkor már hiába kapkodsz. Másrészt most sokkal jellemzőbbek lesznek a fizetés elmaradások, ezért félrevezethet, ha csak az értékesítést veszed alapul.

Lehet, hogy ügyfélszámban jól álltok, miközben, minden új ügyfélnek hatalmas kedvezményt adnak az értékesítők, a többi pedig nem fizet időben. Cash-flow-ban nagyon hamar negatívba kerülhetsz, ha nem tartod a szemedet az eseményeken.

Nem akarok itt hosszasan arról beszélni, hogy a MiniCRM-ben milyen kontrolling lehetőségek vannak, mert nincs itt a helye, de ha érdekel, egy ügyfelünk és partnerünk, aki 2012 óta használja a rendszert megírta, hogy ő [hogyan használja a rendszert kontrollingra](#) és hogyan tudja napi szinten követni a cége teljesítményét.

Állítsd le a marketinget, ami viszi a pénzt

Fontos különbség: nem azt mondom, hogy állíts le minden marketing költséget. Kivéve, ha teljesen leállt a szektorod, de talán még akkor sem, de ne rohanjunk előre, erre majd kitérek, amikor a piac szerzésről beszélek. Egyelőre beszéljünk arról a helyzetről, ami sokkal jellemzőbb. Visszaesett a kereslet, organikusan nem kapsz annyi

megkeresést mint eddig és azt érzed, hogy a marketing csak égeti a pénzed.

Ez így van. Szinte mindenhol kisebb lett a piac, az emberek kevesebbet költenek vagy azért, mert éppen elvesztették a munkájukat, vagy mert attól félnek, hogy el fogják veszíteni, vagy csak egyszerűen spóroló üzembe álltak, mert bizonytalanságban ezt teszik az emberek.

A te dolgod, hogy tüzetesen átvizsgáld a hirdetéseket és végig kövesd, melyik hirdetésből, milyen csatornán keresztül mennyiért kapsz ügyfeleket. Hoppá! Igen, ügyfeleket mondtam, nem érdeklődőket. Válság előtt még teljesen normális és ésszerű nézni az érdeklődők költségét. Azt mondod, hogy ha 500 forintból kapsz egy új leadet, az megéri, mert 10 érdeklőből egyet fizető ügyféllé konvertálsz és 5000 forint akarod, hogy legyen egy ügyfélre szánt összeg. Ez eddig oké, csak hogy most ez borul. Válság idején ugyanannyi érdeklődőből közel sem biztos, hogy ugyanannyi ügyfeled lesz. És az sem biztos, hogy a csatornák hasonlóan jól fognak most is működni mint eddig.

Kövesd végig, honnan jönnek az érdeklődők mennyi idő alatt és hogyan válnak ügyféllé. Nálunk ez elég komplikált, mert ritkán van, hogy az első hirdetésből ügyféllé is válik valaki, de a helyzet beváltával minden riportot ízekre szedtünk, hogy a lehető legpontosabban bemérjük, melyik hirdetésre érdemes most költeni, miből lesznek konkrétan ügyfelek.

Tök Jó, ha egy hirdetésből jött 100 érdeklődő, 300 forintos egységáron, de ha egy ügyfél sem lett belőle az MOST kidobott pénz. Persze hosszútávon bent lesznek az adatbázisunkban és majd később nekik is el fogunk adni (egy részüknek), de most éppen kidobott pénz, amit nem engedhetünk meg magunknak. És te sem.

Tipikusan az olyan hirdetéseket, marketing költségeket akarod először leállítani, amiről te is tudod, hogy nem rövidtávú ügyfélszerzést céloz.

Ilyen a PR vagy a hírlevélre feliratkoztatás. Ezeket jó ha tavaly csináltad, meg az előző 5-10 évben, mert most ezekből meg tudsz élni, de most nincs itt az ideje, hogy ezekre költs.

6. Cash-flow javítás 2: Bevétel szerzés válságban

Piac szerzés

Ez elsőre akár ellentmondásosnak is tűnhet, mert a válságban az első számú szempont, hogy profitábilis legyél, viszont ha sikeresen akarsz kijönni a válság végével, akkor el kell fogadnod, hogy nem minden tevékenységed lesz annyira profitábilis, mint ezelőtt. De ez nem baj. A céged teljes egészének kell jó profit rátával működnie, de ha piacszerzésről van szó, akkor elfogadható a gyengébb nyereségesség. (Egészen addig, amíg összességében profitábilis vagy.)

Sőt, nemcsak piac szerzésnél, de piaci helyzet megtartásánál is ez a helyzet. Ha most azért veszítesz ügyfeleket a konkurenciának, mert ők hajlandók kedvezményt adni, te pedig nem, azzal sokkal nagyobb veszélybe sodrod a cég hosszú távú sikerét, mintha most elfogadnád, hogy válság van és bizony kedvezményt kell adni. Nem minden esetben, de legtöbbször igen. Nálunk komoly erőfeszítésbe került az értékesítőket rávenni arra, hogy adjanak kedvezményt, mert eddig ezt kerültük, mint a tüzet. De most el kell fogadni, hogy a kedvezmény az velejárója a válságnak, és nem értékeli le a cégedet, ha ezt te is elfogadod.

Most sokkal jobb 10 millió forint árbevétel 10 ügyfélből, mint ugyanennyi árbevétel 5-ből. Ez tűnhet ellentmondásosnak, hiszen ez azt jelenti, hogy kevésbé vagy profitábilis. De, ha emellett is tudsz profitot termelni, akkor gondolj bele: 2x annyi ügyfél maradt melletted,

akik a válság végeztével hajlamosak lesznek teljes árat fizetni, hiszen te kisegítetted őket a nehéz helyzetben és ismerik, szeretik a termékedet / szolgáltatásodat. El tudod képzelni milyen kihívás lesz megküzdeni ezekért az ügyfelekért, a válságból kilábalás idején? Nem elég arra gondolni, hogy mivel vészelsz túl 6-12-18 hónapot, mert utána fog csak igazán kiélesedni a verseny, amikor mindenki kő keményen visszaszáll a ringbe.

És ha már ehhez így állsz a saját ügyfélkörödben, akkor miért ne használd ki a lehetőséget, hogy konkurenciád ügyfeleit is megcélozd ezzel a hozzáállással. Ha ők most továbbra is ragaszkodnak ahhoz, hogy mindent teljes áron adjanak, ez egy tökéletes lehetőség ahhoz, hogy elcsábítsd az ügyfeleiket.

Határozott kintlévőség kezelés

Ezt sokan nem szeretik csinálni, ami érthető, mert kellemetlen tud lenni, ha embereket kell hívogatni “pénz behajtással”, de most nincs választásod. Egyrészt azért, mert most van szükséged a készpénzre, nem egy hónap múlva, másrészt egy hónap múlva könnyen lehet, hogy az a cég be is bukik. Ha már most nem tud fizetni, mi a garancia, hogy egy hónap múlva fog?

Tudsz néhány alapvető dolgot csinálni, hogy megelőzd azt, hogy ide jusson a dolog. Egyrészt, ha az árrésbe belefér és nagyobb összegű termékeket, szolgáltatásokat értékesítesz, akkor érdemes elgondolkodni egy faktoring cég használatán, akkor is, ha eddig erre nem volt rá szükség. Másfelől, ha teheted, automatizáld a behajtást.

Erre jobban kitérek a “Hogyan segít most egy jó CRM?” fejezetben, de elképesztő terhet le tud venni a vállalatokról és fel tudja gyorsítani a folyamatokat, ha olyan automatizált behajtást használtok, mint ami a MiniCRM-ben összerakható. Egy ilyen folyamat lekezel minden olyan

szitot, ahol csak figyelmetlenségből adódik a nem fizetés, ami felszabadítja az idődet, hogy olyanokkal foglalkozz, akikkel ténylegesen kell. Nem győzőm hangsúlyozni, hogy akik már most fizetési problémákkal küzdenek, azoktól lehet, hogy soha nem látod a pénzedet, ha nem lépsz időben.

Költs marketingre, ami hozza a pénzt

Már lekapcsoltad az összes hirdetést, ami viszi a pénzt? Nagyszerű! Félig elvégezted a munkát. Most nézd meg, mik azok a hirdetések, amik kimagaslóan jól teljesítenek, még most is. Nem három / hat hónapos átlagban, hanem MOST. És itt megint ismétlem, hogy sikeres hirdetésnek ne azt számítsd, amiből a legtöbb érdeklődő jön, hanem amiből a legtöbb ügyfél.

Azoknál viszont növeld a költséget. Ameddig csak lehet. Ezt csináltuk 2008-ban az Árukeresőnél is. Mindenki behúzza a kézféket, mi meg rekord mennyiségű pénzt költöttünk a Google-ön. Nem mondhatok konkrét összeget, de hidd el nekem, hogy brutális mennyiségű pénz ment rá. És ezt csak azért lehetett bevállalni, mert jól mértünk, folyamatosan A/B teszteltünk és megtaláltuk végre megtaláltuk azokat a hirdetési formákat, amikkel tudtuk, hogy minden 1 euró költsézből legalább plusz 1 cent nyereségünk származik 30 napon belül. Ebben a formában bármennyit költhettünk, mert megtérült. Készpénz lett belőle.

Nem PR kampányra költöttünk, meg arculat, imázs, akármi, hanem olyan kampányra, ami ott és akkor megtérült. Ha ezt nem tudod *jól mérni*, akkor nem fogsz tudni ilyen bátran hirdetni és elesel egy baromi nagy lehetőségtől. Most a konkurenciád nagy valószínűséggel behúzza a kézfékeket. Ez mit jelent? Olcsóbb hirdetni, mint valaha! Ez nem azt jelenti, hogy égesd a pénzt, hanem azt, hogy okosan, irányozottan

nyomd a pénzed bele abba, ami működik. Nem érzésre, hanem mérhetően.

Most is ezt csináljuk és MiniCRM értékesítés modulban követjük, hogy milyen kampányból mennyi érdeklődő jön, mennyi komoly érdeklődő és mennyi ügyfél lesz, mennyi időn belül. Ezek mind fontos adatok, ha válság idején növelni akarod a marketing költségedet. Ha többet szeretnél tudni arról, hogyan használtuk a MiniCRM-et 2009 óta, hogy hatékonyabbá tegyük a saját és ügyfeleink marketing költségeit, akkor szintén a “Hogyan segít most egy jó CRM?” fejezetben találsz több információt.

Ne hagyj fel az értékesítéssel

Egyrészt kommunikálj az ügyfeleiddel, mondd el nekik, hogyan tudnak nálad pénzt költeni. Most azok fognak tudni értékesíteni a meglévő ügyfeleiknek, akik nem csak alkalmazkodnak az új kialakult helyzethez, de jól kommunikálják is azt. Ne várd ki, amíg rájönnek, hogy bevezetted két új szolgáltatást és megújítottál egy harmadikat.

Én az elmúlt hetekben leginkább két étteremnek a reklámjával találkoztam folyamatosan, akik azt tolják, hogy van náluk ingyenes kiszállítás. Biztos vagyok benne, hogy ennél sokkal több van, de mégis csak ezzel a kettővel találkozom. Vagyis pontosan azt csinálják, mint amit az előző részekben említettem. Ha a konkurencia visszahúzódik, használd ki a lehetőséget és költs a hirdetésekre, amik ügyfelet hoznak. Ne bízz abban, hogy az ügyfeleid majd utánajárnak, mit ajánlasz most, miközben a konkurenciád éppen az arcukban van a nap 24 órájában.

Ugyanez a helyzet a kedvezményekkel is. Ne csak azért hozz létre kedvezményeket, hogy legyen, ha valaki rákérdez. Kommunikáld őket

bátran. A potenciális és meglévő ügyfeleid nem úgy fognak felébredni, hogy vajon te adsz-e kedvezményt.

Hogy hogyan tudsz értékesíteni egy ilyen helyzetben, ezt egy teljes fejezetben bontotta ki Norcen Gábor, a MiniCRM értékesítési vezetője, úgyhogy itt nem bocsátkozok mély részletekbe, de összegezve három dolog fontos, ha már valakit behoztál az ajtón:

1. Fegyelem a siker záloga: Minden feladatnak felelőse és határideje van, otthonról is komolyan vesszük a munkát, felöltözünk, asztalhoz ülünk és nem ágyból csipás szemmel kezdünk neki a napnak fél 10-kor. A reggeli meetingek, ahol megbeszéljük a teendőket, tanulságokat elengedhetetlenek.
2. Folytonosság vs intenzitás: Nem attól leszel sikeres, hogy napi két órában megtolod, vagy hónap végén extrém üzemmódba kapsz, hanem attól, hogy minden munkanap, minden órájában egyenletes erő befektetéssel mérsz és küzdesz az eredményekért.
3. Cselekedj és ösztönözz cselekvésre: Ha azt gondolod, hogy a terméked hasznos, akkor minden eddiginél fontosabb, hogy ezt tudasd érdeklődőiddel, érvelj amellet, hogy mitől lesz nekik MOST jobb, ha a te termékedet használják. Miért cselekedne most, ha te nem hiszel ebben és ezt nem kommunikálsz.

Szabadulj meg a beragadt raktár készlettől

Mielőtt rátérek az utolsó tanácsra, ahol amellet érvelek, hogy megszállottan dolgozz azon, hogy növelsd a profitodat, mondok egy olyat, ami elsőre ennek ellentmondónak tűnhet, de valójában nem az és azt is megmondom, hogy miért.

Ha van olyan terméked, amit most nem tudsz jó áron értékesíteni, akkor igyekezz megszabadulni tőle, akár áron alul is. Még akkor is, ha

veszteséged van rajta. Ez ugyan közvetlenül nem fog profitot termelni, közvetetten viszont költséget csökkent és profitot is hozhat.

Ha most van olyan terméked, ami jól megy és profitot hoz a cégednek, vagy olyan hirdetés, ami magas nyereséggel hoz neked ügyfeleket, de nem tudsz bele több pénzt fektetni, akkor lehetséges nyereségtől esel el. Ha nincs cash-ed, hogy told azt, ami jól megy, akkor az az árukészlet, ami porosodik a raktáradban nem csak a raktárköltséget jelenti számodra, hanem az úgynevezett alternatív költséget is. Az alternatív költség az az összeg, amit azon buksz, hogy nem élsz egy lehetőséggel.

Tételezzük fel, hogy van egy árukészleted, amit 4 millióért vettél és most nem tudod eladni. Ehhez a pénzhez te most nem férsz hozzá. Ellenben van egy terméked, amit most kétszeres árréssel el tudsz adni. Ha te eladod a beragadt árukészletedet 3 millióért, 1 milliós buktával, még mindig hozzájutottál 3 millió forinthez, amit abba fektethetsz, hogy reklámozd, vagy beszerezd a termékedet, amiből a dupla profitod származik.

Attól, hogy profitorientáltnak kell lenned, ne ragadj bele abba a tévhitbe, hogy minden, amit csinálsz, profitot kell termelnie. Ha tudsz valamit tenni, amivel 1 milliót buksz, de ad készpénzt valamire, amivel 3 milliót nyersz, akkor azt azon nincs mit agyalni! Menj és bukd el azt az 1 milliót minél előbb! Mert, ha nem, akkor valójában 3 milliónak intesz búcsút.

Fókuszálj a profit növelésére

A profit növelésének vannak más, kevésbé kockázatos formái. Ha eddig nem fordítottál komoly figyelmet ezekre a módszerekre, mert békeidőkben elment a cég, hozta a pénzt, akkor most itt az ideje egy tudatos áttekintésnek.

A relatíve magas árbevétel önmagában semmit nem ér, ha nem tudsz elérni egy egészséges profit rátát. Amikor az Opten segítségét kértük és kikutatták a 2008-as válságban bebukott cégek ismérveit, a legszembeötlőbb dolog az volt, hogy árbevételtől függetlenül azokat a cégek dőltek be, akik nem tudtak jó profit rátával működni. Ez ugyanúgy igaz volt a 30 milliós árbevételű cégre, mint a 30 milliárdosra. Vagyis akkor is jó esélyed van fenntartani a cégedet, ha kis árbevétellel rendelkezelsz, de most tudsz 20-30%-os profit arányt elérni.

A lentiekben arra hozok példákat, hogy a fentiekén kívül, milyen módszerek vannak még, amivel profitábilissá teheted a cégedet.

Tedd produktívabbá a csapatodat. Profit képességet legjobban befolyásoló tényező a csapatod teljesítménye. Attól, hogy az embereid azt érzik, hogy három helyett dolgoznak, nem biztos, hogy annyi értéket elő is állítanak. Vizsgáld át minden dolgozód folyamatát. Van ahol időt pocsékolnak? Olyan feladatokkal foglalkoznak, ami nem hoznak eredményt (értsd, árbevételt)? Több kört futnak feladatokkal, amit egyből el lehetne intézni? Ezeket azonnal vágd rendbe.

A MiniCRM-et igénybevevő cégeknél a legjellemzőbb probléma az, hogy senki nem tudja, mi zajlik a folyamatokban és egymást hívogatják, emailek között keresgélnek információért. Ennek a teljes súlya szinte mindig csak bevezetés után realizálódik. Senki nem gondolná, hogy 5 ember munkáját 4 is el tudná végezni, ha rögtön elérhetőek lennének az információk. Csak amikor már a saját bőrükön tapasztalják mennyi mindennel többet tudnak elvégezni értik meg igazán, hogy hetente 40-60 órát elvesztegettek a dolgozók információ vadászásra.

Fókuszáljatok a legfontosabb célra. Nem véletlenül egyes számot használtam. Mi még tavaly év végén kezdtük el bevezetni az úgynevezett 4DX (4 Disciplines of Execution) folyamatot, amit most részletesen nem mutatnék be, de lényege, hogy rákényszerít minden

csapatot, hogy egy extrém fontos dologgal foglalkozzon. Nekünk ez rengeteget segített abban, hogy ne folyjon szét a csapat, ne ezer dolgot próbáljon egyszerre megoldani, hanem kizárólag egy dologért dolgozzon és hajtson, hogy tényleges eredményt érjenek el.

Ezt az extrém fontos célt most még egyszerűbb lesz meghatározni, mint valaha, mert a szokásosnál egyértelműbb, hogy mire kell koncentrálnod, hogy túléljétek a válságot. A fontos, hogy ezt a célt közösen határozd meg a csapattal.

Foglalkozz a VIP ügyfelekkel. Megvan, hogy kik a VIP ügyfeleid? Ha nincs, akkor legyen ez az első dolgod, hogy meghatározod ezt a csoportot. Kik ők? Mitől VIP? Mik a jellemzőik? Mik az igényeik? Ha ezek megvannak, akkor töretlenül kommunikálj velük. Bizonyára te is tudod, hogy ügyfeleid 20%-a hozza be a bevételed 80%-át. Az utolsó dolog, amit most megengedhetsz magadnak az az, hogy ezek közül elbukjál akár egyet is.

Hívjátok fel őket, ha teheted, akár személyesen te magad. Érdeklődj felőlük, ismerd meg a helyzetüket, változtak-e az igényeik és ha igen, hogyan. Ezt azért jó így csinálni, mert képzelj el azt a helyzetet, hogy kiküldesz egy kérdőívet, hogy a vásárlóid X-et vagy Y-t szeretnének és az jön vissza, hogy 50-50%. Mit csinálsz, azt mondd mindegy, betippeled az egyiket. De mi van, ha a VIP ügyfeleid, mind pont a másik szegmensbe tartoztak, de te nem kezelted őket külön? Keresztbe tettél azoknak az ügyfeleknek, akik a bevételed 80%-át hozzák. Game over. Szegmentáld az ügyfeleidet és kezeld őket megfelelően.

Ha teheted, automatizálj. Vitattam magamban, végül benne hagytam, hogy “ha teheted”. De lássuk be, ez egyre egyszerűbb és szinte mindeki tud automatizálni legalább néhány dolgot a cégében. Persze hőbörgők mindig vannak, akik azt mondják “na persze, szobafestő

vagyok, hogy automatizálnék?!”. Miközben azt nem veszik észre, hogy napjaik csak kb. 60%-át töltik konkrét szobafestéssel, a többi, mint ügyféllel egyeztetés, felmérés, árajánlatozás, beszerzés, panaszkezelés, számlázás, igenis részben automatizálható.

És igen, nekünk egyszerűbb dolgunk van, mert kevés fizikai része van a munkánknak, emiatt 10-nél több ember munkáját ki tudjuk váltani a MiniCRM-be épített automatizmusokkal, de ha te már csak mondjuk a számla behajtást le tudod automatizálni akkor, aki eddig ezt csinálta, most tud egyéb, profitot hozó tevékenységet végezni. Nálunk az automatikus emailek, SMS-ek, automatikusan kiadott teendők lekezelik a számla elmaradások 80-90%-át.

102 421 bizonylatot, fizetési emlékeztetőt, fizetés beérkezést, kártyás fizetés problémát jelző és egyéb e-mailt küldött ki helyettünk a MiniCRM. Ennyivel több időnk volt arra, hogy profit szerzésre koncentráljunk. Neked mennyi időd lenne, ha nem csak ezt, de árajánlat küldést, értékesítés utánkövetést, panasz kezelést és más ügyfél folyamatokat tudnál automatizálni?

Biztos vagyok, hogy neked még van jó pár ötleted. Arra biztatlak, ahogy a 4DX-szel kapcsolatban is mondtam: a lehető legfontosabb-ra koncentrálj egészen addig, amíg az a “business as usual” része lesz. Utána kezdj el foglalkozni bármi mással. Haladj lépésről lépésre és kezdj azzal, amitől a legnagyobb változást reméled.

7. Fejleszd a céged, termékeidet, szolgáltatásaidat

Ez a téma alapvetően 2 dolog miatt került bele ebbe a könyvbe. Egyrészt azért, mert a korlátozások (amiknek egy részét a közeljövőben talán feloldják) egy sereg újfajta rövid távú kihívást hoztak és hoznak. Több mint 1 hónapja sok iparág lelassult vagy teljesen megállt, átformálódott. Nem járunk be az irodába, nem mehetünk akármikor a boltba, és nem tölthetjük úgy a szabadidőnket, ahogy szeretnénk.

Amíg nincs meg a gyógyszer, vagy az oltás, a korlátozások egy része biztosan megmarad, ami **adaptálódási kényszerhez vezet a cégeket.**

A másik ok, amiért külön foglalkozunk ezzel a témával, az az, hogy amikor ilyen sok és ennyire különböző, de egymásra ható iparág megáll világszerte, az a 2008/09-eshez hasonló kihívásokat fog hozni.

A visszaesési időszak után kőkeményen vissza kell küzdenünk magunkat az eredeti szintre. A globális gazdaságnak, az egyes országoknak, és minden egyes vállalkozásnak is. A saját cégünk fejlesztésére, és ezzel túlélésére, talpraállítására, van közvetlen hatásunk. Ezzel fogunk a következőkben foglalkozni.

Építsd szabályokra a vállalatot!

A járványügyi korlátozások és a gazdasági visszaesés miatt most rövid és hosszú távon is elengedhetetlen, hogy stabilan és produktívan működjenek a vállalkozások. Ennek az egyik alapja, hogy az olyan cégekben, ahol 1-nél több ember dolgozik együtt, legyenek olyan szabályok, amik **világosak, könnyen betarthatók, és segítik a közös munkát.**

Amikor néhány embert két csapatra osztunk és köztük versenyhelyzetet teremtünk, anélkül, hogy meghatároznánk a szabályokat, a helyzet káoszba torkollhat. Ha a szabályok pontos meghatározásával kezdjük, a legtöbb esetben egy élvezhető eredmény esik ki a dologból. Teszem azt, egy futball-világbajnokság.

Amikor a cégek egymással versengenek, a törvény is meghatároz bizonyos szabályokat, amiket minden félnek be kell tartania. De mint ahogy a fociban sem elegendő a játékszabályok léte a győzelemhez, az egyes csapatoknak, cégeknek belső szabályrendszert, stratégiát kell megalkotniuk ahhoz, hogy elérjék a céljukat. **Attól, hogy valamit nem foglaltak törvénybe, még nem hagyhatjuk, hogy káoszba fulladjon.** Eredményt csak rendszerrel érhetünk el.

Ezért minden csapattag, kolléga szerepét pontosan meg kell határoznunk, és mindenkinek tisztában kell lennie azzal, hogy ki a csatár, ki a hátvéd - így a cégvezetőnek is! A lényeg, hogy mindenki abban a szerepben dolgozzon, amiben a legjobb, és az eredményeit is ennek függvényében határozzuk meg. Ahogy a kapus

teljesítményét sem a rúgott gólokban mérjük, úgy a fejlesztőim teljesítményét sem mérhetem abban, hogy hány MiniCRM-et adtak el.

Határozzuk meg minden kolléga szerepét, feladatait, hatáskörét és elvárt eredményeit kristálytiszta és mérhetőn, hogy a végén egymásra mutogatás helyett egy csapatként, egy célért tudjon mindenki dolgozni.

A szabályok stabilitást adnak, a stabilitás pedig mindig fontos. Csak van, amikor a profit mértéke múlik rajta, és van, amikor a túlélés.

Építs ki vállalati kontrollrendszert!

A kontrollrendszer nem arról szól, hogy nem bízunk, az emberekben. Mindössze szeretnénk látni az eredményeiket is. Mindenkinek jó, ha van egy transzparens eredményjelző: a kollégáknak is érdekük, hogy lássák, mik az elvárások és hogyan teljesítenek az elvárásokhoz képest. Így senkiben nincsenek kétségek. A vezetőknek pedig látniuk kell, ha valaki gyengébben teljesít, nem hozza a várt eredményeket, mert a hibákat csak így lehet kiküszöbölni.

Most, hogy mindenki otthonról dolgozik, az eredmények követése még fontosabbá vált: most nem látom, hogy kollégám mivel tölti a napját, hogy mikor min dolgozik. Egy jó kontrollrendszerrel nem egy hónap múlva, nem egy hét múlva látom, hanem folyamatosan tudom követni a számokat. Ha valahol valamilyen elcsúszás van, azonnal kiderül, és tudunk korrigálni.

A MiniCRM-nél 11, a normál működésünkhöz elengedhetetlen alapvető folyamatot határoztunk meg és írtunk le a távmunkára állás előtt, a munkatársak betanulásától kezdve, az ügyfélszerzésen és az értékesítésen át a fejlesztésig. **Minden folyamathoz meghatároztuk az elvárt eredményeket, és az eredmények eléréséhez szükséges feladatmennyiséget, amit napról napra, hétről hétre követünk.**

Most, hogy én Bécsben, a kollégáim pedig Budapesten, vidéken, vagy Romániában vannak, így is pontosan látom, ha valahol valaki elakadt.

Ezt a rendszert mi nem most építettük ki, évek óta így dolgozunk. Eddig is élveztük a gyümölcsét, most meg pláne hasznát vesszük annak, hogy ilyen téren nem kellett nagyobb fejlesztéssel foglalkoznunk, inkább csak a rendszer kisebb szépítgetéseivel.

Ha valahol ez még mindig hiányzik, el kell kezdeni sürgősen kiépíteni ezeket. A következő félévben, 1 évben ugyanis nem fog beleférni a lazálás, és nem fog beleférni a Facebook-görgetés vagy a Netflixezés a munkaidőbe.

Fókuszálj az azonnal megtérülő fejlesztési lehetőségekre!

Konjunktúrában évről évre kiszámítható növekedéssel tudtam vezetni a céget. Standard növekedés alatt természetes volt, hogy nagy beruházásokban, hosszú távon, akár 5 év után megtérülő befektetésekből tudtam gondolkodni és tervezni a jövőt.

Bár a mi iparágunk a válság szempontjából a szerencsésebbek közé tartozik, mi is érezzük, hogy csökken a bevételünk, hiszen számos más iparággal vagyunk közvetlen kapcsolatban. Úgy reagáltunk – és véleményem szerint most ez volt a legjobb döntés –, hogy a tőkeigényes befektetéseket eltoltuk, és januárban újra elővesszük őket. Helyettük a rövid távon megtérülő projektekre koncentráltunk.

Mondhatnád, hogy “persze persze, de a bevételem 60-70-80%-a eltűnt, mégis miből fejlesszek?” A felvetés jogos, de a rossz hírem az, hogy a bevételed nem fog egyik napról a másikra magától visszajönni. A bevételért most meg kell harcolni, és újra fel kell építeni a forrásokat. És itt jönnek képbe a rövid távon megtérülő fejlesztések, amik nélkül nem tudsz továbbhaladni, ha most megálltak az eladások.

Mi most a kevés tőkét igénylő projektekbe fektetjük az erőforrásainkat. Azokra koncentráltunk, amikhez inkább idő, energia és akaraterő, nem pedig pénz szükséges.

Az elmúlt években számtalanszor hallottuk azt a kifogást innen-onnan, hogy “nincs időm fejlesztésekre”. Hát, most már van. Ahol most lelassult a munka, csökkentek az eladások, rengeteg kapacitás szabadult fel, amit mind a fejlesztésekre lehet fordítani.

Tehát: a tőkeigényes, évek alatt megtérülő beruházásokat told el későbbre, amikor majd megint stabil lesz a gazdaság. Most pedig fókuszálj az azonnal megtérülő, kevés pénzügyi tőkét igénylő fejlesztési lehetőségekre!

Felmerülhet a kérdés, hogy mi a helyzet azokkal a cégekkel, ahol most esetleg szárnyalnak az eladások, és dőlnek meg a bevételi rekordok. Bár a legtöbb téren inkább újítnak tartom magam, pénzügyi téren, én személy szerint elég konzervatív vagyok.

Ezért arra való tekintettel, hogy az elmúlt hónapokban a változás sebessége gyors, a mértéke pedig óriási, ezért én most a középtávú befektetéseket is kockázatosnak érzem. Ha valahol most az elmúlt hónapokban megugrott a bevétel, sokkal több a munka, mint korábban, ez egyáltalán nem garancia a mai viszonyok között arra, hogy 5, vagy akár 1-2 éven belül is így lesz (bár kívánom, hogy így legyen).

Szinte lehetetlen most megjósolni, hogy évek múlva milyen módon fogod tudni megtermelni a lehető legtöbb bevételt, ezért én most szárnyaló bevételek mellett is csak óvatosan fektetnék be hosszú távon.

Digitalizálj!

Ha még nem digitalizáltad a céged az elmúlt évtizedben, itt az idő.

Most már nem csak előnyös, egyenesen a túlélés alapja, hogy távolról és automatán működjön minden, ami csak fizikailag lehetséges.

A bankunk a héten azon bukott el egy üzletet, hogy nem tudtam átmenni a határon aláírni egy papírt. Pedig a digitális aláírás már egy létező fogalom, és még csak nem is friss dolog. Rengeteg olyan cég van most, akiktől egyszerűen nem tudunk jelenleg vásárolni,

mert tintával összemaszatolt papíroknak kellene mozognia köztünk. De miért?

A jogban is elismert koncepció a ráutaló magatartás. Termékek egész garmadáját tudom online megrendelni, akár egy elküldött emailben vagy egy sebtében összetákolt űrlapon keresztül is. Vajon miért van az, hogy egyes cégeknél a kifizetett számla nem ér többet, mint egy papíron elmaszatolt aláírás?

Nem csak az értékesítést, de az alapvető munkafolyamatokat is akadályozza a digitalizáció hiánya. Békeidőben is. A post-itek nem működnek jól emlékeztetőként, a felcímkézett levelek sem szólnak, ha dolgod van, a papírok elverednek...

Most, amikor fizikai távolság van köztünk, ez az analóg módszer végképp nem működik: nem tudsz a kollégád orra elé tolni egy szerződést, nem ragaszthatsz az asztalára egy cetlit.

Persze IT-sként én nyilván könnyen beszélek. De számomra is sok olyan terület van, amiben idegenként mozgok. Először. **De ha szükségem van rá, beletanulok.** Legyen szó a gyerekek által levert fal visszavakolásáról vagy pizzasütésről.

Senki nem úgy született, hogy mindent tudott. Mielőtt elkezdte járni, tízszer, százszor, ezerszer elestél, de végül megtanultad. Mielőtt megértetted, hogy kettő meg kettő az négy, néha bizony öt volt. De ma már nem téveszted el.

És ami még fontos: most, amikor digitalizációról van szó, nem a 20-30 évvel ezelőtti, bonyolult, a legkevésbé sem felhasználóbarát

megoldásokról beszélek. Nem kell adatvesztéssel, betárcsázós modemmel megkeresítenie a saját életét senkinek. Hanem egyszerű, érthető és megtanulható szoftverekről beszélek, amikből sokkal többet profitál mindenki, mint amennyire először fél tőle.

Egyébként a MiniCRM-et sem úgy adjuk senki kezébe, hogy “nesze, itt van, hajrá”. Szinte végtelen mennyiségű online videós oktatási anyaggal és tanácsadással segítünk mindenkinek az indulásban.

Szóval, ha tudod, hogy digitalizálnod kell, de nem tudod, hogy hogyan, erre is megvan már a megoldás. Akár nálunk, akár másoknál, de **a tudás elérhető, csak rá kell szánnod magad, hogy birtokba vedd**. Ha megteszed, nagyot ugorhatsz a korlátozások ellenére is, és visszaállíthatod a fogyatkozó árbevételed normál szintre. Ha nem, akkor hamar belebuksz ebbe a válságba.

Fejleszd a munkatársaidat!

Többször is megkaptam már azt a kérdést, hogy nem félek-e attól, hogy sokat költök a munkatársak fejlesztésére, és elmennek a cégtől. Hát nem. Én inkább attól félek, hogy nem költök rá, és itt maradnak.

A folyamatainkban ezért nem csak az van meghatározva, hogy milyen szabályok szerint működik a cég, hanem az is, hogy a munkatársak hogyan fejlődnek.

A nagy volumenű közös oktatásokból, fejlesztésekből, tanácsadásokból most egy picit mi is visszavettünk, cserébe **még**

nagyobb hangsúlyt fektetünk az olyan fejlesztési módokra, mint egy könyv elolvasása vagy egy online tanfolyam. Ezek pár 10 eurós költsége szinte elenyészik egy-egy munkatárs saját költsége mellett.

Úgyhogy ha egy picit visszaesett az ügyfélszám, kevesebb a munka, javaslom, hogy most szánjátok rá az időt, amiből eddig mindig hiány volt. Megtérül.

A fejlesztések veled maradnak

A MiniCRM cégvezetője, Krisztián, az utóbbi hetekben sokszor említette a videóiban, hogy most ismertük fel, hogy az elmúlt években mennyi pénzt dobtunk ki az ablakon. Ahogy a békeidőkben az üzlet ment a maga útján, még a jól működő folyamataink mellett sem vettük észre, hogy mennyi mindenben spórolhatnánk. Most, hogy rákényszerültünk a változtatásokra, egy rakat olyan pontot találtunk, ahol meghúzhattuk a költségvetést.

A lazább home office szabályok, a jobb és részletesebb riportok, a hatékonyabb marketing pedig a válság után is velünk maradnak. Nyilván lesz olyan, ami a válság lecsengése után azonnal visszaáll, például a rendszeres csapatépítő alkalmak mindenképp. De összességében **az eddigi változtatásoknak kb. 80%-a megmarad azután is, hogy a gazdaság helyreáll, és termelik a jobb eredményt még éveken át.**

Ahogy most hangolsz a folyamataidon, a termékeden, szolgáltatásodon kisebb vagy nagyobb mértékben, végül egy

békeidőben közepesen jól teljesítő cégből a legjobbak közé törhetsz fel ezzel a módszerrel.

8. Nyiss kapcsolódó piacok felé

Ha meglévő piacon a kereslet drasztikusan csökkent, nincs más lehetőséget mint új piacokat keresni.

A kockázatot nagyban csökkentheted, ha nem rögtön valami teljesen újba kezdesz. A 36 üzleti ötlet, amit ennek a könyvnek a végére összeszedtünk sem úgy íródott, hogy "Most X-re van igény, csinálj X-et". Hanem úgy, hogy "Te most X-et csinálsz, ha kicsit változtatsz, lesz belőle Y, amire van most igény."

Új termék	Régi ügyfeleknek új termék, amire MOST szükségük van.	Új ügyfeleknek, új csatornákon ismeretlen, új termékek.
Meglévő termék	Régi ügyfeleknek a megszokott termékek.	Új ügyfeleknek, új csatornákon a megszokott termékek.
	Régi ügyfeleknek	Új ügyfeleknek

Nemcsak az számít, hogy mire van most igény, hanem az is, hogy mire tudsz a lehető legkevesebb kockázattal átállni.

Tehát használd azt, amid van, amit eddig kiépítettél. Aknázd ki a meglévő ügyfél kapcsolataidat vagy meglévő termékeidet és beszállítókat. Elég lesz egyszerre egy újdonságot bevezetni, egy új ismeretlent megtanulni.

Más szolgáltatás a meglévő ügyfeleknek

Az első és legegyszerűbb módja, hogy csökkentsd a kockázatát egy átállásnak az az, hogy ha a meglévő ügyfélkörödnek értékesítesz új szolgáltatást. Ha van egy meglévő ügyfél adatbázisod, akkor viszonylag könnyű dolgod van.

Keresd fel a meglévő ügyfeleidet és ismerd meg az élethelyzetüket, a problémáikat, az új kihívásaikat, és arra keress megoldást. Mik azok a feladatok, amiket most el kell végezniük, de nem tudják jól megoldani? Fontos, hogy ne azt kérdezd tőlük, hogy mit szeretnének, milyen konkrét megoldást várnak, hiszen az emberek többsége nincs tisztában azzal, hogy milyen megoldás lenne jó neki.

Például a kijárási tilalom kezdetével kevesen mondták azt, hogy online jóga oktatásra vágnak. Azt viszont sokan elmondták, hogy otthonról számítógép előtt ülve dolgoznak. És nincs otthon profi, gerinctámaszos irodai szék, nincs testreszabható íróasztal és nincs állítható monitor kar. És a valóság azt mutatja, hogy a feladat alapú

felmérés működik, nyakfájás miatt nagy kereslet van az online megtartott jóga órákra.

A legtöbben csak akkor ismernek fel egy megoldást, amikor már szembesülnek vele. Ezért fontos, hogy **a kihívásaikat ismerd meg, hogy milyen feladat elvégzésére keresnek eszközt**. Ha ez a módszer jobban érdekel, írja a business@minicrm.hu-ra és elküldjük a MiniCRM innovációs stratégiáját.

Hogyan érd el a meglévő ügyfeleidet?

Ha már MiniCRM-ben vagy hasonló rendszerben dolgozol, akkor egyszerű dolgod van. Készíts szűrőt a legjobb vásárlóidról és velük kezd a felmérést. Hívd végig őket egyesével, személyesen.

Erősen ajánlom a személyes beszélgetést. Ez egyrészt alkalmat ad arra, hogy ápd a kapcsolatot a legjobb vevőiddel, biztosítsd a tőlük származó bevételed. Másrészt kötetlen beszélgetés során fel tudod mérni milyen kihívásokkal küzdenek, milyen kérdéseket érdemes feltenni minden ügyfélnek.

Ha sok ügyfeled van, készíts kérdőívet, amit kiküldhetsz a listádra. Mi a magyar fejlesztésű [Valuebot](https://valuebot.com/)-ot használtuk, amikor két országban felmértük, hogy hogyan állnak a cégvezetők az új gazdasági helyzetben.

Eddig balatoni nyaralásokat árultál? Ha a nyáron nem szűnnek meg a tilalmak, az ügyfeleid mit fognak csinálni helyette? Az egész család otthon fog maradni, de nyári kikapcsolódásra szükségük lesz.

Hány ügyfelednek van kertje? Ha elég soknak, akkor érdemes elgondolkodnod azon, hogy felfújható medencéket értékesíts. Ezekre jó eséllyel fel fog menni a kereslet ezen a nyáron. És az ügyfeleid már megbíznak benned, ezért sokkal jobb helyzetből indulsz, mint valaki, akinek még semmilyen kapcsolata nincs velük.

Új ügyfélkörnek hasonló szolgáltatás

Ez a másik út, amivel kockázatot lehet csökkenteni átállás közben. Hiszen itt ugyan **új ügyfélbázist célzol be**, de ellenben a fenti példával, ahol akár valamilyen vadi új terméket, szolgáltatást vezetsz be, **itt meglévő módszereket, eszközöket használsz, legfeljebb kicsit hangolnod kell rajta.**

Két irányból találhatsz lehetőségeket:

- Jobb és drágább termék kielégítetlen piaci igény esetén.
- Egyszerűbb, kevesebbet tudó és olcsóbb termék túlkínálat esetén.

Jobb és drágább termékre példa: az irodai takarításra szakosodott cégeket súlyos csapás érte, hiszen aki teheti, otthonról dolgozik és megcsappantak a megrendelések, sőt, talán nullára zuhantak.

De nézzük meg, mi a helyzet a világban? Magára a takarításra összességében nemhogy csökkent, inkább nagyon is nőtt a kereslet. Extra alapos, fertőtlenítő takarításra garantáltan nem volt még akkora kereslet, mint most. Emiatt kialakult kínálat sincsen. Azok

lesznek itt a nyertesek, akik a leggyorsabban és legprofibban reagálnak.

Ha most takarító céged van, és cselekvés helyett inkább kivársz, teljesen fel fogod élni a tartalékaidat ahelyett, hogy lecsapnál egy új, drasztikusan növekvő szegmensre, ahol egyelőre alacsony a verseny is.

Ha azoknak szeretnél eladni, akik eddig nem vásároltak, akkor egyszerűsíteni kell a szolgáltatáson, terméken. Az egyszerűséget és árelőnyt jobban fogják értékelni mint a komplexitást és a vele járó magasabb árat és tanulási időt.

Ha például eddig házimozsi rendszereket árultál, lehet hogy érdemes egy külön weboldalt csinálni "karantén mozi" néven. Óriási választék és több száz különböző részegység helyett, adj három különböző árkategóriájú csomagot aminek minden részegysége garantáltan működik a többivel és együtt kiadnak egy házimozit amivel az is Netflix-re válthat aki eddig egy új okostelefont sem mert egyedül beállítani.

Nagyon sok új, teljesen laikus ember fog csatlakozni a keresletbe, akiknek lövésük sincs a házimozikról. Ezért gyárts hozzájuk részletes bemutató videót, mert most nem fog tudni átmenni az unoka/ismerős összerakni a technikát. Így könnyű megoldást adsz annak a kezébe, akinek eddig nem volt bátorsága belevágni ilyenbe.

Sok ilyen lehetőség lesz, és azok fognak nyertesen kikerülni a szituációból, akik gyorsan tudnak reagálni és keményen dolgoznak minden ami a hatáskörükbe esik.

Változtass minden héten, lépésről lépésre haladj

Kevés esélye van, hogy elsőre megtaláld a tökéletes, új megoldást. Még akkor is, ha csak egy dolgot változtattál. Ezért fontos, hogy iterálj, vagyis próbálj ki variációkat!

1. Tervezés
2. Kivitelezés
3. MÉRÉS (ide sok felkiáltójel)
4. Vissza 1-re!

Minél több ötletet tudsz kipróbálni, annál nagyobb az esélye, hogy a céged túléli a válságot.

Van egy menő és forradalmi ötleted? Beletennél 3 - 6 hónapot a megvalósításba? Mi van, ha nem működik? Ha mégsem hoz be annyi új ügyfelet, mint reméled? Beleöltél több hónapot, minden tartalékot és nincs több próbálkozási lehetőséged.

A kockázatcsökkentés a kulcs. Ahelyett, hogy 5 különböző dolgot csinálsz egyszerre vagy egy hatalmasat, mindig haladj kis lépésekben. Keresd meg azt a lehető legkisebb újítást/módosítást, amit még ezen a héten meg tudsz csinálni és amivel közelebb kerülsz a végső nagy ötlet megvalósításához.

A MiniCRM ma egy szerteágazó termék, sok száz funkcióval. Szinte bármilyen belső folyamatot le lehet benne kezelni. Annyira sokoldalú, hogy nemrég ezt az üzenetet kaptuk egy ügyfelünktől:

"Nagyon komoly kihívásaitok lehetnek, ezen ma gondolkoztam el. Már 7 modulunk van, és még lesz következő sok. Olyan szinten mindenre jó a MiniCRM, hogy azt nehéz elmagyarázni egy halandónak. Minden nap valamit fejlesztetek. Én már azon gondolkodom, hogy kell külön a cégen belül meeting modul, amiben a meetingeket szervezzük. El sem tudom képzelni, mekkora meló lehet egy ennyire sokoldalú dolgot eladni egy ilyen országban. Minden tiszteletem a tietek!"

Pál Zoltán, ALH Consulting Kft.

Ezt 10 év fejlesztéssel értük el. Mit tippelsz mennyi funkció volt a MiniCRM legeslegelső verziójában? Amivel az első 3 szerződést megkötöttük?

100? 25? 5? 0.

Egy sor kódot nem írtunk az elején. Egy dokumentumban gyűjtöttük össze, hogy mit kell tudnia egy jó CRM rendszernek. Ezzel kezdtünk el ismerősökkel és ismerősök ismerőseivel beszélni. Bemutattuk milyen szoftvert tervezünk készíteni, elmondtuk mennyibe fog kerülni és kerestük azokat, akik azt mondták, ha lesz ilyen előfizetnek.

Minden héten változott a dokumentum tartalma. Egy-egy funkciót leírni csak egy óra volt. Ha kiderült nem fontos, csak ennyit buktunk

a fejezet törlésekor, nem több tízmillió forintnyi fejlesztést és több hónapot.

Egy teljesen új helyzetben előre senki sem tudja megmondani mi fog történni. Senkinek sincs varázsgömbje vagy időgépe. Ezért kell kísérletezni, mérni (!!!) és levonni a tanulságokat.

És minden kísérlet tervezésekor kell valami kérdés, amire a választ keresed a mérés során. Pl. 10 régi ügyfelünkből egy telefonhívásból hány ember venne 250 000 Ft-ért Netflix-re kész házimozi? Ha nincs konkrét kérdésed leírva a kísérlet elején, az "alapértelmezett" kérdés lesz helyette: majd meglátjuk mi lesz. És mindig meglátod mi lett. Amiből nem lehet tanulságot levonni, fejlődni.

Még egyszer:

1. Tervezés.
2. Kivitelezés.
3. MÉRÉS!!!!
4. Vissza 1-re.

9. Válts rövid távról hosszú távú előrelátásra!

A készpénz a király. Vagyis jobb ma egy veréb, mint holnap két tüzok. Ez tény és fontos így hozzáállni a túléléshez. De ez nem jelenti azt, hogy a hosszútávon gondolkodás nem fontos.

Ha most belépsz egy új piacra ne csak a következő hetekben és hónapokban gondolkozz. Ha vége lesz a járvány miatti

korlátozásoknak, akkor is ott akarsz lenni azon a piacon amire most belépsz? Megvannak a cégedben azok a képességet, erőforrások amikre építve hosszútávon versenyképes, nyereséges lesz az új üzletág?

Ha olyan vállalkozásba kezdesz, amit kifejezetten a karanténhelyzetre hozol létre, akkor fontos, hogy a lehető legkevesebb befektetéssel tudd létrehozni és amint változik a helyzet, vissza tudjatos állni, vagy minimális erőforrás mellett tudjatos üzemeltetni.

Ilyen például a karantenkalacs.hu, akik a helyzetre azonnal reagáltak, és egy nap alatt felhúztak egy pékárú kiszállítós oldalt. Ez azonnal működőképes, különösebb befektetés és hetek munkája nélkül. Ha megszűnnek a korlátozások újra tudják nyitni a régi vendéglátó helyeket, mert megmaradtak az emberek és eszközök. Nem valami teljesen újba vágtak, nem volt szükséges olyan átalakításokat végezniük, aminek a felszámolása nehézséget okoz a visszaálláskor.

Az Exit The Room példájában - a 36 üzleti ötlet fejezetben megtalálod őket - is megfigyelhető a hosszú távú gondolkodás, hiszen ez egy olyan szolgáltatás találtak ki, amit ugyan hosszabb idő volt összerakni, de ha jól sikerül, a karantén után is komoly népszerűségnek örvendhet.

Szóval, ha valamin több mint 1-2 napot kell dolgoznotok, gondolkozzatok el azon, hogy vajon, ha visszaállnak a dolgok, akkor is lesz-e haszna. Ha nem, akkor érdemes új ötletben gondolkodni.

10. Produktivitás távmunkában

Mérés, riportolás

Csak az a hozzáállás vezethet eredményre, ha vezetőként rendszerben és eredményekben gondolkozol. **Szükség van egy jól felépített rendszerre, ami vezeti az egyes csapatok működését, valamint szükség van egy meghatározott eredményre, amit elvársz a csapatoktól.**

Ezért **a számok lekövetése, az eredmények mérése alapvető fontossággal bír** a távmunkába kényszerült cégek életében.

Minden csapatban minden embernek legyen egy konkrét, fix határidős, számokban meghatározható célja. Pl.:

- 12 tanácsadási alkalom minden tanácsadónál minden héten
- 10 online termék bemutató, értékesítőnként, hetente

Ahol viszonylag kevés számot és folyamatot kell lekövetni, egy egyszerű lista is reális képet adhat a célok teljesüléséről. Ahol azonban naponta több folyamat több tucat eredményét kell nyilvántartani, csak automata riportokkal lehet és érdemes dolgozni.

Ez a vírus miatt kialakult helyzetben még inkább sarkalatos szempont: nem fecsérelnék a kollégák idejét azzal, hogy velük gyártatok kimutatásokat Excelből. Ez békeidőkben felesleges pénzégetés, de most a válságban ezen múlhat, hogy egy cég túlél-e vagy sem. Sokkal célravezetőbb, ha a kollégák idejük 99%-ában értékteremtéssel tudnak foglalkozni ahelyett, hogy heti több órát töltenének felesleges riportgyártással, amit egy automata rendszer is megcsinálhat helyettük.

Szabadulj meg a feleslegtől

Dobj ki mindent, ami nem kell. Az egyik legfőbb növekedésgátló tényező, hogy te és valószínűleg a munkatársaid is rengeteg olyan dologgal ütik el az időt, amivel nem kéne.

Miért? Mert napok/hónapok/évek alatt könnyű elveszíteni a fókuszt, hogy igazából miért is csináljátok és mi a lényege ennek az egésznek.

De a jó hír, hogy könnyű visszatalálni hozzá. Tedd fel magadnak a kérdést: Mik azok a tevékenységek, amiket az ügyfél értékel/megfizet? Nyilván nem minden fekete vagy fehér, de ha itt meghúzod a határt, jó eséllyel rengeteg dologra rá tudod mondani, hogy ez felesleges. Ne csináljuk, nem ér semmit az ügyfélnek, nem lesz több és jobb tőle a szolgáltatás vagy termék, csak az idő megy vele. De az nagyon.

Számolj fel minden olyan tevékenységet, amit az ügyfelek nem “fizetnek” meg!

11. A cégvezetők legnehezebb feladata

Van egy általános elvárás az életben: a vezetőknek ismerniük és mutatniuk kell az utat és mindig magabiztosnak kell lenniük. És ha ez nincs meg? Akkor ideje pánikolni!

A jelenlegi helyzetben viszont azonban a vezetők sem ismerik a helyes utat, és az ő fejükben is sokszorozódnak a kérdések. Vajon jó döntést hoztam-e? Jó irányba haladunk-e? Sikerült-e mindenkit megnyugtatnom? Sikerült-e elhárítanom a bajt? Hogyan tovább 3 hónap múlva? Vagy jövőhéten?

Igen, ilyenkor a legnehezebb feladat minden vezető számára: mentálisan jól kezelni a dolgokat.

A vezetőknek a helyzet magaslatán kell lennie. Legalábbis úgy kell tűnnie. Mindig. Hiába a rengeteg, újonnan előkerülő probléma. Mit számít a sok megoldásra váró probléma. Ugyan kit érdekel, hogy ő sem tud egyik napról a másikra 180 fokos fordulatot venni. Ez nem számít. A vezetőknek magabiztosnak kell maradnia.

Ez egy sokszor még békeidőben is nehezen megugorható elvárás. Nehéz kérdések mindig vannak: a felvett kollégát foglalkoztassam a próbaidő vége után is? Mennyi bónusszal jutalmazzam a kollégákat? Kinek adjak előléptetést? Ezek a kérdések folyamatosan képesek belső dilemmát okozni a vezetőknek, de válságban ez a gond még

inkább előjön. Még súlyosabb döntések, még kevesebb idő, miközben kifelé továbbra is ugyanazt a nyugalmat kell sugározni, amit mindig.

Békeidőben sok kérdésre azonnal érezzük, mi a helyes válasz. Amikor van egy jó döntés, egy közepesen jó döntés, és egy rossz döntés, a legtöbb vezető tudja, melyik útra akar lépni. Élesedő helyzetben viszont jóval kevesebb a tisztán fekete vagy fehér helyzet, és gyakran a rossz, a nagyon rossz és a szörnyű között kell választani. Válgak meg a szinte második családomnak tartott kollégáimtól? Adjam el a céget “gombokért”? Vegyek fel hitelt lehetetlen feltételekkel?

Egy ilyen nehéz időszakban a vezetők jellemzően 2 nagyobb hibába tudnak esni:

- Túlságosan magukra vesznek mindent,
- vagy épp az ellenkezője, a másik véglet, amikor nem veszik eléggé magukra az ügyet.

Az első opció békeidőben is a szívbaj szélére sodorhatja az embert, de a mostani helyzetben még hatalmasabb terhet jelent. A másodikkal pedig a szürke hétköznapiokon el lehet vezetni egy céget, de ebben a válságban ez kevés lesz ahhoz, hogy érdemben kezelni tudja a problémákat.

Tehát a kulcs az egyensúly, és a hatáskör kérdése ebben is segíthet: **ami a hatáskörödön kívül van, azt ne vedd magadra, azon ne**

rágódj. Amire pedig van befolyásod, azt vállald fel, tudd magadénak, és dolgozz érte.

A vezetők nehézségeit most tetőzi, hogy úgy tűnhet, most a szokottnál is magányosabb ez a munka. Éppen most, amikor a legnehezebb időket éled, esetleg kilátástalannak érzed a helyzetet, leszűkült azok köre, akikkel meg tudod osztani a kétségeidet. Mert kétségei minden jó vezetőnek vannak: csak az tud fejlődni és előrehaladni, aki megkérdőjelezi, hogy jó úton jár-e.

Legtöbbször már az is segít, hogy kibeszéled magadból a kételyeidet. Üzlettársaddal, barátaiddal, családdal. Ez nem csak a munkára, nyilván a magánéletre is igaz. A korlátozásokkal viszont jelentősen csökkentek a kommunikációs lehetőségek egymás között.

Mi szerencsés helyzetben vagyunk: ketten vezetjük a céget Krisztiánnal, így a nehéz helyzeten, a mostani problémákon is osztozunk. Emellett folyamatosan keresem a lehetőséget arra is, hogy beszélni tudjak azokkal az ismerőseimmel, akik hasonló helyzetben vannak. Nem zárkózom be, nem szakítom meg a kapcsolatot azokkal, akikkel meg tudom beszélni a jelenlegi kihívásokat.

3 technika, ami nekem már segített

Elsőként neked is azt tanácsolom, hogy **keresd azokat a helyzeteket, amikor beszélgetni tudsz** azokkal, akik veled egy cipőben járnak. Vagy bármilyen tanáccsal, esetleg egy nyitott füllel a

segítségére lehetnek most. Válságban is igaz, hogy légy fejlődő szemléletű és vedd körbe magad ilyen emberekkel. Vezetőként a legjobb döntést is akkor tudod meghozni, ha minél több információval rendelkezel, és minél több emberrel beszélsz, annál több nézőpontot ismersz meg.

Erre mi is igyekszünk most még több platformot biztosítani ügyfeleinknek: a leggyakoribb és legégetőbb kérdéseket új webináriumainkon tudják átbeszélni. A tanulságok alapján készült tanácsadó videóinkat Youtube csatornáinkon is közzétesszük, hogy bárki hozzáférhessen, akinek segítségre van szüksége.

Persze a barátokkal, családdal való beszélgetések is rengeteget segíthetnek: igazi mentális felfrissülést hoz, ha kívülállókka is kibeszéled a problémát. Jó meglátásokat, ötleteket sokszor azoktól kapsz, akik teljesen más helyzetben vannak, mint te, és egészen más szemmel látják a gondodat.

Fontos megjegyezni, hogy bár arra biztatlak, hogy beszélgess másokkal, a megoldást ne tőlük várd! A problémádat neked kell megoldanod, a döntéseket neked kell meghoznod. De ez lényegesen könnyebb, ha több nézőpontot is megismersz.

A második tanácsom, hogy **ha van egy döntés, ami nyomja a lelked, írd le**. Amikor én kiírom a fejemből a gondolatokat, és azok számokká, érvekké és tervekké formálódnak a papíron, végül egy szinte kész akciótervvel a kezemben vágok bele a projektbe. Új

lehetőségek, kész tervezetek, konkrét stratégiák válhatnak a korábbi félelmekből pusztán azzal, hogy leírod őket.

A harmadik módszerrel pedig eredetileg egy motoros vezetéstechnikai tréningen találkoztam. Ennek a lényege az, hogy a **kiutat nézd, ne az akadályt.**

Amikor motoron ülsz, egy bizonyos sebesség felett a kormányba már csak kapaszkodsz, de igazából a felsőtesteddel irányítasz. Ezért egy olyan éles helyzetben, amikor két autó között egy szűk helyen kell átmenned a motorral, a kormány rángatása helyett a legjobb, ha a szemeddel folyamatosan a két autó közötti kiutat nézed. A szemedet ugyanis követi a fejed, azt pedig a felsőtested, így esélyed van elkerülni a balesetet.

Később rájöttem, hogy ezt a technikát cégek is nagyon jól tudják alkalmazni. Ha pánikolsz és a rossz dolgokra koncentrálsz, pl. amikor elesel a bevételed nagy százalékától, csak kapkodva próbálsz helyrehozni a hibát. Azonban ha arra koncentrálsz, amid még megvan (pl. dolgozók, a bevétel egy kis része), és mi az, ami működik (pl. a belső folyamatok), és azzal mit tudsz kezdeni, hogy javíts a helyzeteden, az jelentheti a kiutat. Így elkerülheted a nagyobb bajt.

Engedd meg, hogy még egy utolsó gondolattal zárjam le ezt a részt. Franklin D. Roosevelttől elhíresült mondása szerint "a smooth sea never made a skilled sailor", azaz **zavartalan vizeken soha senki nem vált jó tengerésszé.**

Amikor céget vezetsz, természetes dolog az, hogy egyszer fenn, máskor lenn vagy. Lesznek a cégednek nagyon rossz és nagyon jó időszakai, és persze egyszer könnyebben megbírkózol a bajokkal, míg máskor nem. Ezek a nehézségek pedig mind formálnak és még jobbá tesznek téged.

Minden nehéz pillanatban jusson eszedbe, hogy amikor megkérdezték tőlük, hogyan érték el a legnagyobb céljaikat, **a legtöbb sikeres ember ezt felelte: nem adtam fel.** Bár elsőre mellébeszélésnek tűnhet, a siker valójában tényleg ezen múlik. Ha előre nézel, újra és újra felállsz és nem adod fel, sokkal tovább el tudsz érni. Hidd el minden nap, hogy meg tudod csinálni. Mindig van holnap és mindig van előre.

Soha ne add fel!

Nem vagy biztos a következő lépésben? Nem vagy egyedül! Kérj egy ingyenes tanácsadást CRM szakértőinktől. Segítünk testreszabott megoldást találni a válsághelyzet kezelésére.

 [Beszélgetés tanácsadóval](#)

Hogyan segít most egy jó CRM?

Leskó Norbert

2009 a következő pár évtizedet meghatározó év volt számomra. 2009. Május 2. A nap amikor megházasodtam. Az év, amikor kiszálltam a korábban alapított cégemből (Árukereső). Az év, amikor feleségemmel úgy döntöttünk Bécsbe költözünk. Az év, amikor elindítottuk a következő vállalkozásunkat, a MiniCRM-et.

Új céget indítani nem egyszerű. Szoftverpiacon öldöklő a verseny az ügyfelekért és a programozókért is. Én pedig “könnyítésként” Bécsből kezdtem el csinálni a Budapest és Kolozsvár központú új szoftvercéget.

Bíztam a folyamat kezelési stratégiánkban és eszközeinkben. Céget építeni helyben sem könnyű, de távolról sem nehezebb.

Most, hogy röviden bemutattam neked azt a helyzetet, amiben az indulásnál voltunk, és még mielőtt beleásnám magamat a részletekbe, összeszedem röviden, hogy én mit várok el egy CRM-től.

Segítsen új ügyfeleket szerezni

Segítsen megérteni a célközönségünket. Segítsen az érdeklődőket egy adatbázisba gyűjteni. Segítsen őket végigvinni egy termékeny értékesítési folyamaton. Segítsen elkerülni a végzetes árversenyt.

Segítsen eladni azoknak, akik korábban érdeklődtek, de akkor nem vásároltak (2010-ben ez még nem volt annyira fontos, 2019-ben már a bevétel jelentős részét hozta).

Segítsen megtartani a meglévő ügyfeleinket

Ügyfélként sokkal többször találkozok botrányosan rossz ügyfélkezeléssel, mint ahányszor meglepően jóval. Sajnos most még minden Borhálóra (imádom őket) jut legalább 10 ELMŰ színvonalú cég.

Visszatérő rémálmom amire éjszakánként felébredek, hogy egyszer csak az én cégem is ilyen lesz. Rossz ügyfél élményért nem kell dolgozni, egyszerűen elég az, ha nincs többszörösen bebiztosítva a legalább tűrhető kiszolgálás. Ezért nálam alap, hogy minden meglévő ügyfél által küldött kérdés, kérés követve és mérve legyen. Nem akarok egyszerre arra ébredni, hogy a rémálmom valóság.

Segítsen a meglévő ügyfelekből többet kihozni

Elérni, hogy meglévő ügyfeleink a mi termékeinkkel több problémájukat is meg tudják oldani, mint amivel eredetileg minket megtaláltak. Ezen keresztül elérni, hogy idővel úgy érezzék, hogy sokkal többet ér, amit nyújtunk, mint amennyit kérünk érte. Így bátrabban vegyenek egyre több terméket tőlünk.

Segítsen növelni az ajánlások számát

Ez alatt nem az ajánlói programot értem. Van olyan is, de minimális a hatása. Sokkal inkább azt, hogy a fenti 3 dolgot olyan jól

csináljuk, hogy őszintén minket ajánlanak ügyfeleink a barátaiknak. Azért még senkinek sem nyomtam le a torkán egy terméket, mert a gyártó adott 100€ fejpénzt. De már sok tízmillió Forint bevételt hoztam cégeknek azért, mert egy-egy ismerősöm megkérdezett X témában tudok-e megbízható szolgáltatót / kereskedőt és mondtam olyat, akivel korábbi években többször is csak jó tapasztalatom volt.

Általános “ügyfeles” folyamatkezelés

Minden, amit az ügyfelek látnak, legyen egy jól meghatározott folyamatban. Keltsük kívülről egy egységesen, jól szervezetten működő cég benyomását. Legyünk bizalomgerjesztők, és ne ijesszük el az ügyfeleinket elkerülhető bénázással.

Ügyfélszerzés

Az elején ez volt a legfontosabb. Induló vállalkozásként, kockatőke és nagy hitel nélkül az innovatív szoftver cégünket hagyományos módon finanszíroztuk: az ügyfelektől származó bevételből.

Meglepő az Uber, a Tesla és a többi veszteség-rekorder cég között, de még a tech iparban is sok példa van erre. :)

Ami Gollamnak a gyűrű, nekünk az az ügyfél. Egyesével minden ügyfél egy becses, drága kincs.

Érdeklődők gyűjtése



Magyarországi ügyfél- és potenciális ügyfél-adatbázisunk alakulása
(A csökkenések a GDPR adattisztítások eredményei).

Szeretnél ilyen növekedést? Olvass tovább.

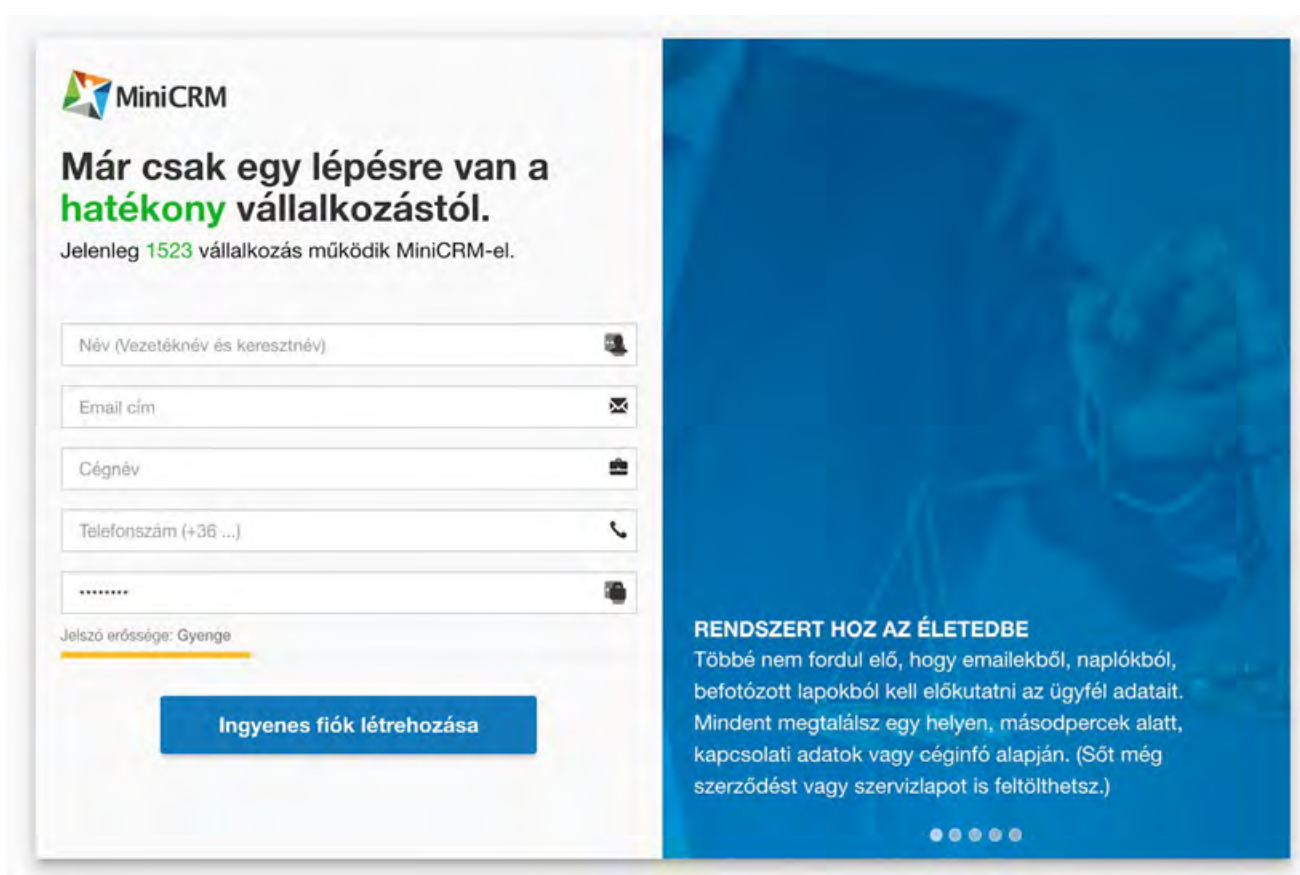
Publikus induláskor csináltunk egy weboldalt (2010 eleje). Kiraktunk rá némi bemutatkozó anyagot és a telefonszámunkat. Aki felhívott, annak az adatait kézzel begépeltük a MiniCRM-be.

Aztán rájöttünk, hogy nem minden hívást rögzítenek a kollégák. Van, aki épp akkor telefonál, amikor úton vannak vagy mást csinálnak. És elfelejtik visszahívni.

Ráébredtünk, hogy nem mindenki munkaidőben keres megoldást. És aki szerda este 23:12-kor talál rá a weboldalunkra, az csütörtök reggel 9:15-re már rég elfelejti, hogy hívni akart.

Első pár hónap után stratégiát váltottunk. Elkezdtünk erősen űrlapokat nyomni a weboldalon. Bármit is akart az érdeklődő, hamarabb látott űrlapot mint telefonszámot.

Én azt vártam a váltástól, hogy legalább 20%-kal több érdeklődő lesz az értékesítőink előtt minden hónapban. Azt gondoltam, legalább ennyiről biztos lemaradtunk.



The image shows a registration form for MiniCRM on the left and a testimonial banner on the right.

MiniCRM

Már csak egy lépésre van a hatékony vállalkozástól.

Jelenleg **1523** vállalkozás működik MiniCRM-el.

Név (Vezetéknév és keresztnév) 

Email cím 

Cégnév 

Telefonszám (+36 ...)

..... 

Jelszó erőssége: Gyenge

Ingyenes fiók létrehozása

RENDSZERT HOZ AZ ÉLETEDBE

Többé nem fordul elő, hogy emailekből, naplókából, befotózott lapokból kell előkutatni az ügyfél adatait. Mindent megtalálasz egy helyen, másodpercek alatt, kapcsolati adatok vagy céginfo alapján. (Sőt még szerződést vagy szervízlapot is feltölthetsz.)

.....

Jelentkezzen most!

 Jelenleg 9 jelentkező nézi ezt az oldalt.

Név (Vezetéknév és keresztnév) 

Email cím 

Cégnév 

Telefonszám (+36 ...) 

☐ ~~2020. február 12., kedd 18:00 - MEGTELT!~~

☒ 2020. február 19., szerda 09:00

☐ Más időpont érdekel

JELENTKEZÉS INGYENES SZEMINÁRIUMRA

Kiderült, hogy tévedtem.

Több mint dupláztuk az érdeklődők számát. Nem volt nagy a szám, az igaz, de induló vállalkozásként ez az eredmény akkor pont a túlélést jelentette.

Az űrlapok a MiniCRM értékesítés moduljába lettek bekötve. Vagyis minden kitöltéssel rögzültek az adatok a rendszerben, ami rögtön feladatot társított hozzá. Reggel, amikor az értékesítők beérkeztek már a nevükhöz társítva és időhöz kötve találták a feladatokat a rendszerben: kit kell hívni, mit szeretne (teszt rendszer, árajánlat, vagy csak információt szeretne), és mik az adatai.

Az értékesítés első hónapjában sikerült behozni 97 jó érdeklődőt. Ebből 19-en a mai napon is előfizetőink.

És itt most Grétsy tanár urasan megállnék egy szóra. Nem, nem volt közel 20%-os érdeklődő => ügyfél konverziónk az elején. De már első nap mindenki bekerült a MiniCRM-be, így aki az első napon érdeklődött, azzal is tartottuk a kapcsolatot és sokan később lettek ügyfeleink.

A 2020-as énem baromi hálás azért a sok száz millió forintnyi árbevételért amit a 2009-2011-es énemnek köszönhet, mert már akkor is mindenki rendszerbe került, nem csak aki ott helyben vásárolt.

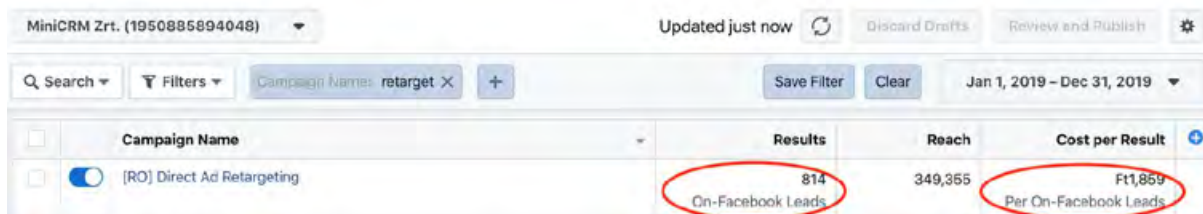
Igen, egy évtized előre baromi soknak tűnik. Utólag úgy tűnik elsuhand (a nagyobbik lányom születése olyan mintha tegnap lett volna, most mégis 9 éves és megy 8 évfolyamos gimibe szeptemberben). Ami anno apróságnak tűnt, arról évek múlásával visszatekintve kiderült, hogy brutál nagy különbséget jelent.

Neked megvan az elérhetősége az első 100 embernek akivel céged kapcsolatba került az induláskor?

Érdeklődők gyűjtése 2.0

Az első marketing költség sokk 2012-ben jött. A kezdeti "az újszülöttnék minden vicc új" effekt kifutása után az egy behozott jó érdeklődőre jutó költség elkezdett 10 000 Ft fölé kúszni. Ami

tarthatatlan számunkra, nincs mögöttünk több milliárd Forint elégetésre szánt tőke (és nem is hiányzik).



The screenshot shows the MiniCRM interface with a campaign named 'retarget'. The table displays the following data:

Campaign Name	Results	Reach	Cost per Result
(RO) Direct Ad Retargeting	814 On-Facebook Leads	349,355	Ft1,869 Per On-Facebook Leads

Első megoldásunk a retargeting hirdetések bevezetése volt Google-n és Facebookon. Aki feljön a weboldalunkra annak mutatunk mindent amink van. Ennek konkrétan sok köze nincs CRM-hez azon kívül, hogy űrlapokon keresztül csattannak be a friss-ropogós érdeklődők, de a sztori része, itt a helye.

Retargeting felezte/harmadolta a költséget, összevonva a többi költéssel sikerült a mágikus 10 000 Ft alá csúszni. Egyszer kellett fizetnünk a technikai kivitelezés költségeit, azóta (8+ éve) élvezzük az olcsóbb hirdetési lehetőséget. Way-to-go man!

Érdeklődők gyűjtése 3.0

Megint retarget-ről lesz szó, de ezúttal egy olyan MiniCRM fejlesztésről, amivel 30%-ot tudtunk spórolni ezeken a hirdetéseken és ami azóta ügyfeleinknek is elérhető.

2015-2016 környékére kezdett megint megdrágulni minden. Mindkét nagy hirdető felület (Google és Facebook) kijött az egyedi célcsoportok funkcióval.

Eleinte CRM-ből kézzel töltöttük át a titkosított e-mail címeket a Google-be és a Facebookba havonta egyszer.

Miért? Hogy kizárjuk a hirdetésekből, akik már ügyfeleink vagy épp aktív érdeklődők a rendszerben. És hogy "Hasonló célközönséget" kérjünk a legjobb ügyfeleink alapján és nekik mutassunk hirdetéseket.

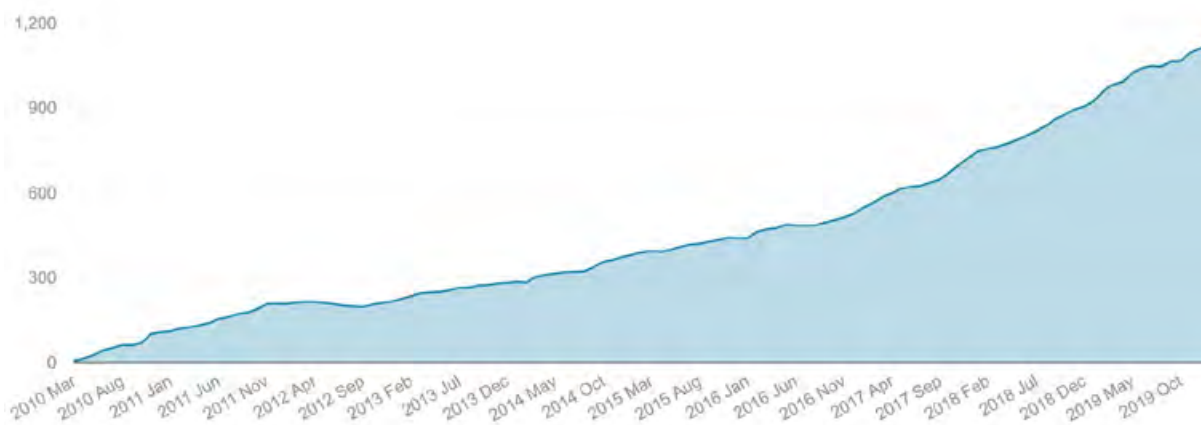
2018-ra nagyon meguntam ezt a kézi áttöltést és megoldottuk az automatizálását. A megoldás elérhető ügyfeleinknek is, nem egyedi fejlesztés.

CRM-es célközönségek kizáró + hasonló célközönség használatával tudtunk 30%-ot csökkenteni az egy érdeklődőre eső költségen és megint bemenni 10 000 Ft alá pár évre, a növekvő verseny ellenére.

Érdeklődők utánkövetése, értékesítés

Erről fogok a legkevesebbet írni, mert sokat írtunk erről már blogunkban is és az elkövetkezendő hírlevelekben is fogsz ilyen tartalmakat kapni.

Így alakult a magyar ügyfeleink száma a kezdetektől 2020 januárjáig:



Egyrészt látszik rajta, hogy 2011 közepétől 2012 végéig (a cég első 3 évének második felében) elég komoly válságon mentünk keresztül (erről bővebben egy hamarosan következő részben).

Másrészt jól látszik, hogy hol és mikor vezettünk be új folyamatokat az értékesítésben. CRM-et gyártó céggént kezdetektől fogva CRM-et használunk, ezért jól indultunk. Személyes problémák, egyéni válságok minket sem kerülnek el, ezért 2012 végén rosszul nézett ki a grafikonunk.

2013-tól 2016 közepéig mentünk egy "normál" értékesítéssel. Voltak érdeklődők és voltak értékesítők akik beszéltek velük. Akinek tudtak, eladtak.

2015 és 2016 között sok energiát fektettünk saját értékesítésünk és a mindenki számára elérhető értékesítés modul fejlesztésébe. Már 2015-ben büszkén blogoltunk az egy évnyi kutatásunkra alapuló új értékesítés modul (akkor még v2.0) bejelentéséről.

2016-ban szerényebben blogoltunk az újdonságainkról (teendők, kereső-határidőnapló, értékesítés v3.0). Így utólag visszanézve a grafikonunkat, lehattunk volna már akkor büszkébbek.

Ezt nem tudom megállni: ha valaki megkérdezi mi a különbség egy ügyviteli rendszer "CRM modul"-ja és egy "valódi CRM rendszer" között, akkor a válasz röviden kb. ennyi. Az a 10+ év fejlesztés ami csak és kizárólag és kompromisszumok nélkül az ügyfélkezelésre, bevétel növelésre és produktivitásra fókuszál.

Aminek az eredménye egy 2x vagy 3x meredekebb ügyfélszám/bevétel/profit görbe. Képzeld el, hogy nézne ki a görbe, ha valami Windows-os raktárkezelő "CRM" moduljában lennének a vevőink. Vízszintes vonal? Lekonyulna 3 évnél? Túléltek volna a legkomolyabb válságunkat? A CRM a megfizethetetlen különbség (ami nem igaz, mert egész olcsó a MiniCRM).

És ami nekem még fontosabb: annak köszönhetően, hogy rendszerbe van állítva az értékesítés, nem csak egy országban, egy piacon tudtuk ezt megcsinálni. Itt a Romániai ügyfeleink számát mutató grafikon:



Beszéltem sok vállalkozóval, akik próbáltak nemzetközileg terjeszkedni. Láttam sok külföldi céget az Árukeresőnél és a MiniCRM-nél szembejönni velünk a piacon. Más országba, más nyelvre (vagy akár másik szobába/városba) átvinni egy meglévő eredményt pizok nehéz.

CRM nélkül szinte lehetetlen. Megoldhatod más CRM szoftverrel is, nem csak MiniCRM-mel. De CRM stratégia és valamilyen igazi CRM szoftver nélkül az esélytelenek nyugalmával indulhatsz a nemzetközi terjeszkedés ábrándos tengerén.

Ügyfélszolgálat

Eleinte levelezőben kezeltük az ügyfélproblémákat. Hívtak és írtak ügyfelek, és a lehető legjobb tudásunk szerint segítettünk megoldani a problémájukat.

Elég hamar (2011 közepére) rájöttünk, hogy ez így tarthatatlan. Fogalmunk sem volt, hogy ki milyen kérdést kezelt. A problémák simán elkallódtak. Egy bejelentéssel többen is foglalkoztunk. Hab a

tortán, amikor az elfecsérelt időn túl, ugyanarra a kérdésre 1 órán belül két embertől két különböző válasz ment. Igazi szocialista gépezet volt.

Szóval az akkori ügyfélszolgálatunkról körülbelül ez jut eszembe:

"Mi olyan nagy, mint egy ház, óránként 20 liter üzemanyagot éget el, baromi sok füstöt és zajt bocsát ki, és három darabba vágja az almát? Egy szovjet gép, amit arra készítettek, hogy egy almát négy darabra vágjon!"

Ekkor a MiniCRM-ben még csak értékesítés és marketing modul volt, ezért 2011 közepén bevezettük a Zendesk-et. Egy hibajegykezelő-rendszert, amit ügyfélszolgálati problémák kezelésére fejlesztettek. Talán az egyik legjobb célszerszám a piacon.

2012-ben nagyon sokat beszélgettünk házon belül az ügyfélszolgálat technikai hátteréről. Egyrészt lett egy jól működő ügyfélszolgálatunk Zendesk alapon. Nem is került sokba (pár százezer forint/év, felhő alapon, rejtett költségek nélkül).

De két probléma egyre többször előjött: több ügyfelünk is küzdött ügyfélszolgálatokkal, pont úgy mint mi. És ők is belefutottak abba, hogy külön szoftverben kezelve sok a dupla adminisztráció, sokszor az értékesítők nem tudják, mi a problémája az ügyfélnek, és úgy általában, a különböző pozíciók közti info-megosztás hiánya napi szinten generál feszültséget.

2013-ban meghoztuk a nehéz döntést és a korábbi dobozos megoldás költségeinek sokszorosáért (nem merem itt bevallani mennyibe került a végén) megcsináltuk a MiniCRM-be épített ügyfélszolgálat modult.

Az egy hatalmas szintlépés volt, hogy minden egy helyre került. Értékesítők, tanácsadó, ügyfélszolgálatosok úgy dolgoznak össze, az ügyfél számára egy emberként hatva, hogy sokszor 4 különböző városban van a folyamatban résztvevő 4 különböző ember.

És itt kezdheted látni az egyik kulcsfontosságú dolgot, amivel többször is fogsz találkozni, és amit mindenképpen át akarok adni neked. Ha kell, állj meg és gondolkodj el ezen. Mert ez a lényeg. Mert ha tovább olvasol és az van benned, hogy van itt egy csomó "különálló rendszer", akkor valami nem ment át. Mert amit mi CRM-nek nevezünk, ami ma a MiniCRM, az ebben mutatkozik meg igazán.

Abban, hogy minden folyamat, minden kolléga ugyanazon a rendszeren megy keresztül. Onnantól kezdve, hogy kitölt egy űrlapot, az értékesítési folyamaton át, az ügyfélpanaszig, minden egy helyről érhető el. És mindenki azt látja, amivel neki éppen foglalkoznia kell. Nincs elvesztett információ, nincs elveszett ügyfél. Egy rendszerben dolgozunk és folyamatokban gondolkodunk.

Ez már messze túlmutat azon, hogy “értékesítést támogató szoftver”, ami sokak fejében van, ha CRM-ről beszélünk. Valójában az csak egy része ennek az egésznek.

Minden ügyfelünk maga választhatja meg, hogy milyen modulokat épít be a folyamataiba. De akármelyik modulokat is választod, a lényeg, hogy minden kimaradás nélkül áramoljon az információ a cégen belül.

Projekt-megvalósítás

Ha bejön egy új ügyfél nálunk az oktatás és a bevezetési tanácsadás a következő lépés. A konkrét feladat/kihívás minden cégnél más, legyen a profilja az építkezés, szoftver, napelem, konzultáció, de a helyzet közös: az értékesítő eladott valamit, ideje teljesíteni.

2015 óta egy projekt modulban vezetjük a bevezetési munkáinkat:



A grafikonból jól látszik, hogy 2016 végéig nem volt kötelező a bevezetési csomag, és emiatt amit megcsinált a csapat, azt sem

mindig vezettük ebben a modulban. A 2016-os egyik nagy adatelemzésünk tanulsága volt, hogy bevezetési tanácsadás nélkül a CRM bevezetések túl nagy arányban sikertelenek. Ezért innentől kezdve kötelező lett az oktatás és legalább minimális bevezetési tanácsadás, valamint a tanácsadó csapat számára is kötelező lett minden projektet itt vezetni.

2019-ben pedig egy új projektet indítottunk a bevezetési tanácsadás felgyorsítására. Grafikonból látszott, hogy az értékesítés termelékenységének növekedésével egyre nagyobb a terhelés a kivitelező csapaton. Több lépésen keresztül, 2019-ben és 2020-ban termelékenyebbé tesszük a bevezető csapatot és ezzel egy időben ügyfeleink számára is könnyebbé, gyorsabbá tesszük a CRM bevezetést. Win-win-win.

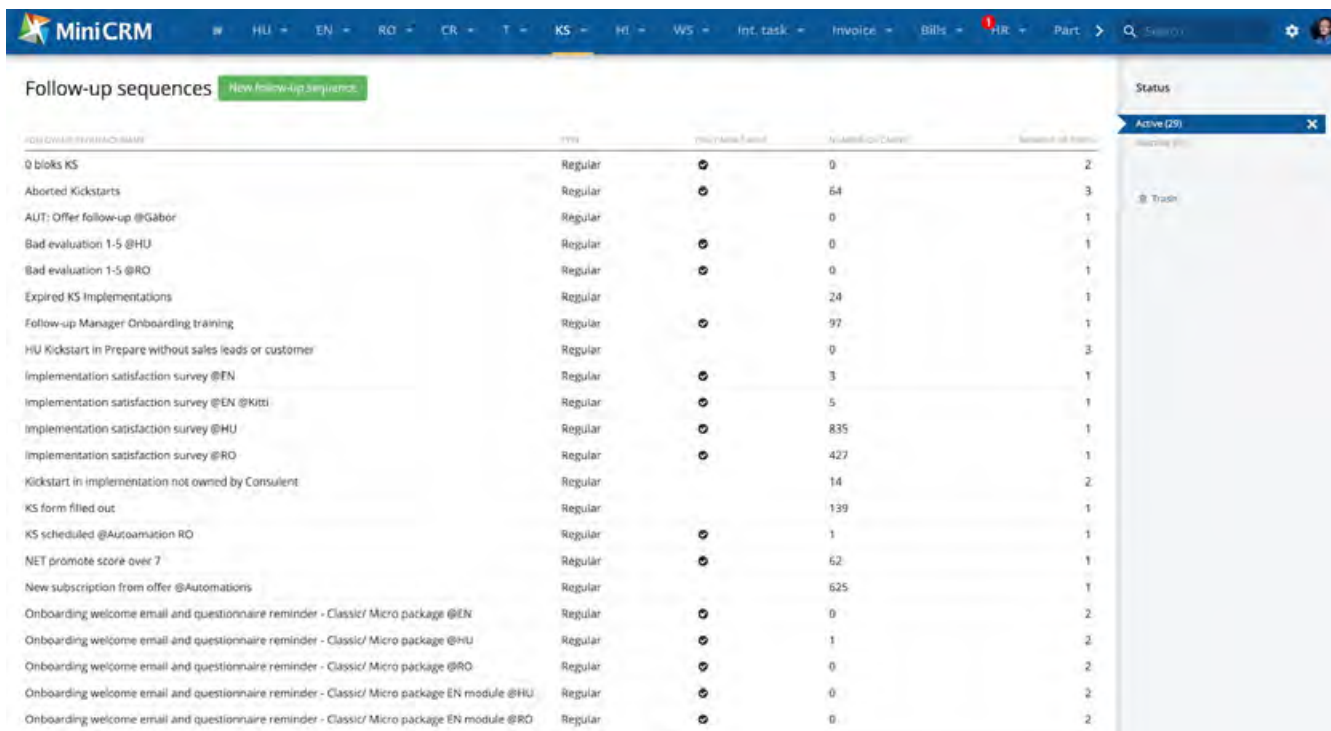
Konkrét példák: a személyes tanácsadás mellé bevezettük a 4 különböző tematikus csoportos oktatást, ahol 1-1 ügyfél számára 2-3x annyi időben tudunk oktatást biztosítani, a mi oldalunkról kevesebb erőforrással. Webináriummal tettük elérhetőbbé az ország bármely pontján a termékkel ismerkedést. Udemy-re tettük az oktatóanyagainkat, hogy bárki, bárhol, bármikor elérhesse azt.

Itt tartom érdemesnek, hogy először beszéljek az automatizmusokról. (Annak ellenére, hogy használjuk őket bőven értékesítésben is).

Úgy követjük a betanulás menetét, kérünk visszajelzést, küldünk ki feladatot, információkat, hogy abban nagyon kevés szerepe van a kollégáknak. A szervezés és nyomonkövetés nagy részét intézi a

MiniCRM, a tanácsadók koncentrálnak arra, amivel értéket hoznak az ügyfélnek és a cégnek: segítenek a bevezetésben.

Csak ebben a modulban 29 aktív automatizmus támogatja a csapat munkáját, kiváltva nagyjából 2 embert.



NAME	TYPE	STATUS	NUMBER OF CONTACTS	NUMBER OF ACTIONS
0 bloks KS	Regular	✓	0	2
Aborted Kickstarts	Regular	✗	64	3
AUT: Offer follow-up @Gábor	Regular	✓	0	1
Bad evaluation 1-5 @HU	Regular	✓	0	1
Bad evaluation 1-5 @RO	Regular	✓	0	1
Expired KS Implementations	Regular	✓	24	1
Follow-up Manager Onboarding training	Regular	✓	97	1
HU Kickstart in Prepare without sales leads or customer	Regular	✓	0	3
Implementation satisfaction survey @EN	Regular	✓	3	1
Implementation satisfaction survey @EN @Kitti	Regular	✓	5	1
Implementation satisfaction survey @HU	Regular	✓	835	1
Implementation satisfaction survey @RO	Regular	✓	427	1
Kickstart in implementation not owned by Consultant	Regular	✓	14	2
KS form filled out	Regular	✓	139	1
KS scheduled @Automation RO	Regular	✓	1	1
NET promote score over 7	Regular	✓	62	1
New subscription from offer @Automations	Regular	✓	625	1
Onboarding welcome email and questionnaire reminder - Classic/ Micro package @EN	Regular	✓	0	2
Onboarding welcome email and questionnaire reminder - Classic/ Micro package @HU	Regular	✓	1	2
Onboarding welcome email and questionnaire reminder - Classic/ Micro package @RO	Regular	✓	0	2
Onboarding welcome email and questionnaire reminder - Classic/ Micro package EN module @HU	Regular	✓	0	2
Onboarding welcome email and questionnaire reminder - Classic/ Micro package EN module @RO	Regular	✓	0	2

Az "ember kiváltás" is egy olyan téma, ami gyakran félreértéshez vezet. Szóval tisztázzuk egyszer és mindenkorra:

A CRM-re nem azért van szükség, hogy kirúgjunk embereket.

Azért kell CRM, hogy a cég produktív legyen, növekedni tudjon, és egyre több embernek tudjon munkát adni. CRM-nek köszönhetően a 10 évvel ezelőtt még 4 fős kis garázscégből mára két országban aktív, 55 fős cég lettünk. A produktivitásnak köszönhetjük, hogy évről évre egyre több embernek tudunk STABIL munkahelyet

biztosítani, jó környezettel és versenyképes fizetéssel (valóban, tisztán, bejelentve).

Csodák egyik napról a másikra nem történnek. A mi történetünk is 10 éve íródik.

Ezt a részt megint azzal zárom, hogy emlékeztesselek, itt is az a kulcs, hogy ez egy rendszerben, egy ökoszisztémában van minden folyamattal.

Az ügyfél úgy kerül marketingből az értékesítőkhöz onnan pedig a bevezetéssel foglalkozó tanácsadókhoz, hogy az információ átmegy a megfelelő emberekhez a megfelelő időben.

Mire a bevezetésre kerül sor, a bevezetéssel foglalkozó kollégának minden információ kéznél van ahelyett, hogy vagy az értékesítő idejét rabolná vagy az új ügyfelünkét.

Eseményszervezés

Oktatás, nyílt nap, workshop, szeminárium, ügyféltalálkozó. Ezek nélkül sehol nem lennénk. A cég indulása óta tartunk workshopokat valamilyen formában.

Hiszünk a személyes találkozás erejében és a produktivásban. Ezért nem egyesével kopogtatunk ismeretlenek ajtaján, hanem különböző témákkal kapcsolatban szervezünk rendszeresen ingyenes és fizetős rendezvényeket.

Kiktől láttuk ugyanezt, még jobban? Shoprenter. Borháló. UX Studio. Cégek, akik inspirálnak minket. Akiktől mindenki sokat tanulhat.

Az esemény modulunkban ma 91 automatizmus, 43 űrlap és 16 adatmódosító link hajtja a skálázható eseményszervezést. Minden héten több rendezvényt tartunk. Szeminárium, workshop, webinárium. Magyar és román nyelven. Különböző helyszíneken.

Ha ez egy így hirtelen kínaiul hangzik, mondok egy konkrét példát. Körülbelül hetente szervezünk cégvezetői szemináriumot a Madách téri székházunkban. Eddig 3433 résztvevővel ment ez az esemény, összesen 5401 jelentkezővel.

Ezek elég szép számok lennének egy olyan cégnek is, akik kizárólag rendezvényt szervezéssel foglalkoznak. Nekünk ez viszont egy fontos, de relatív nagyon kicsi része a folyamatunknak, tehát nem szánhatunk rá nagy erőforrást.

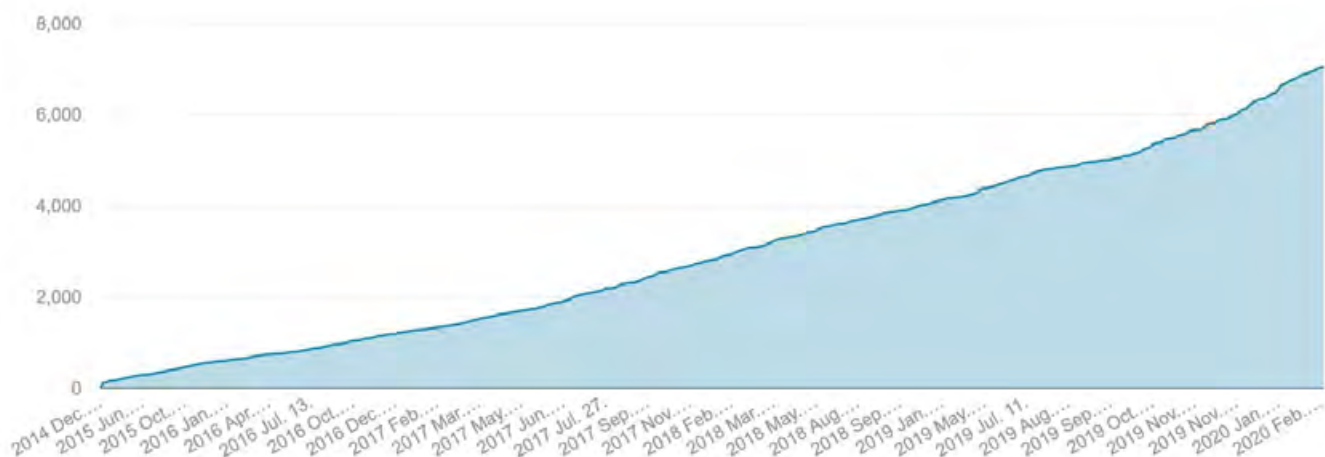
Mit gondolsz, hány ember és mennyi idő van ezeknek a szervezésében?

Benne van Krisztián ideje, aki tartja az eseményt, és benne van egy értékesítés támogató munkatárs ideje, aki végig telefonálja a résztvevőket (a személyes kapcsolat javítja a megjelenés esélyét) és reggel beregisztrálja az érkezőket.

Ez nettó 2x30 perc. Ennyi. Minden másra ott a MasterCard... Illetve nem, hanem az automatizációk.

1. Facebookról és hírlevelekből egy landoló oldalra tereljük az érdeklődőket.
2. A már mutatotthoz hasonló űrlapon kitöltik az adataikat és automatikusan bekerülnek a MiniCRM esemény modulba.
3. Az űrlap típusához kötődik egy automatizált folyamat, amit elindít a regisztráció: tájékoztató e-maileket, majd emlékeztető SMS-t küld.
4. Az előbb említett kolléga előre megírt automatikus feladatot kap a hívásra.
5. Az időpont és dátum a modulban beállítottból automatikusan bekerül, így mindig helyes infót kap a jelentkező.
6. Ha "eljött" státuszba került, akkor automatikusan megkapja a prezentáció anyagát.
7. Ha nem, automatizáció feladatot ad a kollégáknak, hogy keressenek új időpontot.

Mi így tudunk akár minden héten, kétszer fél óra idő befektetéssel rendezvényt szervezni. Ezen a grafikonon látszik a rendezvényeken résztvevők száma:



Miért kell ennyi automatizmus egy esemény megszervezéséhez? Azért, hogy ugyanarra a marketing költségre ne 600 résztvevő, hanem 7044 legyen. Megjelenési arányt kimaxolni, emlékeztetni az embereket 1 héttel és 1 nappal az esemény előtt. Címet küldeni a rendezvény előtt SMS-ben. Ha nem jött el, új időpontot ajánlani. Aki nem jött el, annak beszámolót küldeni, hogy miről maradt le.

Ezek - nem viccelek - több mint 10x eredményesebbé tették a rendezvényeinket. Ez a különbség a pénzégetés és a bevételt termelő marketing között... Mielőtt a marketing költségeid láttán az ereidnek esnél, érdemes elgondolkodnod, hogy ugyanabból a költségből, ha többet tudnál kihozni ilyen automatizmusokkal, az hogyan változtatna a képen.

A járványhelyzet miatt egyébként személyes oktatásokat és szemináriumokat ideiglenesen nem tartunk, de ez nem azt jelenti, hogy teljesen meg is szüntettük ezeket: mindössze annyi történt, hogy online térbe költöztettük őket, ahol az automatizmusok ugyanúgy elengedhetetlenek a sikeres lebonyolításhoz.

Számlázás, pénzbehajtás

A régi cégben utáltam amikor új ügyfelet szereztünk. Legalább 30 perc papírmunka volt a szerződéssel, teljesítés igazolással és számlázással.

Szerinted mennyi időnk ment volna el az elmúlt években 46 863 díjbekérő, számla és sztornó számla kézi kiállításával? Mennyi idő lett volna 102 421 bizonylatot, fizetési emlékeztetőt, fizetés beérkezést, kártyás fizetés problémát jelző és egyéb e-mailt kézzel kiküldeni? Mennyi idő lett volna a 448 nagyon késedelmes fizetés miatti SMS-t kiküldeni? Nem leszek demagóg, nem számolom ki. Anélkül is érzem, hogy ezt a bevételt annyi emberrel amennyi van/volt esélyünk nem lett volna hozni:

És egyébként is utál nálunk mindenki nem fizető ügyfeleket hívogatni, az egész cégnek egy nagy megkönnyebbülés, hogy nagyon kedves és megértő e-mailekkel le tudjuk automatizálni az esetek 99%-át.

Cash is king. Vagyis most kintlévőségeid kezelése életbevágó. Nekünk baromi nagy könnyebbség, hogy nem nekünk kell hívogatni most az ügyfeleket, hogy egyenlítsék ki a számláikat.

HR és munkatársak keresése

Nem szigorúan ügyfeles téma, de fontos. Egy több fős vállalkozás nincs meg alkalmazottak nélkül.

Az alkalmazottak megtartása kihívás. Új alkalmazottak megtalálása szintén. Meghagyom a HR vezetőknek, hogy írjon pár cikket arról, melyik a nehezebb. :)

Havonta átlagban kb. 100 jelentkezővel kerülünk kapcsolatba és 50+ munkatárs és partner dolgait kell intéznünk szervezetten.

Miket intézünk HR modulban?

1. Felvételi folyamat az önéletrajztól a szerződésig. Szerződés, munkaköri leírás, önéletrajz és egyéb dokumentumok rendszerezett tárolása.
2. Beléptetés koordinálása (könyvelő, eszköz kiadás, hozzáférések, HR támogatás, stb.)
3. Onboarding (első munkanaptól a próbaidő végéig tartó út)
4. Fontos események (születésnap, X éve csapattag, stb.)
5. Biztonsági ellenőrzések rendszeresen
6. Kiléptetés koordinálása (eszközök visszavétele, fiókok zárolása, HR egyeztetés, exit interjú, könyvelő értesítése)

7. GDPR megfelelés, elévült adatok törlése rendszeresen

Mi ezt is úgy közelítjük meg, hogy a lehető legjobbat akarjuk kihozni a folyamatból a lehető legkevesebb ráfordítással. Vagyis célokat határoozunk meg és mérünk. Ha vissza akarom nézni, hogy ugyanarra az állásra, amire most hirdetünk, tavaly februárban hány jelentkező volt és abból hányan feleltek meg első, második vagy harmadik körben, akkor a HR-es kollégának 5 percbe kerül ezt kideríteni.

Máris egymás mellé tudjuk tenni, hogy azóta javult-e a hirdetésünk, a brand image, a kiválasztási folyamat, vagy ugyanott vagyunk, mint tavaly és még van hova fejlődni.

És mi a másik, ennél is fontosabb dolog, ami nem lenne pöpec HR nélkül? A heti értékelések alapján -100 és 100 közötti skálán 84-es a dolgozói elégedettség. Meredeken javul, amióta fókuszba tettük ezt a mérőszámot.

Partnerek

Mivel még nem tartunk ott, hogy Magyarországon minden cégben legyen CRM (különben nem ez lenne a víziónk, ez csak egy tény megállapítás lenne! :)), gyakran van dolgunk olyan partnerekkel, ahol a szervezettség nincs a toppon.

Ha nekünk sem lenne CRM-ünk és partner modulunk, valószínűleg az történne, hogy megvárjuk, amíg beüt a krach és továbbállunk, keresünk olyan partnert, akivel jobb az együttműködés.

De mindenkinek eggyel jobb, ha ezt nem kell megvárni eleve nem történik baj.

Ezért mi a saját partner modulunkban is vezetjük, ki, mikorra, és mit ígért nekünk. Ezt le tudjuk követni és nekünk sem kell a saját ügyfelünk felé magyarázkodni később. A legrosszabb a "nem tehetek róla, a másik cég csinálta" bullshit. Már hogyan tehetnék róla? Én választottam beszállítót/partnert, én felelek értük.

Ez akkor is hasznos, ha egyébként megszerezett az adott partner, hibát bárki követhet el. Jó, ha van védőháló. Olyan ez, mint a kresz. Ha mindkét sofőr követi a szabályokat, még ha az egyik hibázik is, az esetek nagy részében elkerülik a bajt. Tragédia többnyire akkor történik, ha mindkét fél figyelmetlen.

*Szeretnéd Te is profin menedzselt vállalatná fejleszteni vállalkozásodat?
Kérj ajánlatot, kevesebbe kerül és többet hoz, mint gondolnád.*

 [**Egyedi ajánlatkérés**](#)

Hogyan értékesíts válság idején?

Norcen Gábor

Az elmúlt években napi szinten cégvezetőkkel, értékesítőkkal konzultáltam és adtam nekik megoldásokat, amellyel növelték a hatékonyságukat és árbevételüket. Így megtapasztaltam, hogy mik a nyertes stratégiák, milyen szemléletmód szükséges ahhoz, hogy egy ilyen vészhelyzetből eredményesen jöjjünk ki.

Azokat a tanácsokat osztom meg veletek is, amiket most a csapatomnak is adok és azoknak a cégvezetőknek és értékesítőknak, akik útmutatásért kerestek meg.

A gazdaság látványosan lelassult, rengeteg cég árbevétele bezuhant, a bizonytalanság egyre növekszik és úgy tűnik napról napra csak rosszabb a helyzet.

Fontos, hogy vészhelyzet esetén készek legyünk gyors változtatásokat intézni, felülrni olyan szokásokat, amiket korábban nem tettünk volna. Az elmúlt hetekben jóval aktívabb voltam operatív dolgokban, hogy többet kommunikáljak az értékesítőimmal és az érdeklődőinkkel is. Mint vezető és manager, könnyen lehet az az érzése az embernek, hogy ezt elvégzi más vagy esetleg rangon alul van.

Hiba! Limitáljuk a potenciális sikert, amit elérhetnénk együtt, közösen, csapatmunkával. Épp ezért csatlakoztam be annyi online

DEMO-ba, (mert mi így prezentáljuk a MiniCRM rendszert cirka 40-55 percben) és hívásba amennyibe csak tudtam, mert képbe akartam kerülni azzal, hogy az én értékesítőim fejében mi zajlik le és a piac hogy reagál a változásokra, kinek milyen vélt vagy valós félelmei, kétségei és kérdései vannak.

Valós vészhelyzet, de túl fogjuk élni

A következőket szeretném, ha mindenki felírná magának, akár egy papírra amit maga előtt tart, a következőt: **a vészhelyzet valós, itt van, nem fog magától megoldódni, ÉS át fogjuk vészelni.**

Szedjük szét a két állítást:

1. A vészhelyzet valós, és nem oldódik meg magától.

Azok akik megélték a legutóbbi gazdasági válságot tudják, hogy a mostani teljesen más, és nagyobb. Nagyobb mint bármi eddigi a történelem során! És nem fog magától megoldódni, főleg nem gyorsan. Itt van és marad is még pár hónapig. A csúf igazság, hogy sok cég nem fogja túlélni és sokuk épp azért mert még tagadásban élnek. Ismeritek a veszteségek feldolgozásának 5 stádiumát?

a) Tagadás: Ha még mindig a híreket böngészed naphosszat és a médiától várod hogy jó híreket közöljön, akkor bizony még ebben a stádiumban vagy. Ha nem küldted még home office-ba a kollégáid, nem készítettél akciótervet és nem szabadultál meg a nélkülözhető költségeidről, akkor még tagadásban vagy.

b) Düh: mikor felelősöket keresünk, ki tehet róla, hogy ide jutott a helyzet. Nem számít! Nincs rá semmilyen hatásod! Ha ég a ház, akkor azt el kell oltani.

c) Alkudozás: “Oh rendben, majd elleszünk. Majd megoldódik, már úgysem tehetünk semmit”. Nem, ez nem oldódik meg önmagától, csak akkor, ha cselekszel.

d) Depresszió: mikor az alkudozás után rájövünk hogy az események visszafordíthatatlanok és sok minden értelmetlenné válik. Letargia, kétségbeesés, befordulás. Még mindig arra fókuszálsz, amire nem lehetsz hatással.

e) Elfogadás: és nem belenyugvás. Amikor elfogadjuk a helyzetet és megtanulunk vele együtt élni. Innentől aktívan máshova tudjuk fókuszálni az időnket és energiáinkat.

Minél előbb az “elfogadás” stádiumába lépsz, annál előbb érted meg azt, hogy ne a piacra, a jó hírekre és elméletekre várj, hogy döntéseket hozz, hanem azonnal cselekedj, hiszen az egyetlen dolog amit biztosan kontrollálni tudsz az a céged, és abban a folyamataid és értékesítésed.

Ha továbbra is a médiát böngészed, Facebookon pörgeted a hírfolyamot, az államtól várod, hogy megoldja a helyzetet, akkor még mindig az első négy stádiumban vagy. Fogadd el és cselekedj!

2. Át fogjuk vészelní, túl fogjuk élni.

Nincs mese, aki szereti a történelmet az tudja: az emberiség mindig átvészeli. Na nem mondom, hogy sokszor nem teszünk erőfeszítéseket, hogy ezt megnehezítsük, de alapvetően az emberiség nem tud elbukni. Pont. Viszont ha ezt elfogadtad, akkor a következő kérdéseken szeretném, ha elgondolkodnál:

1. Hogy szeretnéd átvészelni?
2. Mit teszel meg, hogy átvészeld a válságot?
3. Miként akarsz kikerülni a válságból? Jobban, vagy rosszabbul?

Ezeket a kérdéseket mindenki megválaszolhatja függetlenül attól, hogy cégvezetőként, értékesítőként, vagy egy teljesen más szerepben teszi éppen. Ugyanis ugyanezeket a kérdéseket fogod megválaszolni miután véget ért a válság:

1. Hogy vészelted át?
2. Mit tettél meg, hogy átvészeld a válságot?
3. Miként kerültél ki a válságból? Jobban, vagy rosszabbul?

Túléltél, növekedtél, győztél vagy csúfosan megszenvedted, vesztettél? Pozitívan, magabiztosan vagy negatívan és kiábrándulva? Erősebb branded, stabilabb partneri kapcsolataid lesznek vagy arról fognak ismerni, aki lemaradt, nem tudott teljesíteni, és bedőlt?

Kemény kérdések ezek. Ezek azok az idők, amikor mind megmérettetünk és legyél cégvezető, manager vagy értékesítő, a

legfontosabb kérdés adott: Amikor majd 3-6 hónap múlva visszatekintesz a mostani időszakra, milyennek akarod magad látni?

Minél előbb megvannak a válaszok ezekre a kérdésekre, annál előbb elkezdesz abba az irányba cselekedni.

Ahogy az elején is ígértem, megosztok veletek 3 olyan alapvetést, alapelveket, amelyek abban fognak segíteni, hogy már holnaptól sikeresebben vedd az akadályokat a válság idején és azt követően is, nem csak értékesítésben, de az élet bármely területén és pozitívan kerülj ki ebből a helyzetből, ugyanis *a siker nem velünk történik meg, hanem miattunk!*

3 alapvetés a sikeres értékesítéshez válságban

A fegyelem a siker záloga

Az első számú fegyver minden értékesítő számára. Ha nincs fegyelem és önuralom, könnyen fókuszot veszünk és olyannal foglalkozunk, ami nem hoz eredményt.

Legtöbbünk természetéből fakadóan fegyelmezetlen. Viszont ezek nem mások, mint produktív szokások összessége, olyan konstruktív dolgok amiket tudatosan beleviszünk a mindennapjainkba.

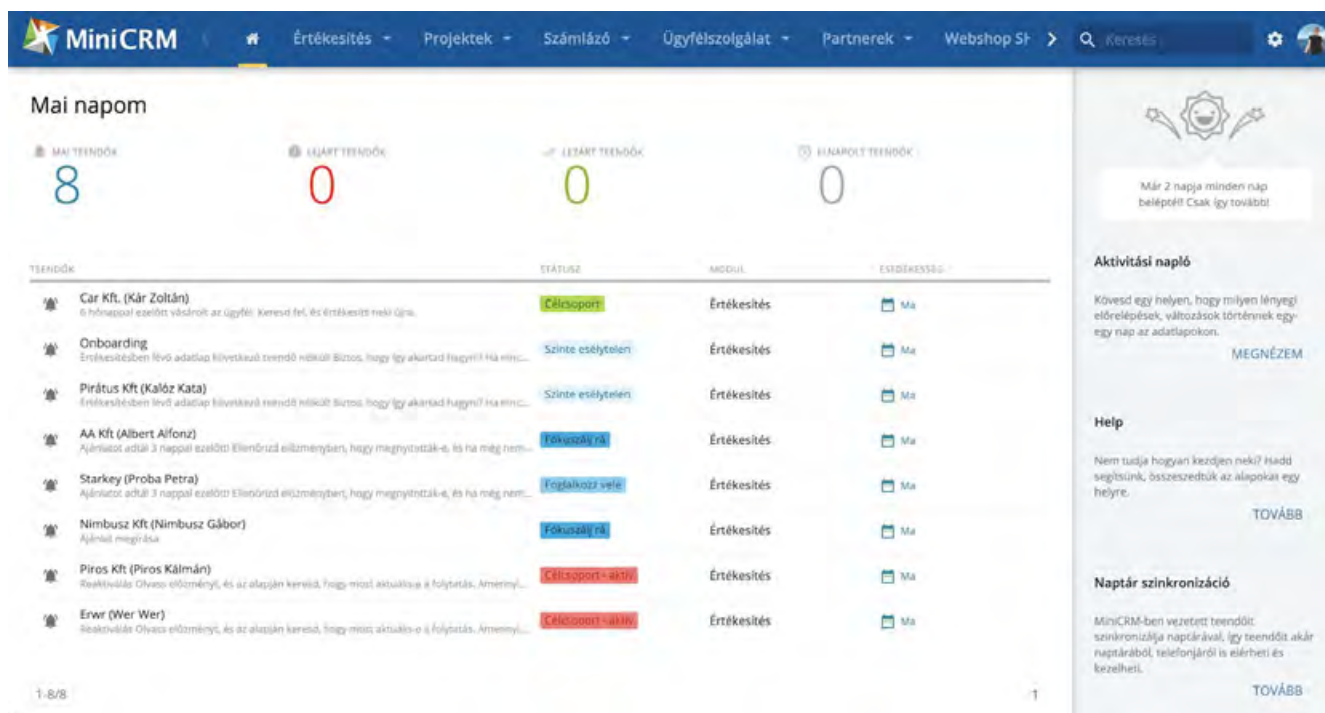
Nálunk például minden reggel online meeting ahol nincs ágyból pizsizés, felöltözve, még ha nem is mindenki fehér ingben de nincs a

szemben csipa, megreggelizve, aki kávézik letudta, az ágy bevetve, stb.

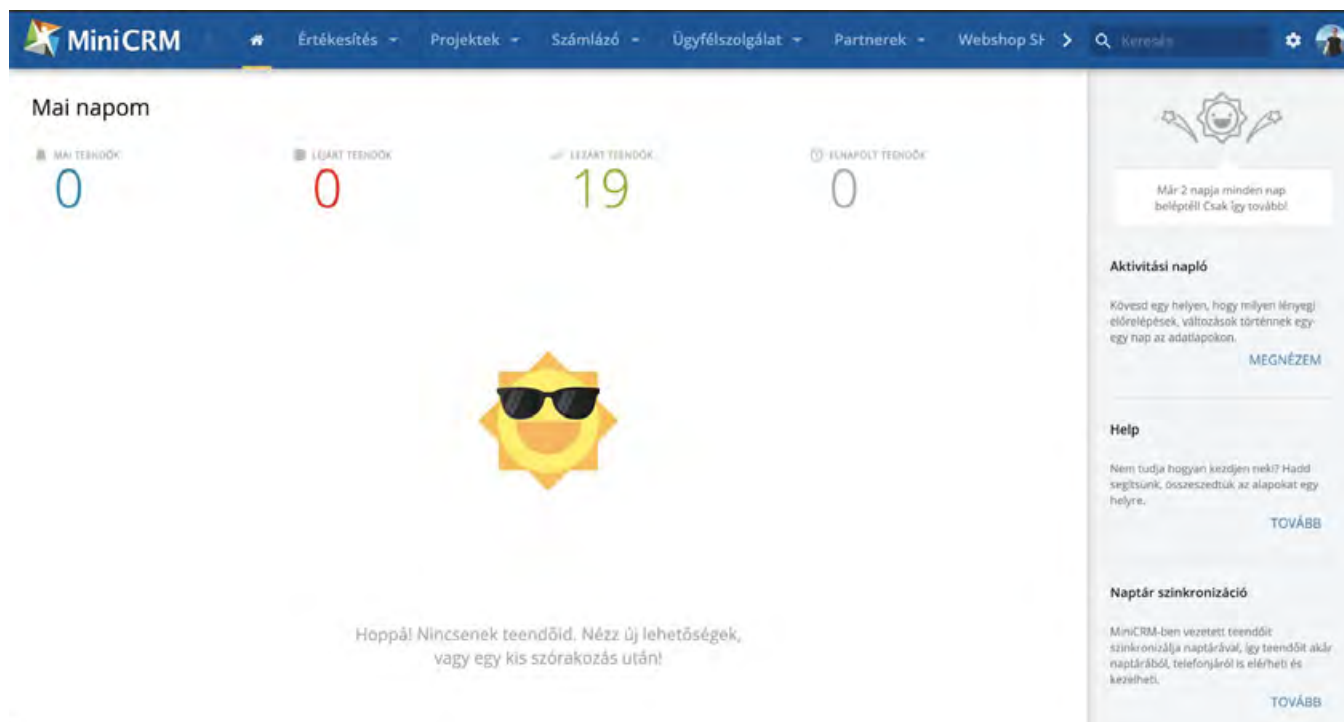
A fegyelem persze ennél jóval több, de itt kezdődik! A csapat tudja, hogy egy sikeres nap úgy kezdődik, hogy az aznapi feladataikkal tisztában vannak, azokra felkészültek és kitűzték az aznap elérni kívánt célokat.

Nekünk már szinte pavlovi reflex, hogy a laptop felnyitását követően a MiniCRM Mai napom nézetére kattintunk, ahol az aznapi feladatokat listázza nekünk a rendszer: online prezentációk, ügyfélhívások, ajánlat kiküldések és utánkövetések.

A cégben minden feladatnak konkrét felelőse, határideje és nyoma van, amit a rendszerben vezetünk, így semmi sem felejtődhet el.



Nap végén pedig pontosan tudni fogod, hogy végeztél-e az aznapra kapott vagy felvett feladatokkal. Ha igen, akkor te is örülsz és a napocska is. :)



A fegyelem önuralom, irányítás, rend.

Csinálj listát olyan építő jellegű elemekből, amiket beleviszel a mindennapjaidba, légy ennek tudatában és tégy komoly erőfeszítéseket annak érdekében, hogy ezek a szokások a részeddé váljanak, ahelyett, hogy csak egy legyen a sok dolog közül amit épp aznap csak úgy csináltál.

Folytonosság vs. intenzitás

Mindenki tudja, az egészséges fogakhoz vezető út nem az, ha hetente egyszer mosol fogat 30 percre, hanem ha minden nap legalább kétszer átlag 2 percre. Aki rendszeresen edz, tudja, hogy

fokozatos változást és eredményt az hozza, ha hetente több alkalommal edzi a testét, nem pedig az, ha kéthetente egyszer 5 órát tölt a súlyok alatt.

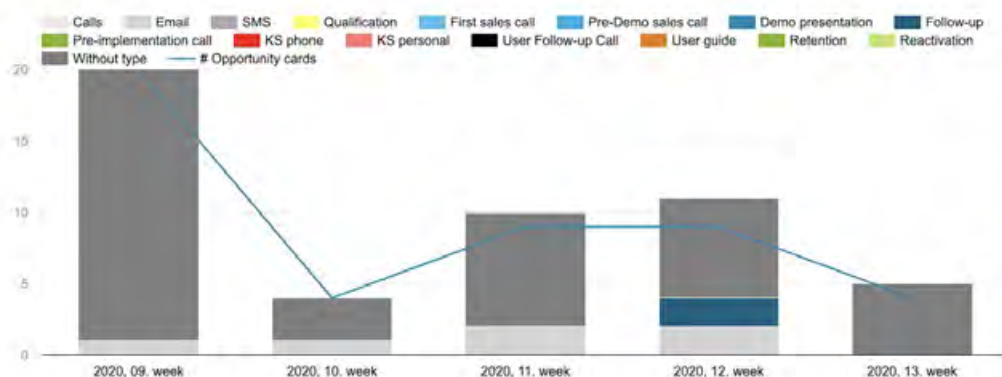
Értékesítésben sem attól leszel sikeres, ha a pipeline-odat csak akkor akarod feltölteni, amikor már jelentősen megcsappant, vagy a meggyőzési technikákat csak elvétve használod vagy épp a jelenlegi helyzetből adódóan a hírek olvasásával, social média csekkolással szakítod meg az értékes időt amikor egy újabb potenciális érdeklődőt kereshetnél meg, egy meglévő ügyféllel ápolhatnád a kapcsolatot, egy ajánlat utánkövetést végezhetnél.

Ahogy korábban mondtam, az egyetlen dolog amit biztosan irányításod alatt tudsz tartani az a céged, a folyamataid és az értékesítésed. Ha távmunkából oldjátok meg, akkor már nem irányíthatod a kollégád munkaidejét, de az eredményeket igen.

A MiniCRM nem csak segíti a távmunkát, hanem lehetővé teszi. Mi 1 nap alatt álltunk át, ha érdekel hogyan, nézzétek meg [Egerszegi Krisztián videóját](#).

Pillanatok alatt kiderül, hogy mely kollégám tolja meg a délelőtti időszakot, majd vált át takarékos üzemmódba délután és intéz 1-1 hívást félóránként, amolyan “dolgozok is meg nem is” alapon, hiszen a munkaidőt kitölti, csak eredménye nincs! Kik azok akik az 5 munkanapból egy vagy két nap orrvérzésig tolják, majd a maradék napokon hátradőlnek.

Users activity



Filters

24/02/2020 - 24/03/2020

Users and groups
Gábor Norcen (50)

Closing type
Success

View
Weekly

Grouping
Weekly

Az én célom ezzel nem a mikromenedzselés, úgy gondolom főleg távmunkánál a bizalom elengedhetetlen, de épp most, az eredmények szállítása kulcsfontosságú. Így ha az eredmények nem jönnek, akkor az sokszor a folytonosság hiányának tudható be a riportok alapján.

A folytonosság fegyelmez. A fegyelem pedig cselekvésre ösztönöz és folytonos eredményeket szül.

Cselekedj és ösztönözz cselekvésre

Rendkívül fontos, hogy pozitívan, empatikusan és etikusan viselkedjünk az érdeklődőkkel, ügyfelekkel. Senkit se segít, ha bizonytalanságra, panaszokra és kétségekre a sajátjaiddal reagálsz és egy olyan beszélgetés zajlik le, ahol mindkét fél elmondta a saját baját, majd mindenki ment a maga dolgára. Érdemi változás, előrelépés és értékesítés nem történt. Vírus és válságszakértőből van már épp elég az országban, ne legyél te is az!

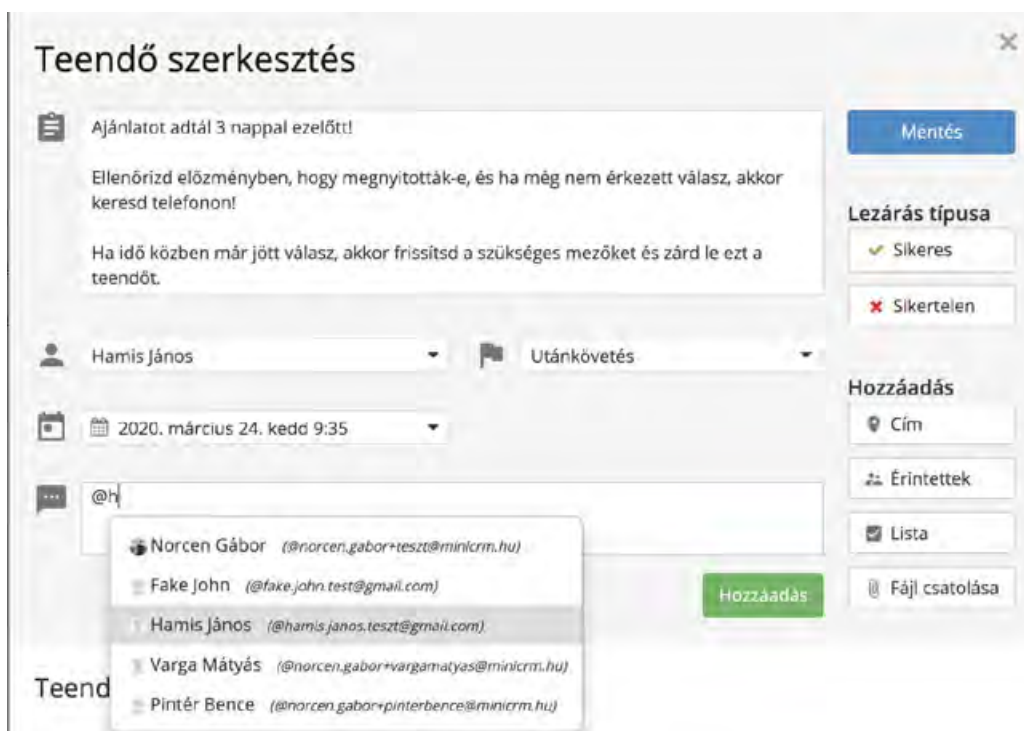
Ha a terméked vagy szolgáltatásod nem veszített értékéből és fontosságából a válság hatására sem, sőt, ha épp most van rá

szükség akkor kötelességed a másik felet kimozdítani az állapotából. Tudod, minél előbb “elfogadás” stádiumban vagy, annál előbb cselekszel!

Légy megértő, segítőkész de mindenképpen cselekvésre ösztönző! És ha már itt tartunk, ne csak az ügyfeleiddel tedd ezt meg, de a munkatársaiddal is!

Úton útfélen mi is megteesszük egymással, nem csak munkaköri felelősségből, hanem szimplán egymás ösztönzése gyanánt is, hogy teendőkben jelöljük be a másikat egy rövid kommenttel, mintha csak Facebookon tennénk.

Kiválasztom a kollégát:



Elküldöm a kommentet:



Amit ő megkap email-es értesítéssel is:



Ezt cselekvésre ösztönzésen túl használjuk gratulációhoz is, vagy amikor csak tudatni akarunk valakivel egy információt, de nincs vele következő feladata ezért nem teendőt veszek fel neki.

Válaszok a leggyakoribb kérdésekre

Ezek a kérdések elsősorban saját körben, csapaton belül merültek fel, majd miután részt vettem hívásokban és online tárgyalásokban,

szembesültem vele hogy ugyanezek a kérdések mozgatnak rengeteg cégvezetőt és értékesítésben dolgozót is.

Amikor ügyféllel beszélek, elismerjem, hogy válság van?

Semmiképp se ignoráld. Mostanra már mindenkinek világos: létezik, történik, itt van, és nem oldódik meg magától, cselekedned kell! A cégek továbbra is költenek, az emberek továbbra is vásárolnak, jól lehet, takarékoskodnak. Na de a pénzügyi takarékoság sem azt jelenti hogy ne csinálj semmit, hanem azt hogy felesleges dologra ne költs.

Értékesítés első szabálya: érts egyet az ügyféllel. Nem, nem azt mondom hogy az ügyfélnek mindig igaza van, hanem azt, hogy érts egyet vele. Ha ő arra hivatkozik, hogy most válság van és ezért nem akar költeni most semmire sem, akkor **érts egyet vele, hogy igen, válság van, majd menj tovább és érvelj amellelt, hogy miért érdemes a te termékedet, szolgáltatásodat, megoldásodat igénybe venni most.** Ösztönözd cselekvésre!

Ha elengeded azzal, hogy majd visszatértek rá 3-6 hónap múlva, addigra elfelejt. Ha most nem oldod meg a problémáját azzal, amit értékesítesz, miért lenne ez másképp 3-6 hónap múlva?

PRO TIP: "Ha tudtad volna 3-6 hónappal ezelőtt, hogy most válság lesz, már beszereztél volna a termékemből?"

Milyen hosszan tart majd a gazdasági bezuhanás?

Nem tudom, nem vagyok szakértő, de amit olvastam abból úgy tűnik hogy a következő 3-6 hónapban változatlanul itt lesz. A kérdés nem az, hogy a válság vagy a járvány milyen hosszan tart, hanem te meddig tartasz ki?

Egy profi értékesítő egyféleképpen tudja nem csupán átvészelni ezt az időszakot, de a visszatéréskor ebből erősebben kijönni: ha a pipeline-ját folyamatosan feltöltve tartja!

A pipeline nagyon leegyszerűsítve: ha X egy hideg érdeklődő és Y az üzlet megkötése, akkor minden, ami X és Y között van az a pipeline-od!

X --|-|-|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|----- Y

Mindenki aki a vonalon van már kifejezte érdeklődését valamilyen formában a terméked vagy szolgáltatásod iránt.

Ha nincsenek új érdeklődőid, akkor az a dolgod, hogy a nap minden lehetséges órájában az adatbázisodból és pipeline-odból keresel meg lehetőségeket telefonon és emailben.

Készülj fel mentálisan sok elutasításra, számíts arra hogy esetleg mások a közvetlen környezetedben arra intenek hogy inkább lazíts, mert most úgyszincs mit tenni, és szépen lépj túl ezeken. Épp azért,

mert nem tudod milyen hosszan tart kell mindent megtenned már ma, hogy a jövődet biztosítsd.

Pontosabban, hogy kiket is kereshetsz:

a) Akik az ajánlatod nem fogadták el: ők jártak a legmesszebb a folyamatban, azok akik nemet mondtak 3 napja, 3 hete, 3 hónapja vagy akár 3 éve! Sokkal jobb egy ilyen lead mint bármelyik újonnan érdeklődő.

b) Látott termékbemutatót, DEMO-t, volt tárgyalás de nem vásárolt: megannyi oka lehet annak, hogy valaki miért tűnik el, mi ezt MiniCRM-ben kötelezően fel is tüntetjük minden értékesítési folyamat során, hiszen csak azért mert valaki vesztett érdeklődő még nem jelenti azt, hogy később ne vásárolhatna!



Lezárt veszített

Miért nem mi?

Nem prioritás most

Elvesztés oka

Nem oldotta még meg a korábbi problémáit, de most nem tud rá fókuszálni. Kérte, hogy 1 hónap múlva keressem.

Újramegkeresés időpontja

2020. április 27. hétfő

c) Időpontot egyeztetett, de nem léptetek tovább: bizony, ők is a pipeline része, hiszen egyszer, valamikor, érdeklődést fejeztek ki. Lehet, hogy anno az időpontra nem jelent meg, vagy lemondta azt és többé nem értük el, de ez is egy szintje az érdeklődésnek!

Csak ennek a három kategóriának le kéne foglalnia téged jó időre, anélkül, ha az új érdeklődő szám jócskán megcsappan.

Mi ezeket a kategóriákat egyszerű szűrésekkel találjuk meg a MiniCRM adatbázisában, amit a cég fennállása óta gyarapítunk és mindez a felhőben elérhető, tehát nem kell aggódni hogy a fontos jegyzetömböt elérhetőségekkel az irodában hagytam és lassan kijárási tilalom van. Bárhonnan, bármikor és mindenre ami alapból a rendszerben van vagy mi tesszük bele lehet szűrni.

Az alap értékesítési pipeline-unk így fest, és ügyfeleink túlnyomó többsége is eszerint vezeti és automatizálta az értékesítési folyamatait:



Mit tegyek ha nem tudok új ügyfelet szerezni?

Ha valóban olyan iparágban vagy ahol most az új ügyfélszerzés szinte lehetetlen, ismét csak visszaterellek az adatbázisodra, ahol a meglévő ügyfeleidre kell fókuszálnod.

Az ügyfélmegtartás fontosabbá vált mint valaha! Nyilván mindig is fontosnak kell lennie, de most még fontosabb mint amilyenek például 30 napja vélted.

Ha jócskán megcsappant az új ügyfélszerzésed, és a fókuszot nem jól osztod el, könnyen előfordulhat, hogy 1 új ügyfelet behozod, és közben 3-at elvesztesz. Ez -2 nettó bevételben. Ügyfél, partner, megbízó, megrendelő, mindegy hogy hívod, az ő megtartásuk egy bevétel növelő tevékenység.

Most van a legjobb ideje annak, hogy felvedd és ápolod a kapcsolatot az ügyfeleiddel akikkel nem beszéltél hetek, hónapok, akár évek óta!

Pro tipp:

“Kétféle forgatókönyvet látunk most az ügyfeleinknél:

- aki most visszavesz, és kicsit “összehúzódik”
- aki most még jobban tolja, és növekedni akar

Nekünk van megoldásunk mindkettőre. Melyikbe tartozol te?”

Még brutális kedvezménnyel se akarnak vásárolni tőlem

Tudnotok kell rólam, hogy én alapból nem rajongok azért, ha valaki kedvezményekhez nyúl rögtön, ha teli áron nem tudja eladni a portékáját mert kifogásba vagy panaszba ütközik. Nap végén abba fektetjük a pénzünket, azt vásároljuk meg ami valamilyen formában megtérül: pénzben, időben, energiában vagy akár érzelmileg.

Ha valaki nem a megoldásán javít, legyen az egy hozzáadott érték az alap termékhez vagy szolgáltatáshoz, hanem helyette inkább kedvezményesen igyekszik eladni a kevésbé jó megoldást, akkor az

nem kelt bennem bizalmat és kevésbé ösztönöz sürgős tettekre. Hiszen olcsóbb lett, de jobb nem.

A következőt vésd fel az elmédbe: ne kedvezményt akarj eladni, hanem megoldást az ügyfeled problémájára. Kezeld a kifogásokat, hallgasd meg a panaszokat, adj el és a végén zárj le. Kedvezményt sokféleképpen lehet adni, de amit én javaslok, hogy amennyire csak tudod, tartsd meg az eredeti árat és inkább értéket adj ahhoz, amit árulsz. Gondold át, mi az amit hozzá tudsz pakolni?

Gyorsabb kiszállítás? Hosszabb garancia? Hozzáférés egy másik szolgáltatáshoz? Kibővíted a felhasználhatósági határidőt? Megkapod a kiegészítő tartozékokat ingyen?

Még mindig jobb valami 70%-a, mint a semmi 100%-a! Hogy meggyőződj arról, hogy valóban kedvezményhez kell nyúlnod, tedd fel a lezárási szakasz végén azt a kérdést, hogy:

“Jól értem, hogy csak a pénz az egyetlen akadálya annak, hogy akár ma elindulj/megvedd/igénybe vedd az X-et?”

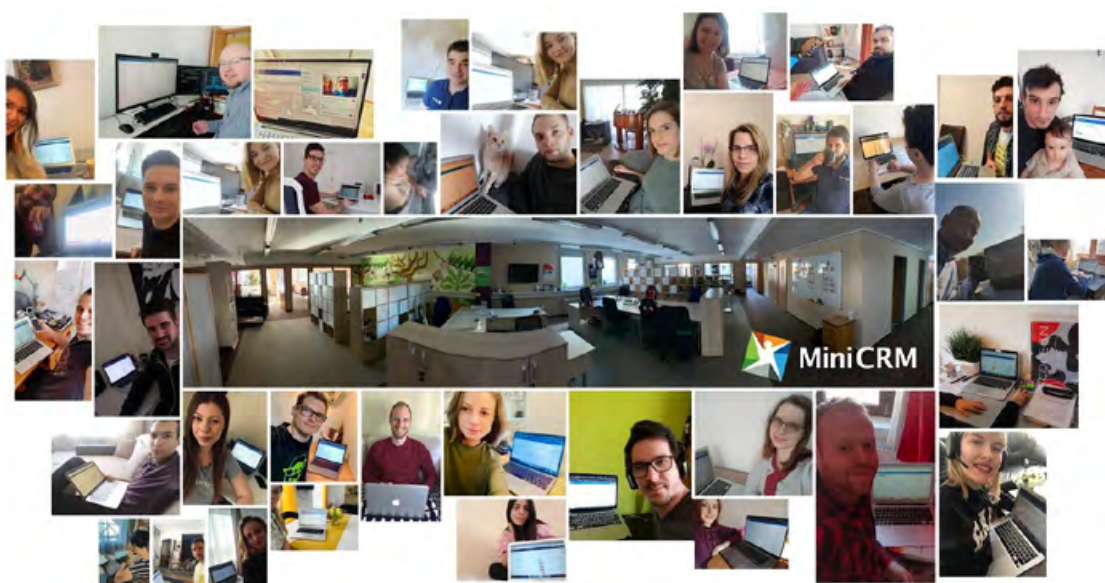
Ha nem, akkor menj vissza pár lépéssel és korrigáld ami kimaradt, ha igen, akkor légy kész a kedvezmény felajánlására.

Útmutató és elengedhetetlen eszközök távmunkához

Leskó Norbert

Gondolom nem lepődsz meg, a MiniCRM-ről beszéltem, mint elengedhetetlen eszköz. De ez most nem egy tipikus “marketing anyag”, amiben minden arról szól, hogy nézd milyen jó a termékünk. Ebben az e-könyvben szeretnék tényleges segítséget adni, és mindent megmutatni, ami segíthet a helyzet átvészelésében.

A távmunka ennek egy fontos része, még akkor is, ha a teljes céged nem tud átállni rá. Ebben a részben megmutatunk olyan eszközöket és módszereket, amik a CRM-en túl is megoldást nyújtottak számunkra, hogy produktívak és mentálisan is egészségesek tudjunk maradni.



Útmutató vezetőknek

“Nincs bent a főnök, cincognak az egerek.” - ez távmunka esetén hatványozottan érvényesül, hiszen ebben az esetben sosincs ott a főnök.

Sok vezetőnek pedig a mindennapi munka része, hogy *látja és hallja* a beosztottjait dolgozni. Látok dolgokat megtörténni, hallom az értékesítőt meggyőzni, hallom az ügyfelek problémáit. Távmunkában ez megszűnik, az információ egy része elveszik.

Távolról azt sem érzékeljük, hogy éppen milyen lelkiállapotban, hangulatban van egy kolléga. Frusztrált? Lelkes? Magába fordult? A világot is megváltaná? Így ebben a szituációban vezetőként ehhez sem tudunk igazodni.

A következő néhány oldalon megmutatom, hogy

- **milyen eszközök** nyújthatnak segítséget az új helyzetben,
- **mire érdemes figyelni** vezetőként kollektív távmunka esetén,
- **hogyan lehet ellenőrizni** a beosztottak munkáját ilyen nagy távolságból.

Egyáltalán be lehet-e vezetni a távmunkát?

Kereskedő cégek, fizikai szolgáltatást nyújtó vállalatok esetében **az első kérdés nem az, hogy hogyan működhet jól a vállalkozás távmunkából, hanem az, hogy ez egyáltalán kivitelezhető-e.**

Akinél a termelés, kiszolgálás miatt ez nem opció, mindenképpen

végig kell gondolni, hogy mely munkakörök azok, ahol a dolgozók a szolgáltatás fizikai volta ellenére tudnak otthonról dolgozni. A marketingesek, a pénzügyesek, és minden, irodai munkát végző kolléga nagy eséllyel otthon is el tudja látni a napi feladatait.

A többi, frontvonalban dolgozó kolléga esetében A/B csapat bevezetése csökkentheti a kockázatot.

A veszélyhelyzet kihirdetésének első napján mi is hasonló megoldásban gondolkodtunk. Azt terveztük, hogy az irodában dolgozó kollégákat 2 csoportra osztjuk, és egyik héten az A, a másik héten a B csapat jár be dolgozni. Arról gondoskodtunk volna, hogy minden kulcspozícióra jusson legalább 1 ember mindkét csapatban.

Így ez a 2 csoport nem találkozott volna egymással az irodában, és **ha valamiért az egyik csapat kiesik a munkavégzésből, a másik csapat is el tudja látni a teljes munkát.**

Szoftver céggént a körülmények súlyosbodásával végül a teljes távmunka mellett döntöttünk, és innentől arra fókuszálunk, hogy hogyan tudjuk a legjobbat kihozni ebből az új helyzetből.

Folyamatok

Távmunkában kiemelten fontos, hogy a folyamatokat definiáljuk és a napi feladatainkat el tudjuk helyezni ezekben a folyamatokban.

Csak úgy működhet a távmunka cég szinten, hogy minden kulcsfolyamat rendszerbe van állítva és riportokon keresztül

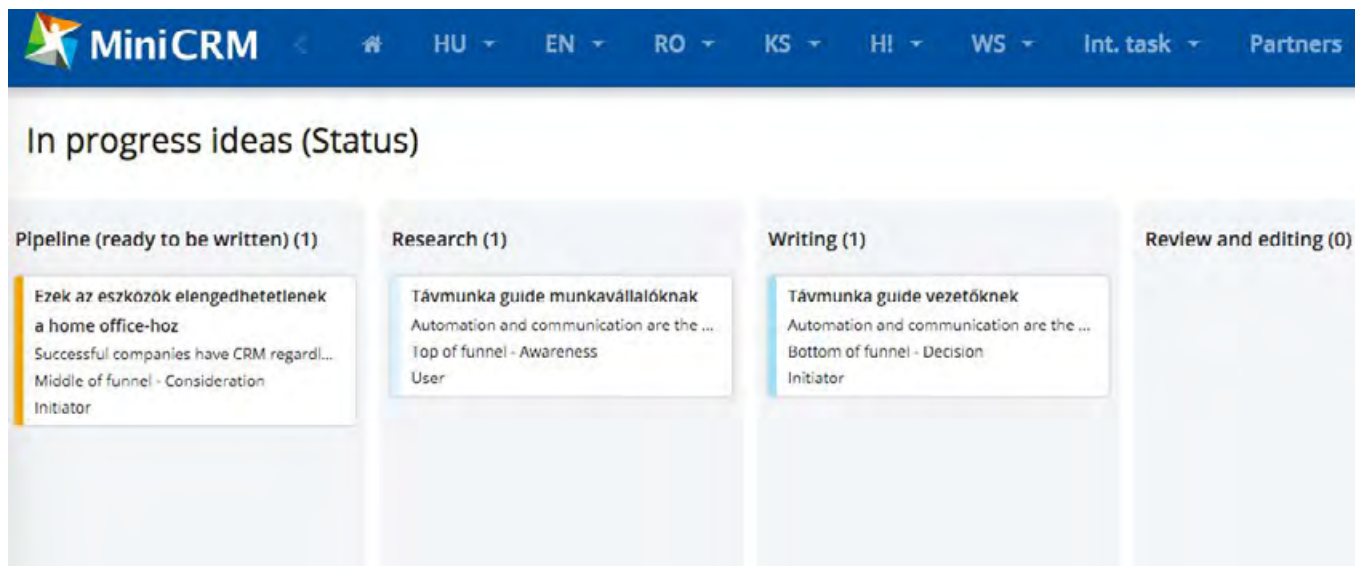
követhető a folyamatok működése.

Minél kiélezettebb a helyzet, - például a 2020-as március kollektíven ilyen, - annál fontosabb a precíz követhetőség.

Nálunk, a MiniCRM-nél [mindenre kész folyamataink vannak](#), amik mind le vannak képezve a MiniCRM rendszerében. Legyen szó értékesítésről, számlázásról, tanácsadásról vagy ügyfélszolgálatról, **minden folyamat minden lépése bármely érintett kolléga számára egyértelmű és követhető.**

A kisebb feladatokat, az egyedi projekteket vagy az ügyfelekhez nem köthető taskokat pedig kanban boardon vagy a "Belső feladatok" modulban tudjuk követni.

Például ennek a tartalomnak a létrejöttét így menedzstük kanban boardon:



The screenshot shows the MiniCRM interface with a Kanban board titled "In progress ideas (Status)". The board has four columns:

- Pipeline (ready to be written) (1)**: Contains one card titled "Ezek az eszközök elengedhetetlenek a home office-hoz" (These tools are essential for home office). The card text includes "Successful companies have CRM regardl...", "Middle of funnel - Consideration", and "Initiator".
- Research (1)**: Contains one card titled "Távmunka guide munkavállalóknak" (Remote work guide for employees). The card text includes "Automation and communication are the ...", "Top of funnel - Awareness", and "User".
- Writing (1)**: Contains one card titled "Távmunka guide vezetőknek" (Remote work guide for managers). The card text includes "Automation and communication are the ...", "Bottom of funnel - Decision", and "Initiator".
- Review and editing (0)**: Empty column.

Delegálás

Sarkalatos kérdés a feladatok helyes kiadása. **Kulcsfontosságú, hogy a vezetők ilyenkor kristálytiszta érthetően tudják**

kommunikálni, hogy mi a feladat, mit várnak el. Főleg ebben a helyzetben, ahol nemcsak a távmunka, de még az alapvető életkörülmények is radikálisan változnak!

A határidők megadása, a felelősök kijelölése és az elvárt eredmények megnevezése az alap - ezekről nemrég [bővebben is írtunk a blogunkon](#). Tanácsadó csapatunk pedig [egy videót is készített](#) a helyes delegálásról MiniCRM-ben, aminek a következő hetekben nagy hasznát veszi majd az egész csapat.

Azok a folyamatok fogják a legkevésbé érezni a távmunkából eredő hátrányokat, ahol könnyen meg tudjuk határozni a felelősöket, a konkrét feladatot és a határidőt is. Ilyen például az ügyfélszolgálat és az értékesítés, ahol sok az ismétlődő feladat. A legtöbb ilyen jellegű teendőben van valami közös, ami alapján könnyen definiálható a folyamat.

A marketingben vagy a fejlesztésen viszont már nehezebb a dolgunk: itt a feladatok sokrétűbbek, nehezebben meghatározhatók. Gyakran váltakozik egy-egy feladat elvégzésének ideje is, ráadásul sok esetben több kolléga együttműködésére is szükség van egy feladat elvégzéséhez.

Ezért elemi fontossággal bír, hogy a távmunkában dolgozó csapatok feladatait részfeladatokra bontsuk. Ha ez nincs meg, 90%-os valószínűséggel valami meg fogja akadályozni, hogy a feladat időre elkészüljön.

A részfeladatokra való szétbontásnál 2 szempontot kell figyelnünk:

1. az elvégzendő **feladat hosszát**
2. és az elvégzéséhez szükséges **emberek számát**.

A jól megadott részfeladat hossza körülbelül **10 perc és 2 óra között** van. Az ennél rövidebb feladatokkal valószínűleg a mikromenedzselés hibájába estünk. A hosszabbak pedig valószínűleg több elemből álló, komplex feladatok, amiket vezetőként jó eséllyel nem fogsz tudni követni, és nem látod, ha valahol elakadt.

Ha pedig egy feladat elvégzéséhez 1-nél (!!) több emberre van szükség, akkor szétbontható minimum 2 részfeladatra. Az egyik része, amit az egyik, a másik része pedig amit a másik kolléga végez el. Ilyen egyszerű.

A kötelező távmunkában töltött második munkanapon a marketing csapat kanban boardján éppen arra lettem figyelmes, hogy a legtöbb feladat minimum 2 ember felelőssége alá tartozik. Mivel közösen meghatároztuk a részfeladatokat és az azokhoz tartozó egy-egy felelős személyt, már én is látom, hogy pontosan ki és min dolgozik egy projekttel kapcsolatban.

Összefoglalva: a jól kiadott feladat a mikromenedzsment és a káosz között van félúton. Ezt hívom rendszerépítésnek.

Kommunikáció

Az irodában egy pillanat alatt fel tudunk tenni egy kérdést és gyorsan választ is kaphatunk rá. Látjuk, ki mikor mit csinál, és azt is,

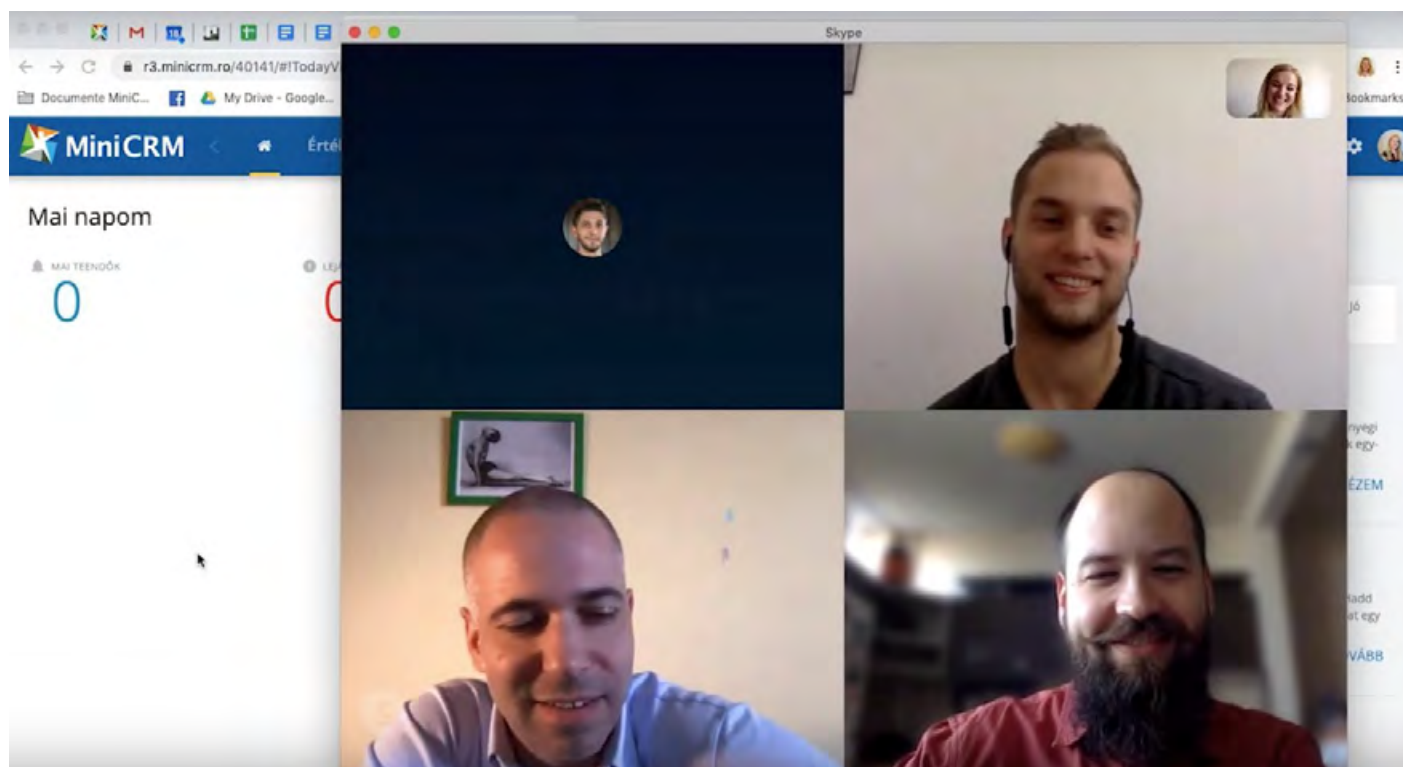
hogy mikor zavarhatjuk meg a kollégánkat egy kérdéssel. Arról nem is beszélve, hogy most a járvány által felfokozott kommunikációs igényt akár százszoros mennyiségű kérdés is követheti!

Távmunkában viszont ez alapvetően nehezebb: **az azonnali kommunikáció megszűnik**. Az e-mail túl formális és körülményes, sok kolléga nem is kap egyből értesítést a beérkező levelekről. Telefonálással pedig könnyen megzavarhatunk valakit az elmélyülést igénylő munkákban vagy akár egy online megbeszélésen.

A chat ideális megoldás lehet ilyenkor. Skype-on, Viberen vagy Slacken egy-egy rövid kérdést gyorsan be lehet dobni, és hamar választ is kaphatsz rá. Az egyes csapatok chatszobái pedig a szűkebb csapaton belüli gyors kommunikációt segítik.

A munkatársak közötti távolság áthidalására pedig bevezettük azt is, hogy távmunkából **hanghívások helyett [videóhívásokon keresztül zajlanak a megbeszélések](#)**. Ez segít megőrizni az emberi kapcsolatokat a cégen belül, miközben a non-verbális kommunikáció is teret kap.

Persze amellet sem mehetünk el szó nélkül, hogy egy online beszélgetést nehezebb összehozni, mint egy személyes ötletelést. Az irodában bármikor könnyen félre lehet vonulni egy-egy probléma megvitatására, de távmunkában ez is szervezést igényel: találni kell egy megfelelő időpontot és a technikai feltételekről is gondoskodni kell.



Az ilyen jellegű akadályok az otthoni munka első pár napjában érezhetők a legjobban, de ne aggódj! Idővel **a technikai akadályok is kisimulnak, a kollégák pedig hozzászoknak**, hogy a spontán megbeszélések lehetősége szinte megszűnik, viszont **tér nyílik a kreatív kapcsolódásra.**

Időmenedzsment

Vezetőként időmenedzsment tekintetében két kérdés súlya is nyomja a vállunkat, amikor egyik napról a másikra az egész iroda távmunkára kényszerül:

1. Hogyan osszam be és használjam ki jól **a saját időmet?**
2. Hogyan lássam át **a beosztottjaim idejét**, leterheltségét?

Az első kérdésben én szerencsésnek mondhatom magam:

alapvetően introvertált személyiségként szívesen dolgozom otthon egyedül, ahol jobban tudok összpontosítani. Az irodában töltött napjaimon mindig nehezebben kontrollálom az időmet, a kollégák gyakran megszólítanak kérdéseikkel (amivel természetesen nincs is semmi gond, sőt, szükséges!), és időről időre spontán megbeszéléseken találom magam.

Számomra, a hirtelen ránk szakadt helyzetben kifejezetten előnyös az otthoni munka: így nyugodt körülmények között tudom végiggondolni, hogy mi legyen a következő lépés és milyen további teendők várnak rám. Közel egy hónapja folyamatosan itthonról dolgozom. Ha gyakrabban kerülök személyes kapcsolatba másokkal, lehet, hogy nem készült volna el ilyen simán a válságtervünk.

A második kérdésben, a kollégák leterheltségének kérdésében egy ökölszabályt érdemes fejben tartani: **vezetőként tisztában kell lennem azzal, hogy mit, mennyi idő alatt lehet megcsinálni a csapatomban.** Ez alapján tudok célokat felállítani az egyes teamekben, és ez alapján tudom meghatározni a számokban mérhető feladatokat, amik a célok eléréséhez szükségesek.

Például nálunk minden értékesítő kolléga feladata, hogy hetente 9 bemutatót megcsináljon. A tanácsadóinknak hetente 12 bevezető tanácsadói alkalmuk van. A marketing csapatnak heti 4 új tartalmat kell előállítania.

Ha ezek a célok, valamint a célok eléréséhez szükséges követelmények a vezetők és a beosztottak számára is egyértelműek,

az időmenedzsment kérdése nem is kérdés. Hiszen így nem a kollégák heti munkaidejét kell számontartanom, hanem az elvégzett munkát. És ezzel el is érkeztünk a következő kulcsfontosságú ponthoz.

Mi a szerepe mindebben a MiniCRM-nek?

Mi például konkrétan [MiniCRM rendszer](#) nélkül bele sem tudtunk volna vágni a távmunkába. Ez az eszköz teszi lehetővé, hogy a menedzsment az ideje 90%-ában a válsághelyzet kezelésével foglalkozzon, a napi működés kontrollálása helyett. Csak akkor kell az alapvető folyamatokba beavatkoznunk, ha valahol fennakadás van.

Amikor egyik napról a másikra kialakult a válsághelyzet, összeszedtük, hogy mik a kulcsfolyamatok a cégben, amik elengedhetetlenek a normál működéshez. Ellenőriztük, hogy mind le van-e képezve egy külön modulban a MiniCRM-ben, és megfelelő automatizmusok futnak-e a működtetéshez. Mivel ez mind megvolt, arra tudtunk koncentrálni, amire kellett: hogy hogyan reagáljunk a gazdasági helyzetre.

Példa Tanácsadó Kft. (Példa Péter) Ongoing onboarding Modified 8 days ago

Tasks New task

 **Ertékesítő Anna** Mar 26
Your customer just filled out the KS form. :)
Please check his answers in the history and prepare for an awesome 1st KS meeting.
Good luck!!
Mark as completed Edit

 **Tanácsadó Kata** Mar 29, 11:01
This Kickstart is in "Implementation" status, but it's owner is not a consultant.
What's up? Please assign the consultant as this KS card's owner who is implementing the Kickstart for the Customer.
Mark as completed Edit

Owner of Kickstart

Offer
Language *
Sales rep. *
Subscription *
Users *

A MiniCRM az otthonról dolgozó kollégák munkáját pedig teljes egészében támogatja. A feladatoknál megadható felelős és határidő a helyes delegálást, az egyes adatlapokon látható előzmények a gyors kommunikációt segítik.

Az automata, percre pontos riportok pedig a vezetők munkáját támogatják.

A MiniCRM helyettem vezeti a cég napi működését. Ha ez nem lenne, lehetetlen lenne, hogy időben reagáljunk a kialakult válságra, mert a napi feladatmenedzsment vinné el az időm.

Mindennapok

Végül pedig essen néhány szó a mindennapokról. Ahogy már említettem, introvertált személyiség vagyok. De még számomra is nagyon hosszú idő, körülbelül 2 év (!!) volt megtanulni otthonról jól dolgozni. De ne ijedj meg!

Nem kell, hogy már az első héten minden tökéletesen simán menjen, mintha semmi sem változott volna. **Ha valaki irodához van szokva, igenis kihívás átlendülni egy ilyen hirtelen és gyökeres változáson.**

Amikor egyik napról a másikra megváltozik minden körülmény, vezetőként és alkalmazottként is meg kell tanulni kezelni a helyzetet. Ennek segítésére is készítettünk egy hasonló útmutatót, ami vezetőknak és alkalmazottaknak egyaránt segítséget nyújthat az otthoni munka kihívásainak leküzdéséhez.

A legfontosabb és egyben a legnehezebben betartható tanácsom a vezetőknek: **legyen minden nap egy előre kőbe vésett, fix időpont, amikor abbahagyod a munkát.** Egy előre betervezett, lebeszél program segíthet ennek betartásában. De ez nekem sem könnyű: az utóbbi hetekben esténként, miután a feleségemmel lefektettük a gyerekeket, minden nap több órás online meetingeken egyeztettem az üzlettársammal. Ez egy bonyolult, kihívásokkal teli időszak, most én sem könnyen birkózom meg ezzel a "feladattal".

A mindennapok tekintetében fontos kérdés a munkahelyi kapcsolatok alakulása. Ez nálunk olyannyira lényeges szempont, hogy a két pontból álló válságtervünk teljes második pontja ezt a problémát járja körül.

Bár önmagában értékelik a kollégák a távmunka bevezetését, mert ez mindannyiunk közös érdeke most, mégis kihívást jelent

számunkra, hogy megszűnik a kollégák között szokásos, mindennapi csevegés, a viccelődés, amik feldobták a napjukat. Ez 1-2 nap után még alig-alig, de hetek múlva már biztosan erősen érezhető lesz, főleg az extrovertált munkatársak számára. Ennek kezelésére is van tervünk - hamarosan erről is írunk még bővebben.

Útmutató alkalmazottaknak

Ha cégvezetőként olvasod ezt az e-könyvet, a következő részt sem biztos, hogy érdemes teljesen átugranod. Egyrészt adhat ötleteket, amiket tovább adhatsz a dolgozóidnak, másrészt te is alkalmazottja vagy saját cégednek, így számodra is hasznos lehet belőle néhány gondolat.

Alapszabályok távmunkához

Rengeteg céghez hasonlóan a MiniCRM-nél is most álltunk át otthoni munkavégzésre, ami a mi kollégáink számára is tartogat kihívásokat. A munka azonban nem állhat meg, és bár most otthonról, de a heti menetrendet tartjuk. Ezt hogyan kivitelezzük? Nézd meg [a videóinkat erről!](#)

A saját és az első néhány nap tapasztalata alapján azt látom, hogy egyesek könnyen át tudnak állni távmunkára, míg mások kevésbé. Vannak, akik kifejezetten élvezik a nyugalomban töltött napokat, saját környezetükben jobban tudnak koncentrálni és érezhetően produktívabbak, amikor otthonról dolgoznak.

Ezzel szemben gyakori, hogy a dolgozók nem, vagy csak nagyon nehezen tudják hazai terepen a szokott irodai ritmust felvenni, el-elkalandoznak az otthoni teendők között és nap végén kevés kézzelfogható eredményét tudják felmutatni a munkájuknak.

A legtöbb cégnél ez utóbbiból vannak többen, ezért ez a néhány alapszabály kifejezetten nekik szól.

Összemosódott határ munka és magánélet között

Az utóbbi néhány napban több kollégám is kért tanácsot azzal kapcsolatban, hogy hogyan húzzák meg otthon egyértelműen a határt a munka és a magánélet között.

Az első, és legfontosabb tanácsom számukra az volt, hogy ügyeljenek a **napi rutin** betartására, és kezdjék úgy a napot, mintha az irodába készülnének. A reggeli tisztálkodás, a kávé és a reggeli után öltözzenek fel ugyanúgy, mintha munkába készülnének.

Ezt én is pontosan így csinálom: minden napom úgy indul, mintha munkába indulnék, majd a tömegközlekedést kihagyva leülök a számítógép elé. Bár való igaz, hogy a fürdőszobában így is időnként dugóba keveredek.

A **munkaidő** betartása ugyanilyen fontos: reggel akkor kezd a munkát, amikor az irodában kezdenéd, és a nap végén ugyanúgy fejezd is be, és kapcsold is ki a számítógépet!

*Pro tipp: Az egy órás **ebédszünet** idejét is minden nap előre befoglalom a naptáramban és tartom is magam hozzá.*

A legfontosabb szabály a **munkaeszközödet** (laptop, PC) illetően: ezt szigorúan csak munkára használd.

Korábban beleestem néha abba a hibába, hogy ugyanazon a számítógépen néztem a filmeket és követtem a híreket, amin a munkámat végeztem. Ezért munkaidő végén nem kapcsoltam ki a gépet, és időről időre vissza-visszatértem a céges e-mailjeimhez, a riportokhoz és a teendőlistámhoz.

Ha csak egy eszközöd van, amit a munkád és a szabadidőd során is használsz, érdemes két felhasználói fiókot létrehozni, hogy szétválaszd ezt a két, merőben eltérő tevékenységet.

Hasonlóan elengedhetetlen egy fizikai **“munkahely” kialakítása** otthon. Amikor valaki csak néhány hétre kényszerül haza, ez lehet az egyik legnagyobb kihívás.

A legtöbbször valószínűleg nincs lehetőség külön szobát kialakítani erre a célra, de egy erre a célra dedikált dolgozósarok is megteszi erre az átmeneti időszakra.

Ügyelj rá, hogy a dolgozóasztalodon munkaidőben csak a munkához szükséges eszközök legyenek. Gyerekjáték, hajtogatásra váró ruhák, könyvek és más otthoni holmik zavarni fognak a koncentrált munkavégzésben.

A munkanap elején ide “érkezhetsz meg” dolgozni, és nap végén innen állhatsz fel és térhetsz “haza”.

Éppen ezért jól jegyezd meg, hogy az **ágyból, kanapéről dolgozás tiltólistás** tevékenységnek minősül, ha otthon végzed a munkád, hiszen ezek a szabadidő színhelyei.

Hatékony munkavégzés otthon

Egy irodában, a kollégák között ülve is időnként nehéz a munkára koncentrálni, pedig az irodák kialakításakor a legtöbb cég ügyel arra, hogy a lehető legideálisabb körülményeket biztosítsa a munkavégzéshez. Ezek a körülmények a legtöbbünk otthonában nincsenek meg.

Ezért szükség van a már fentebb is említett szigorú napirend megtartására. De hogyan?

Az agyad az otthonodhoz automatikusan a szabadidő érzetét társítja. Ott nem szoktál dolgozni, leginkább a hobbiddal, a házimunkával vagy bármi mással vagy elfoglalva.

Ezért fontos, hogy munkaidőben kiiktass minden olyan tényezőt, ami zavarhat munka közben. Pontosan emiatt van szükség egy kialakított dolgozósarokra vagy szobára. Ha ügyelsz rá, hogy ez a hely a lehető legjobban emlékeztessen egy irodára, az agyadat könnyebben átállíthatod **munka-üzemmódba**.

Van egy kulacsod, amiből a munkahelyeden iszod a vizet? Töltsd fel, és tedd az asztalra! Az irodában egy-két fotó vagy egy stresszlabda az asztalodon? Otthon is kapjanak helyet a "munkahelyeden"! Egy post-it tömb és néhány toll is sokat segíthet abban, hogy elhiteds az

agyaddal, hogy most bizony munkában vagy. A cél, hogy minél élesebb legyen különbség a dolgozósarok és az otthoni tér között.

Egy **jó szék** sokat dobhat még a hatékonyságodon. Erre a néhány hétre, hónapra én nem vennék meg egy drága széket, de ez azért sok idő ahhoz, hogy egy hokedlin ülve görnyedj! Persze hogy nem szívesen foglalkozol otthon a munkával, ha egy kényelmetlen székből kell dolgoznod!

Azt se felejtse el, hogy lehet bármilyen kényelmes is a széked, az egész napos ücsörgés hamar leviheti az energiaszintedet. Ezért gondold végig azt is, hogy a lakás mely pontjain tudsz akár egy pult vagy magasabb polc mellett **állva dolgozni** néha egy fél órát. Jó esetben az irodában sem ücsörögsz egész nap, időnként kijársz a kollégákkal kávézni vagy levegőzni, így biztosan tapasztaltad már, hogy időnként egy kis helyzetváltás jót tesz.

Ami még elengedhetetlen, hogy jól teljen a munkanap: elegendő **fény**, elegendő **oxigén** és folyamatos **folyadékpótlás**.

Ami pedig **tilos**: bekapcsolt tévé, főzés és házimunka (ide tartozik a mosás és a teregetés is). Sokszor észre sem vesszük, hogy mennyi időt töltünk egy-két apró feladattal. És ezek nemcsak az eredményességedre, de a munka és magánélet egyensúlyának megőrzésére is negatív hatással lesznek, hiszen végletesen összemossák a napi feladataidat.

Túldolgozás

A fenti ponttal szemben olyanok is akadnak, akiket éppen a túldolgozás veszélye érint. [Általában vezetőknél](#), de gyakran beosztott pozícióban dolgozóknál is előfordulhat, hogy nem sikerül tartaniuk magukat a munkaidő végéhez.

Ennek káros hatásairól remélem nem is kell beszélnem, a probléma megoldására viszont van egy tippem, amit már évek óta alkalmazok:

Legyen egy **fix, és reálisan tartható programod** a munkaidő lejárta után. A jelenlegi helyzetben nyilván korlátozottabbak a lehetőségeink, de légy kreatív! Akár egy vacsora a veled együtt élőkkal, főzés, esti futás, séta vagy közös filmezés, társasozás is lehet ilyen program.

Arra ügyelj, hogy a program legyen beírva a naptáradba és beszéld is meg azzal, akivel együtt élsz! Így kisebb az esélye, hogy lemondod, hiszen a megbeszélte és naptárban fixált programokhoz a legtöbben jobban ragaszkodunk.

Munkahelyi kapcsolatok

A mindennapi kommunikáció megszűnésével otthon dolgozva gyakran egyedül érezhetjük magunkat a munkahelyi problémáinkkal. Azok az alkalmak, amikor ezeket ki tudtuk beszélni a kollégáinkkal, vagy elbagatelizálhattuk egy-két találó poénnal, most egy ideig megszűnnek. Úgy érezhetjük, hogy a közös ebédek,

kávézások, spontán beszélgetések lehetősége megszűnt. De biztos ez?

2020-at írunk, a technológia csúcskorában élünk, igazából a távolság, ahogy a munkában, úgy a munkahelyi kapcsolatok terén is részben jól áthidalható.

Ha az irodában mindig volt valaki, akivel közösen kávéztál, vagy együtt ültetek le ebédelni, akkor tartsátok magatokat bátran ehhez a szokásokhoz! Egy videóhívás, és az érzés meg is van.

Használjátok aktívan a chatet a csapatban és más kollégákkal is, akikkel jó viszonyban vagytok! **Osszátok meg egymással a szokásos problémákat, észrevételeket, amiket bármikor máskor is.**

Egyébként egyes cégeknél, így pl. a MiniCRM-nél is, a HR jelenleg aktívan dolgozik azon, hogy segítsen a kollégáknak ezt a távolságot áthidalni, hogy a csapat továbbra is csapatként, ne pedig önálló munkavállalókként működjön.

Aki pedig nem egyedül él, ne feledkezzen meg arról, hogy a lakótársával, párjával is megbeszélheti a mindennapi munkahelyi problémáit, amit más esetben az irodában, a kollégákkal tárgyalna ki.

Viszont ha egyedül élsz, mindenképpen olvass tovább, a következő rész neked szól!

Mire figyelj, ha egyedül élsz és távmunkában dolgozol?

Introvertált személyiségként nekem nem okoz gondot, ha több hetet egyedül kell eltöltenem, mi több, egyenesen kipihentté tesz.

Ha rád ez nem jellemző, és egyedül inkább a **magány és a kirekesztettség** érzése uralkodik el rajtad, akkor muszáj energiát fordítanod arra, hogy **a lehető legtöbbet hozd ki a kapcsolataidból a következő hetekben**. Na de mégis hogyan?

Bár nyilván első és legfontosabb az egészség, ilyen esetben a lelki egészségről sem feledkezhetünk meg. Nagy eséllyel van olyan ismerősöd, közeli barátod, aki hasonló helyzetben van. Érdeemes lehet néhány naponta szerveznetek egy közös találkozózt, leginkább online.

Ami még hasznos és egyben feltöltődés is lehet, ha van olyan idősebb szomszédod, akinek szívesen segítenél a napi bevásárlásban. Ha egy (megfelelő távolságból zajló) rövid beszélgetéssel össze is kötitek a vásárlást, még mindig kisebb veszélynek lesz kitéve, mintha ő maga ment volna, és te is kevésbé érzed magad egyedül.

A másik jellemző probléma, ha valaki egyedül tölti a kötelező távmunka napjait, hogy számukra könnyen összemosódnak a napok, és hamar belefásulnak az **egyhangú mókuserékbe**.

Ebbe időnként én is beleesek, pedig a feleségemmel és a két kislányommal élek együtt. Ilyenkor igyekszem nagyobb volumenű

alkotómunkával tölteni néhány napot. Izgalmasabb, változatos projektekbe kezdek, ami valamilyen kézzel fogható eredményt hoz.

Időnként kisebb, de eredménnyel járó "alkotások" is segítenek, pl. a dolgozószoza újrarendezése, de akár a főzés is ilyen lehet.

Ha van a munka mellett egy alkotással járó hobbid, az az elkövetkező hetekben biztosan hasznodra lesz.

Erre figyelj, ha a pároddal közösen dolgozol otthonról!

Számos munkavállaló most a párjával közösen lett a saját otthonának foglya, sokan egy 1 vagy 2 szobás lakásban. Amikor elkezdtem otthonról felépíteni a MiniCRM-et, 2 évig egy kis panellakásban éltem a feleségemmel, úgyhogy ez a helyzet is ismerős számomra.

A legtöbb párnak most az első néhány nap lesz a legnehezebb. Gyakran két, egymástól merőben távol álló tevékenységgel foglalkoznak, sokszor más munkarendben és nem egyszer egészen más munkatempóban dolgoznak.

Frusztráló, amikor az egyik fél, aki szinte ki sem látszik a munkából, azt látja, hogy a párja ráér munkaidőben híreket olvasni, közösségi média oldalakat görgetni, vagy sorozatot nézni.

Az is zavaró, amikor mindkét félnek egész nap online megbeszéléseken van jelenése, és szó szerint egymást túlkiabálva igyekeznek részt venni a meetingeken. Vagy amikor az egyik

személy munkája mély koncentrációt igényel, miközben a másikat a munkája a telefonhoz köti.

Ha **két, munkára alkalmas szoba** is van a lakásban, az könnyen megoldhatja ezt a problémát. Ha egy szobába zsúfolódva végzi a két személy a napi feladatait, az **őszinte kommunikáció** a kulcs.

A frusztrációt okozó helyzeteket mindenképpen érdemes nyíltan megbeszélni a párunkkal. A munkanapok elején pedig lehet **közös egyeztetést** tartani a napirendről, és amennyire csak lehetséges, egymáshoz igazítani a munkavégzést.

Ami sok problémát megold egy ilyen szituációban: egy **jó fejhallgató**. Nem is kell feltétlenül zajszűrős; az enyém egy sima, párnázott verzió, mégis, a feleségem rendszeresen rámijeszt, amikor megjelenik, mert a lépteit sem hallom.

Erre figyelj, ha a gyerekek is otthon vannak!

A családok számára a következő néhány hét óriási kihívást jelent majd. Az óvodák és iskolák bezárásával a szülők mellett a gyerekek is tartós otthonmaradásra lettek ítélve, ami nem könnyíti meg az éppen távmunkában dolgozó szülők helyzetét.

Minden szülő tudja, hogy a napokra “bezárt” gyerekeket egy idő után borzasztó nehéz lekötni. Ezért érdemes egy **alapvető szabályrendszert** kialakítani a gyerekekkel, ami segít a szülőknek a munkára koncentrálni.

Szerencsés helyzetben vagyok, ugyanis van külön dolgozószobám, ahol az ajtó állásával tudok jelezni a családomnak, hogy mennyire lehet zavarni: amikor az ajtó csukva van, elfoglalt vagyok, nem zavarhatnak, de amikor nyitva hagyom, meg tudom osztani a figyelmem és bejöhetnek.

Ha erre nincs lehetőséged, mert nincs külön helyiség, ahol dolgozol, kitalálhattok más, de hasonlóan működő jelzést. Egyébként egy **jó fejhallgató** itt is sokat segíthet.

Ebédidőben és kávészünetben tölts minél több időt a gyerekekkel, hallgasd meg őket és válaszolj a kérdéseikre, hogy érezzék, rájuk is tudsz időt szánni.

Érdeklődő gyerekeknél pedig beválhat, ha időnként bevonod valamilyen formában a munkádba: megmutathatod, hogy mivel foglalkozol épp, vagy a segítségét kérheted néhány "nagyon fontos" munkában, amik lekötik a figyelmét.

Elengedhetetlen eszközök

Ha a cégetekkel most álltatok át otthoni munkavégzésre vagy éppen ezt tervezitek, feltétlenül szükséges ellenőrizni, hogy minden munkavállaló rendelkezik-e a távmunkához elengedhetetlen technikai és egyéb tárgyi eszközökkel. Az alábbiakban megmutatom, hogy cégvezetőként én milyen feltételeket ellenőriztem az egyes kollégáimnál.

Technikai eszközök

Távoli munkavégzéshez az esetek 99%-ában elengedhetetlen egy **laptop** vagy **asztali számítógép**, amin a dolgozók el tudják végezni a napi munkát. Azonban az otthoni munkavégzéshez és a kollégákkal való kapcsolattartáshoz ez önmagában közel sem elegendő. Ezért elengedhetetlen, hogy rákérdezz a kollégáknál az alábbi feltételek teljesülésére is, és segíts nekik a megfelelő internetkapcsolathoz szükséges teendőkben.

Ahol most többen, akár egy egész család kényszerült otthoni munkavégzésre vagy tanulásra, előfordulhat, hogy a szokottnál nagyobb sávszélességű **internetkapcsolatra** lesz szükség. Ahol sok online videóbeszélgetés zajlik egy munkanap során, előfordulhat, hogy az eddigi szolgáltatás nem lesz elegendő. Ez a havidíjra is hatással lehet, úgyhogy egyes dolgozóknak ezzel is számolniuk kell!

Ezen túl, a kollégáknak szükségük lesz egy erős **routerre**. A megfelelő sebesség biztosításához a legjobb az, ha **kábelen** csatlakoztatják a munkaeszközüket a routerhez. Ha ez kényelmetlen, vagy nem szeretnének a kábelekkel bajlódni, akkor **wifi**n keresztül is csatlakozhatnak, ez viszont egyéb problémákhoz vezethet.

Megeshet, hogy a lakás egyes pontjain **gyengébb a jelerősség**, ahol emiatt lassabb lesz az internet. A panellakásokban jellemző, hogy a vastag betonfalak megakadályozzák, hogy a lakás minden pontján elérhető legyen a wifi.

Ennek kiküszöbölésére a routert lehetőség szerint [a lakás egy központi részén kell elhelyezni](#). Ha ez nem lehetséges, akkor olyan routerre lesz szükség, aminek **erősebb az antennája**.

Ha ez sem elegendő a megfelelő jelerősség biztosításához, akkor használhatnak **repeater**t, amivel kiterjeszthető az otthoni hálózat hatósugara.

Ha a fenti megoldások technikai akadályok miatt nem megvalósíthatók, még mindig van néhány lehetőség a kollégák számára.

Pár kattintással a saját mobiltelefonukból is tudnak **wifi hotspotot** csinálni. Ehhez nagy adatcsomagra lesz szükségük (minimum 20 GB), ráadásul ez az akkumulátort is gyorsan meríti, úgyhogy érdemes folyamatosan tölteni az eszközt.

Jobb megoldás lehet egy hordozható, SIM kártyával működő **asztali routert** venni, ami a legtöbb szolgáltatónál könnyen beszerezhető. Erre, egy normál routerhez hasonlóan bármilyen eszközzel csatlakozni lehet.

Hasonló megoldás az **USB stick**, annyi különbséggel, hogy az csak az adott eszköznek biztosít internethozzáférést.

Ha szükséged van további információra, [itt](#) és [itt](#) találsz további tippeket a jól működő és biztonságos vezeték nélküli hálózat beállításához.

Minden előkészület ellenére előfordulhat, hogy valamiért megszakad az internetkapcsolat. Ezért a távmunka során rendkívül fontos, hogy minden kolléga rendelkezzen egy **mobiltelefonnal**, amiben a közvetlen kollégáik és feletteseik elérhetőségeit is tárolják. Így bármilyen technikai akadály esetén kapcsolatban maradhatnak a céggel.

Azoknak, akik a munkahelyükön több képernyőn dolgoznak, érdemes biztosítani, hogy otthon is hasonló körülmények között végezhessek a munkát. Úgyhogy ha megoldható, engedélyezd számukra, hogy a **monitorukat** a távmunka idejére hazavigyék, hogy legalább ennyivel megkönnyítsd számukra az átállást.

A **billentyűzet** és az **egér** kérdése egyeseknek hasonlóan sarkalatos pont lehet, úgyhogy a tanácsunk itt is ugyanaz: lehetőség szerint az otthoni munkavégzés során is maradjanak a megszokott megoldásnál.

Ami viszont valószínűleg a legtöbbször számára elengedhetetlen lesz a következő hetekben, az a kényelmes headset. Ahol 1-nél több személy dolgozik ugyanabban a helyiségből, esetleg gyerekek is vannak, egy **párnázott fejhallgató** lesz a legjobb választás. Így az online megbeszélések során lényegesen jobb minőségben hallhatják a kollégáikat, miközben a külső zajok nem zavarják őket a munkavégzésben.

Egy tanács: bár a bluetooth fejhallgató kényelmesebb megoldás, távmunkához mégsem ajánlom. Ez mindig a legrosszabbkor fog lemerülni.

A megbeszélések során a **mikrofon** is elengedhetetlen lesz, ezért érdemes mindenkinek egyből egy mikrofonos headsettel elkezdni a munkát ebben az időszakban.

Amiről sokan megfeledkeznek, ha asztali számítógépről vagy régebbi laptopról dolgoznak, az a **webkamera**. Sok cégnél ez nem elvárás, de például a MiniCRM-nél a tartós otthoni munkavégzés ideje alatt a megbeszéléseken mindenki használ kamerát is, hogy ezzel is segítsük fenntartani a rendszeres kapcsolatot a kollégák között.

Arról se feledkezz meg, hogy egyes kollégáknak, pl. jellemzően az irodavezetőnek vagy a pénzügyes kollégáknak a nyomtató és a scanner is elengedhetetlen a napi munkavégzés során. Az eszköz önmagában nem elég: elegendő fénymásolópapírról és nyomtatópatronról is gondoskodni kell.

Egyéb tárgyi eszközök

A biztonság kedvéért kérdezz rá a kollégáknál az olyan alapfeltételek teljesülésére is, mint a megfelelő méretű **asztal** és a kényelmes **szék**.

Nyilván a cég sem jár jól vele, ha csökken a dolgozók produktivitása amiatt, hogy egész nap a kanapén ülve dolgoznak ahelyett, hogy egy kényelmes székből tennék. Nyújts a kollégáidnak egyértelmű

támogatást, ha ilyen jellegű problémával fordulnak hozzád, és segíts számukra megteremteni a megfelelő környezetet az otthoni munkavégzéshez, akár [az erről készült összefoglalónk](#) elküldésével.

Új eszközök beszerzése

A legjobb megoldás nyilván az, ha mindenki körülnéz otthon, hogy van-e a szekrény mélyén elásva egy **régebbi, de működő** router, kábel, vagy egyéb elkallódott eszköz. Az **ismerősöket** sem árt megkérdezni, hátha van valakinél egy-egy felesleges darab valamilyen elengedhetetlen felszerelésből.

Ez azért is tanácsos, mert nyilvánvaló okok miatt nagyban megnőtt a kereslet az üzletekben a fent megnevezett eszközök iránt.

Ha valamiből mégis szükséges újat venni, biztonsági okok miatt az **online rendelést** javaslom. Én is rendeltem az utóbbi hetekben néhány új eszközt, és extra elővigyázatosságból pár napig bontatlanul egy félreeső sarokban hagytam a csomagot.

Arra feltétlenül számíthatsz, hogy a **szállítási idő** több lesz a megszokottnál, ugyanis a nagy leterheltség miatt sok kiszállítónál kissé megromlott a logisztika.

Ami a legfontosabb: ha valamire szükséged van, azt mielőbb szerezd be! A kései beszerzéssel csak akadályozod a hatékony otthoni munkavégzést!

Elengedhetetlen szoftverek

Céges e-mail cím mindenkinek

Ha eddig nem volt mindenkinek céges e-mail címe, itt az idő, hogy bevezessétek. Ez szituációfüggő, de mivel senkinek sem lesz lehetősége "odacsúsztatni" valamit a kolléga asztalára, vagy a monitorára cuppantani egy ragacsos cetlit, a személyes e-mailek nagyobb szerepet fognak kapni.

Ahogy lentebb látni fogod, sok kommunikációs típus van, amire nem ajánljuk, de még mindig egy **elengedhetetlen módszer a belső információ áramlásához**.

Például, ha céges bejelentéseket szeretnél tenni (mikor, ha nem válságban?) akkor egy körüzenet, amire mindenkit megkérsz, hogy válaszoljon, jó módszer lehet. Minden kollégát végighívni időigényes, ha pedig csak "simán elérhetővé teszed" az infót, szinte garantált, hogy nem mindenki fogja elolvasni.

Privát e-mail cím használatával az a probléma, hogy afölött nincs kontrollod. Az emberek folyton változtatják az e-mail címüket, vagy probléma lehet a szolgáltatóval, néhány esetben pedig a spam mappába kerülnek a levelek, tehát nem egy életbiztosítás ezeken keresztül kommunikálni. Belső, esetleg titkos információk sem mindegy, hogy örökre a dolgozó inboxát gazdagítják, vagy egy kilépés után megszűnik ezekhez a hozzáférése.

Céges e-maileket akár a Google G Suite-ján keresztül is tudsz intézni, ez egy viszonylag gyors megoldás és később kitérünk arra is, hogy milyen más előnye van még.

Chat programok

A “hé, hogy áll ez a projekt?” és az ehhez hasonló e-mailek csak az inboxot torlaszolják fel, ezzel a produktivitást nemhogy nem segítik, de egyenesen hátráltatják. A legjobb, ha ilyen kommunikációra eleve nincs szükség (erről lejjebb még szó lesz), de ha mégis megkerülhetetlen, akkor sokkal alkalmasabbak a chat alkalmazások erre a célra.

Mi a Skype-ot preferáljuk, de használhattok Slacket vagy bármilyen chat szolgáltatást, amiben van csoportos beszélgetésre lehetőség. Bármi mellett is döntötök, fontos, hogy azt **kizárólag céges kommunikációra használjátok**, és ne is használjatok más felületet erre a célra!

Ne feledd, a “Facebookon megírom, mert úgy gyorsabb” hozzáállás nem célravezető! Egyrészt, a fontos információk elkeveredhetnek, másrészt, itt is fennáll a veszélye, hogy a cégeden kívülre kerülhetnek kényes információk.

Felhő tárolók

De szépen hangzik ez magyarul (cloud storage)! **Ha olyan dokumentumokkal dolgoztok, amikhez cégen belül több**

embernek is hozzá kell férnie, enélkül szinte kivitelezhetetlen a hatékony távmunka.

Itt utalok vissza arra, hogyha például G Suite-ot használtok, akkor egyben megoldod a céges e-mailek és a felhőben tárolás kérdését is.

Az ügyfelekhez tartozó dokumentumokat, mint például szerződések, számlák, mi természetesen a [MiniCRM](#)-ben rögzítjük, de rengeteg olyan anyagot tárolunk a Google Drive-on, amivel közösen dolgozunk. Hogy egy példát mondjak, ez a dokumentum is ott íródott, miközben 2-3 kolléga kezén is átment, mire hozzád jutott.

Felhőben dolgozás nélkül ez a folyamat kínkeserves lehet. Például, ha egy szerződésből 3-4 verziótok is van egyszerre és már senki nem tudja, hogy ki, melyik nap, melyik verziót változtatta, akkor könnyű heteket elpazarolni a semmire.

Ehhez képest **a felhőben kezelt doksikat “élőben” tudjátok változtatni, mindenki egy verziót (a véglegeset) látja, és mindenki szabadon kommentelhet egymás munkájára vagy írhat bele.** Ugye, Andi? Érzem, hogy ebbe is bele fogsz írni! (Nem is! – Andi :))

A Dropbox és hozzá hasonló szoftverek annyiban mások, hogy flexibilisebb a megosztás lehetősége. Például nem feltétlenül kell a fogadónak is használni a szolgáltatást. Ha ez a fajta flexibilitás

nektek fontos, akkor érdemes a Dropbox-on elgondolkodni, egyébként a Google Drive tökéletes megoldás.

CRM rendszer

Előre tudtad, hogy ez is a listán lesz, és igazad is volt! Ha ügyféladatokat kezeltek, értékesítetek, szervizeltek, projekteket vezettek, akkor **egy CRM önmagában szintlépést adhat, a mostani helyzetben, pedig életmentő lehet.**

Rengeteg CRM létezik, de a MiniCRM funkcióitásairól fogok most kizárólag beszélni, mert erről tudok részletesen beszámolni. Ráadásul, így te is tudni fogod, pontosan mire számíts, ha a [kipróbálás mellett döntesz](#).

1. Értékesítés javítása

A CRM-et használó cégek átlagosan 3x többet tudnak kihozni ugyanannyi érdeklődőből. Mivel most minden plusz árbevételre szükséged lesz, az értékesítés folyamata elsődleges prioritás.

Ezek a funkciók fognak segíteni:

1. Űrlapokon keresztül **minden érdeklődő a rendszerben lesz.** Vagyis, akik most esetleg elállnak az üzletkötéstől, a helyzet javulásával azonnal tudod újra keresni őket.
2. **Automata emlékeztetők** fognak ebben segíteni, hiszen vesztett érdeklődők esetén állíthatsz automata követő teendőt x hét/hónap múlva.

3. A kollégák munkáját is egyéb **automata feladatok** segítik, és mindig az éppen legfontosabb teendők lesznek a szemük előtt.

A rendszer lépésről lépésre viszi előre az érdeklődőket az értékesítési folyamatban.

2. Kollégák munkájának segítése

Nem leszel ott, hogy a feladatokat személyesen kioszd és figyelmeztess az elvégzésükre, de ezt megteszi majd helyetted a rendszer.

1. **Automatizált feladatok.** Például VIP ügyfeleitekkel most érdemes felvenni a kapcsolatot, hogy biztosítsátok őket a zavartalan működésről. Egy mozdulattal kioszthatók ezek a feladatok és a rendszer időben figyelmeztet az elvégzésükre.
2. **Határidő kiosztás.** A rendszerben minden határidővel van ellátva, nincs kérdés, hogy mikorra kell meglennie egy adott feladatnak.
3. **Automata “eszkaláció”.** Vagyis a te figyelmedbe már csak akkor kerül valami, ha a felelős kolléga elakadt. Például, ha 24 óra eltelt egy feladat határideje óta, akkor kapsz egy feladatot és e-mailt, hogy ellenőrizd.

3. Kollégák munkájának ellenőrzése

A legjobb munkatársak munkáját is figyelemmel kell követni, ez egyértelmű. Ha eddig személyesen követted a tevékenységüket, erre most nem lesz lehetőség.

1. MiniCRM-ben az Aktivitási naplóban követheted, hogy **ki, mikor, hány feladattal birkózott meg** és mennyit kellett áttennie másik napra.
2. A Felhasználók Aktivitása riportban pedig **konkrét teendőket láthatsz**, típus szerint lebontva.

A fentiek tanácsadói segítséggel órákon belül összerakhatók, és a távmunkából eredő problémák jelentős százalékát megoldhatják.

Ha egyedül dolgozol, ezekre a funkciókra nincs mind szükséged, és elindulhatsz a [MiniCRM Starttal](#) is, ami egy hónapig ingyenes, utána pedig nettó **30 ezer forint egy teljes évre**.

Jelszavas applikációk

Ahogy a céges adatok fizikailag kikerülnek az irodából, megnő a veszélye az adatszivárgásnak, ami egy ilyen helyzetben a szokásosnál is veszélyesebb. Mi az adatvédelem biztosítására két fő szoftvert használunk. Az egyik a LastPass, ami **egy központi jelszó rendszer**.

Ennek lényege, hogy a munkatársak úgy tudnak akár 20 karakteres random jelszavakat megadni mindenhol (többek között a MiniCRM-hez, a Gmailhez és a Skype-hoz is), amikre élő ember nem

tudna emlékezni. Cserébe a LastPass biztonságosan megjegyzi és eltárolja ezeket, egyszerre biztonságos és könnyű belépést biztosítva mindenhova.

A LastPass tele van hasznos funkciókkal, mint például a random jelszó generátor vagy az időablak állítás, amivel megadott időnként újra kérheti a mesterjelszót.

A másik, belépéshez használt szoftver (egy vállalkozó soha nem lehet elég óvatos) a Google Authenticator, ami egy **kétfaktoros beléptető rendszer**. Ezt minden felhasználónknak erősen ajánlani szoktuk, hiszen egyszerűen beállítható és még egy szintű biztonságot ad. De nem csak a MiniCRM, hanem a legtöbb céges szoftver is az úgynevezet TOTP szabványt használja, ami azt jelenti, hogy egyszerre több mindennel is összeköthető.

Ilyen nálunk például a LastPass, ami szintén rá van kötve erre az appra. Vagyis nem elég, hogy a LastPass 20 karakteres, teljesen random jelszavakat használ, de ezt a rendszert is tovább biztosítjuk a kétfaktoros belépéssel.

Ezt természetesen nem kell minden alkalommal használni, viszont időnként bekéri az autentikálást, ha pedig új helyről próbál az illető bejelentkezni, akkor rögtön szükséges a jelszó megerősítése az applikációból.

Produktivitás és Mentális Egészség

Saleh Bettina

Nehézségeket okozhat, ha hosszú ideig távmunkából dolgozol, ezért fontos, hogy napi rutinokat használjunk be és új szokásokat vezessünk be azért, hogy mentálisan egészséges maradj és produktívan tudjál dolgozni.

Tippek és trükkök a 8 óra munkához

Ne Panaszkodj!

Igen, tudjuk, hogy rossz. Megcsappantak az érdeklődők, a meglévő ügyfelek elhagynak, a velünk megegyezett tárgyalások most nem prioritás számukra. De nem segíted a csapatot, ha te is a negatívumokra koncentrálsz. Fókuszálj a megoldásokra, ötletekre és konkrét lépésekre, amivel változtathatsz a helyzeten.

Öltözz ki!

Ne kezdj úgy munkába, hogy csak kiestél az ágyból! Tiszteld meg magad és készülj úgy, mintha munkába mennél, akkor is, ha csak a nappalidban dolgozol. Ha inget viselsz munkába, viseld azt, ha beállítod a hajadat vagy sminket teszel, ezeket most se hagyd ki. Elsőre furcsának tűnhet a rituálé, de nagyban hozzájárul, hogy a megfelelő tudatállapotba kerülj.

Ne dolgozz az ágyból vagy a kanapéról!

De tényleg ne! Ne dolgozz se az ágyból, se a kanapéról. A hátad később hálás lesz érte! Ha lehetőséged van rá, állíts fel egy dolgozó sarkot, ahol komfortosan végig tudod dolgozni a 8 órát. Ahol minimálisak a zavaró tényezők és ahol mentálisan felkészítheted

magad arra, hogy most kizárólag dolgozol.

Tarts fenn társasági életet!

Persze, csak online, de csináld! Beszélj a kollégáiddal, kérdezd meg hogyan telt a napjuk, milyen a karantén élet. Osszatok meg egymással ügyfeles sztorikat, vicces eseményeket, bármit, amit az irodában is megosztanátok egymással. Az apró dolgok is fel tudják dobni a napodat.

Tarts szüneteket!

Én is gyakran bűnös vagyok abban, hogy a 8 óra munka után sem állok fel a gépem mellől, de te ne legyél olyan, mint Betty! Állj fel többször, nyújtózkodj, játssz a kutyáddal, macskáddal vagy akár készíts magadnak egyszerű ebédet. Bármi, ami kimozdít a folyamatos munkából.

Tervezz!

Most van itt a tökéletes alkalom arra, hogy felkészülj és tervezz! Tervezd meg a hetedet, a napodat, állítsd össze a naptáradat! Olvass cikkeket arról, hogy mások mit csinálnak a te szituációdban. Ez egy globális helyzet, szóval, sok a közös tapasztalat! Emiatt nagy az esélye, hogy te is fogsz olyan írásokra bukkanni, ami segít a szituációdban és új ötleteket adhat!

Készülj fel mindenre!

Ha lebetegedsz, ki veszi át a helyed? Minden a rendelkezésére áll, hogy átvegye a helyed? Jelszavak, közös fiókok, amikhez eddig csak te fértél hozzá? Minden dokumentum elérhető, könnyen megközelíthető, akkor is ha te hirtelen esel ki a munkából?

- LastPass-on keresztül megoszthatod a jelszavadat azzal, aki átvenné a helyedet
- Tegyél minden dokumentumot egy helyre, Google Drive vagy MiniCRM
- Használd a MiniCRM-et vagy Trello-t, hogy minden projekt időben elkészüljön.

Tippek és trükkök “irodai” órákon kívül

Maradj biztonságban!

Kerüld az utazást is a tömött helyeket, amennyire lehet. Nem kell elmondjam, hogyan terjed a vírus, úgyhogy tegyél szívességet magadnak és másoknak: tarts távolságot és moss gyakran kezet.

Étkezz egészségesen!

Igen, tudom, hogy könnyű egész nap a felhalmozott csokin és csipszen élni, amikor otthonról dolgozol, de hamar kialakul egy rossz közérzet ilyen étkezés mellett.

Mivel több időd lesz otthon, érdemes új recepteket kipróbálni és belevetni magadat a főzés tudományába. Persze, ha sikerült alapanyagot beszerezni hozzá!

Ha kitaláltál valami jót, oszd meg csapatoddal is a receptet!

Elérkezett az idő

Emlékszel az ígéretekre, amit magadnak tettél?

“Hétfőtől minden nap edzeni fogok.”

“Főzök magamnak és egészségesebben eszek.”

“Többet olvasok.”

“Kipróbálom az intervallum böjtöt.”

“Újra elkezdek festeni.”

Elérkezett az idő, hogy új szokásokat vezess be az életedbe. Most van időd, hogy megtartsd az ígéreteket amit eddig tologattál. Több időd lesz a megszokottnál, ráadásul azt nem sok mindenre fogod tudni felhasználni. Szóval miért ne töltsd azzal, hogy magadat fejleszted!

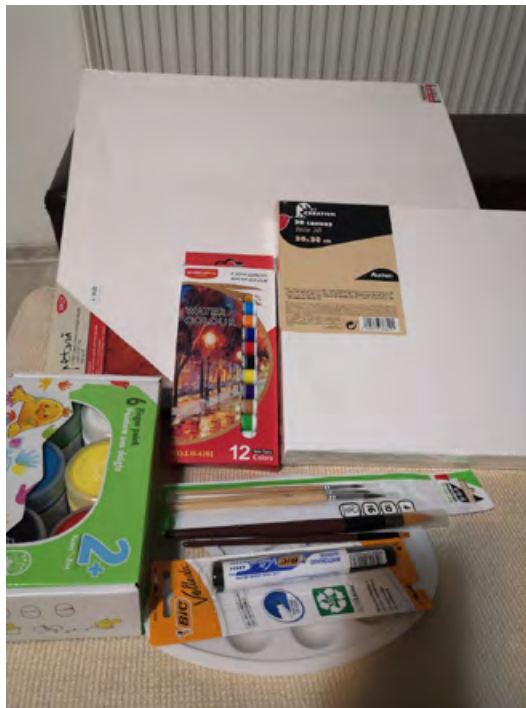
Mint sok más, ez is jobb csapatban! Oszd meg az élményeidet és az utadat a többiekkel, motiváld őket, hogy csatlakozzanak hozzád. Ahogy mondják: legyél az a változás, amit másokban látnál!

Néhány inspiráció:

Íme az új otthoni kertem:



És igen, elkezdek festeni is:



És van egy szuper Naan és Csirke Tikka Masala receptem is:



Olvass!

Nem tudom, nálad mi a helyzet, de én régen imádtam olvasni. Most viszont soha nem tűnik úgy, hogy lenne rá időm! Amikor mégis lenne, akkor túl fáradt vagyok és elalszok három oldal elolvasása után.

Most itt a tökéletes alkalom, hogy elolvassuk azokat a könyveket, amiket eddig nem tudtunk. Még ki sem kell hozzá mozdulni! Rengeteg könyvet megtalálsz online pdf formátumban, vagy audióként, amiket ingyen vagy olcsón letölthetsz. Ha néhány ötletre van szükséged, itt van néhány kedvencem.

- [Grand Cardone - 10 X Rule](#)
- [The art of war](#)
- [Trello Team Productivity](#)
- [Thinking in New Boxes](#)
- [The Official Guide to Ted Talks](#)
- [Getting things done](#)
- [7 Top Sales Secrets](#)

Mozogj tudatosan!

Az egészséged tényleg fontos! Viszont, ha hetekig otthon maradsz, ez kihatással lesz rá, ha nem mozogsz tudatosan. Dobj be egy pár edzést a hétre, és villogj az irodában az izmaiddal vagy fogyásoddal! :)

Íme egy pár dolog, amit kipróbálhatsz:

Youtube fitness videók:

Kezdő

Popsugar Fitness - több száz kezdő aerobik óra kezdőknek

Középhaladó

Fitness Blender - több száz edzés 15 percestől az 1 órásig, a teljesen kezdőtől a középhaladóig

Haladó

LES MILLS GRIT Cardio Workout - Ha szereted a kihívásokat!

Monster Monday At-Home HIIT Workout - Imádom ezt a nőt!

Edzős appok:

BodBot - Személyre szabott terv, lépésről lépésre

7 Minutes Workout - Rövid, 7 perces edzések

Down Dog - Jóga app, ami Április 1-ig ingyenes a vírus miatt

36 üzleti ötlet a kialakult válságban

Egerszegi Krisztián

Szeretnénk téged további konkrét példákkal és ötletekkel is segíteni. A legtöbb ötlethez a valós életből inspirálódtunk, olyan cégektől, akik azonnal reagáltak a válságra és ma nem a túlélésért küzdenek, hanem piaci előnyüket növelik.

Ők sem felejtették el, hogy nem csak az számít, hogy mire van most igény, hanem az is, hogy mit tudnak a lehető legkevesebb kockázattal előállítani vagy szolgáltatni.

A dokumentumban felsorolt példákban jellemzően ezekben történt változás:

- Kommunikáció (kb. azt csinálod, mint eddig, csak változtatod a kommunikációd)
- A meglévő ügyfeleidnek más szolgáltatást ajánlasz fel
- A meglévő szolgáltatásodat, más csomagban, más ügyfeleknek ajánlod fel
- A meglévő eszközeidet más előállítására használod
- A meglévő folyamataidat más szolgáltatásra használod
- A meglévő tudásodat más formában kamatoztatod

Érdemes elolvasnod olyan példákat is, ami nem kifejezetten a te szektorodhoz tartozik, hiszen inspirálódhatsz a teljesen különböző

cégektől és megoldásoktól. Most azok nyerhetnek, akik olyan új dologgal tudnak előállni, amit a konkurencia még nem csinál.

A különböző példákhoz mind írtunk egy-egy MiniCRM Tippet is, ami abban segít inspirálódni, hogyan is tudnád új ötletedet a gyakorlatba ültetni akár egy nap alatt a MiniCRM rendszerében.

Online csapatépítés

Élethelyzet

A fizikai csapatépítők egyszerűen lehetetlenné váltak, és nem csak azoknak, akik most távmunkába szorultak: most senki nem akar csapatépítő programokkal kockáztatni, de jó eséllyel még akkor sem, ha enyhülnek a tilalmak.

Megoldás

Viszont az új probléma új megoldást is szül. A csapatokat nehezebb összetartani, mint valaha. A MiniCRM-nél a HR vállalta magára a csapatépítő játékok szervezését, ami rengeteget segít a motivációban és a csapat összekovácsolásában ebben a helyzetben is. Sok cégnél erre most nincs erőforrás, de ugyanúgy hatalmas szükség lenne arra, hogy ilyen programokat valaki szervezzen és levezényeljen.

Keresd fel a meglévő ügyfeleket, régi ügyfeleket, elveszett érdeklődőket egy speciális ajánlattal, ahol egy ingyenes teszt napon

kipróbálhatnak játékokat. Ha szeretnél inspirálódni, többek között követheted Facebook oldalunkat is, ahol gyakran megosztjuk ezeknek a játékoknak az eredményét!

MiniCRM Tipp

Használd az adatbázisodat, és küldj minden héten online csapatépítő tippeket. Minden emailben hangsúlyozd, hogy a mostani időszakban vállaltok szervezést és lebonyolítást. Egy gombra kattintva visszajelezhetnek, ha szeretnének többet tudni. Ez kiosztja a feladatot és ez alapján lehet keresni telefonon a potenciális ügyfelet. A játékok lebonyolítását szintén itt fogjátok tudni követni egy projekt modulban, amiben feljegyezhetitek az eseményeket, kioszthatjátok őket az animátoroknak és határidőhöz köthettek minden eseményt. A naptár szinkronizációval akár az online naptáratokba is automatikusan bekerülhetnek a teendők, így megbizonyosodhattok arról, hogy semmi nincs egymásra szervezve.

Online szabadulószoba

Élethelyzet

Bár most mindenkivel rezonál a szabadulós játék tematikája, a valóságban senki nem tud részt venni ezeken. De itt sem érdemes lehúzni a rolót.

Megoldás

Erre sem kellett sokáig várni, hogy megoldás szülessen, az Exit The Room-osok zseniális online szabadulószoba játékot hirdettek. A

lényeg, hogy a játékosok otthon, webkamerán keresztül követhetik az eseményeket, irányítva a szobában ragadt hús vér játékos próbálkozásait. Ez megint egy olyan szolgáltatás, amire két hónapja nem mondtuk volna, hogy működőképes, de a jelenlegi helyzetben sokkal jobb, mint a semmittevés, ráadásul valami újat próbálhatnak ki a szabadulósobák szerelmesei.

MiniCRM Tipp

Ami az Exit The Room-nál ennél is zseniálisabb, hogy ezt a szolgáltatást felajánlják a technikával nem rendelkező szabadulósobáknak is. Ennek lebonyolításához tökéletes a lehet a MiniCRM partner modulja, amiben levezényelhető az érdeklődő partnerek jelentkezése és kiválasztása. A jelentkező partnerektől egy landoló oldalon bekérheted az információkat, akik így érdeklődő státusszal bekerülnek a modulba. Innentől automatizmusok segíthetnek, hogy végigvidd őket a folyamatokon és eljussatok az installálásig. A partnerekkel kapcsolatos teendők mind ide kerülhetnek be, amik az aznapi teendőket mindig a felelős elé teszik, így semmit nem felejtetek el.

Tolmács cég: webes szövegek fordítása

Élethelyzet

Csökkent a tolmács feladatok száma a személyes megbeszélések megcsappanása miatt, de fordítási munka nem hogy kevesebb,

hanem több lett, köszönhetően annak, hogy mindenki próbálja a helyzetet kommunikálni az ügyfeleinek, minden országban.

Megoldás

Ha eddig ez nem volt a profil része, vagy nem volt hangsúlyos, most érdemes a webes felületek, illetve emailek fordítását előtérbe helyezni. Most fokozott kereslet van ezekre a szolgáltatásokra és könnyen menedzselhető online.

MiniCRM Tipp

MiniCRM-ben tudod vezetni a fordításokat, kinek, mikorra, mit ígértetek. A projekt modulban akár kézzel is vezethetitek a feladatokat, de adok egy pro tippet is. Akár készíthetsz egy egyszerű MiniCRM űrlapot, amit csak az ügyfeleidnek teszel elérhetővé és ezen keresztül tudják elküldeni a fordítandó anyagokat. Ennek az az előnye, hogy megadhatasz mezőket, amiket az ügyfél kitölt és ezek az információk automatikusan bekerülnek a rendszerbe, felelőshöz kerülnek, előre bekészített feladattal (pl. "Nézd meg, hogy a file helyes-e, állíts időpontot határidőre és küldj sablonból válasz emailt az ügyfélnek"). Ezzel a módszerrel megbizonyosodhatsz róla, hogy minden feladatnak biztosan nyoma marad és nem adsz lehetőséget hibázásra.

Outdoor media átmeneti profil váltás

Élethelyzet

Ahogy drasztikusan csökkent az utcán járó emberek száma és a cégek is spórolásra fogták a dolgot, visszaesett az igény outdoor media szolgáltatásokra.

Megoldás

Ha a kialakult helyzet valóban min. 4-6 hónapig eltart, akkor most elengedni a kiszállítókat és utána újra felvételizni nagy kihívás lesz, de az sem megoldás, hogy munka és bevétel nélkül megtartsuk őket. Viszont, ha már van egy szuper brigádunk, aki tud kiszállításokat végezni, akkor érdemes lehetőségeket keresni, ahol most alvállalkozóként be tudtok segíteni azoknál a cégeknél, ahol küzdenek a magas kiszállítási számokkal.

MiniCRM Tipp

A MiniCRM-be percek alatt be tudsz húzni egy partner modult, amiben vezetni tudod az új lehetséges partnerekkel folytatott beszélgetéseket és azt, hogy hol állnak a folyamatban. Ennek az az előnye, hogy egyszerre sokkal több lehetséges partnert meg tudtok keresni, és többen dolgozhattok rajta egyszerre, mert ráláttok egymás munkájára, és nem léptek kapcsolatba ugyanazzal a céggel többször. A beérkező emaileket egy mozdulattal archiválhatjátok a MiniCRM-be, de érdemes rövid kommenteket is hagyni, hogy egy

pillantásra látható legyen, miben egyeztetek meg egy-egy partnerrel.

Kínai termékeket importáló cég

Élethelyzet

Ha nehézségekbe ütközik most a Kínából importálás, kevés azonnali megoldás látható.

Megoldás

Ha hű törzsvásárlóid vannak, nagy mozgástered van. Legalábbis nagyobb, mint sok más cégnek, aki hasonló helyzetben van. Vannak olyan termékek, amiket magyar gyártókon keresztül beszerezhetsz, és amiket eddig azért nem forgalmaztál, mert drágább volt a Kínai megfelelőjénél? Akkor érdemes lehet adni egy lehetőséget és megkockáztatni a felárat. Bár az emberek most alapvetően spórolnak, ha a kommunikációdban erős az, hogy ezzel hazai gyártókat támogathatnak, nagyobb eséllyel tudod vonzóvá tenni az ajánlatot, hiszen érzelmi értéket társítasz a termékek megvásárlásához. Emelett mindenki legjobb érdeke, hogy a magyar gazdaság kilábaljon a helyzetből.

MiniCRM Tipp

Ezzel együtt is csökkenhet az árrésed, amit azzal fogsz tudni kompenzálni, hogy egy adott vásárlóból több árbevételt szerzel. Erre a MiniCRM webshop modulja több megoldást is ad. Először is termékkapcsolást nem csak vásárlásnál tusz megtenni, hanem egy

követő email sorozatban is. Illetve, ha ismétlődő vásárlásról van szó, állíthatsz automatikus emailt arra az időpontra, amikor úgy gondolod, hogy esedékes lesz az újabb vásárlás. De kommunikálhatsz aktivitás alapján is, hiszen a rendszer automatikusan csoportosítja a törzsvásárlóidat, azokat is akik kevesebb aktivitást kezdtek mutatni és azokat is, akikben jó potenciál van, hogy törzsvásárlók legyenek.

Gyártó cégek, hiánycikkek pótlása

Élethelyzet

A visszaesett kereslet már kezd továbbgyűrűzni a gyártókra, akik döntési helyzetbe kényszerülnek, hogy elengedjék-e a dolgozókat.

Megoldás

Sok jó példát látni arra, hogy a gyártó cégek, ahol csak tehetik, átállnak a hiánycikkek pótlására. Ezek kifejezetten jó megmozdulások lehetnek, hiszen nem csak a munkát és a dolgozókat tartják meg, de egy kulcsfontosságú terméket tudnak pótolni és segíthetik például az egészségügyet. Így ez nem csak bevételi forráshoz vezethet, de PR lehetőséghez is. Ha most olyan cégekhez fordultok, akik munka nélkül maradtak (például a fentebb említett outdoor média cégek) hogy segítsenek a kiszállítások lebonyolításában, akkor akár nyithattok egyenesen a vásárlók irányába is.

MiniCRM Tipp

A MiniCRM-ben ilyen megrendeléseket egy weboldalas űrlapon keresztül tudtok gyűjteni, ami beérkezik az értékesítés modulba. Ezekhez a "történetekhez" állíthatsz automata reakciókat, mint például egy email küldés a szükséges információkkal a szállító cég felé. Így minden megrendelés, amit kaptok garantáltan átkerül a szállító cég felé is. Ezt követően a rendszer automatikusan tovább lökheti a folyamatot a gyártás szakaszba, ahol végigkövethető a folyamat akár egyesével, de madártávlatból is. Például láthatod, hány megrendelése van egyszerre, hogy alakul az előző hetekhez képest, mennyire alul- vagy túlterhelt a gyártó folyamat.

Marketing ügynökség: új kommunikáció

Élethelyzet

A marketing ügynökségek munkái is csappantak, hiszen a cégek spórolni akarnak és személyes találkozókra sincs lehetőség.

Megoldás

Változott a helyzet, most mindenki más szemmel néz a dolgokra, mások lettek a cégek kihívásai. Ha ezekre tudsz reagálni, szolgáltatásokat még mindig releváns lesz. Itt arra gondolok, hogy ha eddig esetleg azzal a kommunikációval mentetek, hogy "posztolunk heti 2 blogbejegyzést és 4 Facebook posztot, hogy növeljük a brand ismeretet", az nem fog menni, mert ezért most senki nem akar fizetni.

De ha azt kommunikáljátok, hogy “segítünk a válságot kezelni egy olyan kommunikációs csomaggal, ami a mostani helyzetben segít megtartani az ügyfeleidet”, az rögtön jobban rezonál. Persze fontos, hogy emögött legyen tartalom is, vagyis legyen valós mondanivalótok a témában, mielőtt ezt csomagként értékesítitek.

MiniCRM Tipp

Alapvetően két területre érdemes fókuszálnod: az első a meglévő ügyfeleid, akiknek MiniCRM-ből szegmentált listára tudsz ajánlatot küldeni (például kis cégeknek máshogy érdemes ezt kommunikálni, mint nagyoknak, VIP ügyfeleknek érdemes akár egy hónapot ingyenesen felajánlani).

Aztán jöhetnek az új ügyfelek: ez klasszikus példája annak, amikor érdemes letölthető anyagokkal feliratkozókat gyűjteni. Például olyan anyaggal, hogy “10 kommunikációs módszer a válság legyőzésére”. Azoknak, akik ezt letöltik Facebookon vagy a weboldalon keresztül, egy automata email sorozatot tudsz küldeni MiniCRM-en belül. Ebben a sorozatban “felmelegítheted” az érdeklődőket, hogy értékesítsd a teljes szolgáltatásodat, de legalább egy konzultációt.

3D bemutató terem: jacuzzi, grill kereskedés

Élethelyzet

Jacuzzit és grillsütőket az emberek leginkább személyes megtekintés után vásárolnak meg, ez most nem lehetséges.

Megoldás

Az egyik ügyfelünk került ebbe a helyzetbe, de felismerték, hogy a már elérhető technológiával olyan 3D-s bemutató terem tudnak létrehozni, ami a jelenlegi helyzetben kielégíti az igényt. Ha ez a vírus előtt nem is működött volna, most hogy az embereknek különösen megnőtt az igénye ezekre a termékekre és nincs más lehetőségük, ez egy jó alternatíva.

MiniCRM Tipp

MiniCRM-ben létrehozhatok feliratkozó formákat, amiken keresztül gyűjthetsz jelentkezőket az online bemutatóteremre. Mivel a konverziója valószínűleg nem lesz olyan magas, mint a valódi bemutatóteremnek, ezért különösen fontos lesz, hogy az adataikat eltároljátok és a korlátozások feloldásával újra fel tudjátok őket keresni.

Háztartásigép-kereskedés

Élethelyzet

Mindenki spóroló üzemmódba lép, akkor is, ha a keresete nem esett vissza vagy vesztette el az állását. Ezért háztartási gépekbe kevesen fektetnek ilyenkor.

Megoldás

Ilyen helyzetben megoldás lehet, ha háztartási gépekhez alkatrészeket és javítási instrukciókat értékesít a cég. Most az

emberek nem csak a spórolás miatt lesznek hajlandóbbak saját kezűleg helyrehozni a háztartási gépeket, de a karantén miatt több idejük is van erre. Ha online videókkal is segíteni tudsz, kialakíthatsz egy vásárlói réteget, aki nem csak ismer, de megbízik a szaktudásodban is.

MiniCRM Tipp

MiniCRM-ben kialakíthatsz automatizmusokat. Ha valaki feliratkozik, hogy x témában érdeklik a javaslatok, akkor automatizmusban összerakhatsz olyan emaileket, amik kifejezetten őket célozzák és egyre magasabbra viszik az elköteleződésben. Sokan valószínűleg nem fognak sikerrel járni a szervizelésben, de mivel már van egy elköteleződésük, megoldást akarnak, így az automata követő emailekben új termékeket is csatolhatsz, amire más megoldás híján nyitottabbak lesznek a feliratkozók.

Orvosi tanácsadás online

Élethelyzet

Az emberek csak komoly és sürgős panaszokkal akarnak orvosi rendelőbe menni a fertőzés veszélye miatt.

Megoldás

A nyugati országokban már elkezdődött egy trend az online orvosi konzultáció terén. Ez itthon még nem mutatkozott, viszont a helyzet kialakulásával ez valószínűleg hazánkban is erősödni fog. Sokan tanácstalanok és már egy orvossal való beszélgetés is

megnyugtatná őket, ezért az online tanácsadás sok esetben megoldás lehet fizikai vizsgálat nélkül is. A receptfelírás már online is megoldható, így sok esetben egy személyes vizittel egyenértékű ellátást kaphat valaki online konzultáción keresztül is.

MiniCRM Tipp

Egyrészt gyűjtheted a feliratkozókat a MiniCRM űrlapok segítségével, ahol időpontokra is jelentkezhetnek, de ami még fontosabb, hogy előzményekkel kapcsolatos információkat is gyűjthettek. A rendszer automata feladatokat is kiadhat és az orvosok között szétoszthatja a feladatokat, kinek, mikor, kit kell hívni és mik voltak a panaszok.

Virágkellék nagykereskedés - teljes átállás

Élethelyzet

A kereslet komolyan visszaesett virágkellék kiszállításra, ha nem változtatnak valamit drasztikusan, hamarosan el kell küldeni az embereket.

Megoldás

Át kell állni egy másik termékre, amire van most kereslet. Lehet maszk, fertőtlenítő, vagy bármi, ami akár ügyfelektől vagy érdeklődőktől visszajön, mint igény. Miért működik? Mert a nagykereskedésnek már minden rendelkezésére áll, az emberek, a logisztika, raktár, a kapcsolatok, a rendszer. Egy kis

finomhangolással alkalmazkodni lehet a kialakult igényekhez, a meglévő eszközök megtartásával.

MiniCRM Tipp

MiniCRM partner modulban vezethető az új partnerekkel való kapcsolat. Változó lesz, hogy kinél van elég készlet ezekből az azonnali szükségletet kielégítő termékekből, ezért érdemes annyi beszállítóval dolgozni, amennyivel csak lehet. Ez rendszerezett információtartás nélkül hamar széteshet és könnyen található magad olyan helyzetben, hogy kifutsz a készletből.

Hajfesték, kozmetikai boxok

Élethelyzet

Az emberek nem tudnak fodrászhoz, kozmetikushoz járni, mert a legtöbb ilyen üzlet bezárt.

Megoldás

Előre összekészített "szépség boxok" kiszállítása. Ezekben lehetnek krémek, festékek és profi tanácsok haj vagy bőrápoláshoz. Emellett Youtube videókkal is meg lehet támogatni, ami nagyobb eléréshez és brand ismerethez vezethet, ami a kijárási tilalom utáni visszaesést ellensúlyozni tudja. Ha ez is kevés lenne, akkor online konzultációt is be lehet vezetni.

MiniCRM Tipp

Első körben Facebookon gyűjthetsz feliratkozókat email-es tippekre, egyszerű reklámmal, pl. "Szeretnél tippeket, hogyan vághatod otthon a hajadat?". A feliratkozók egyenesen beérkeznek a MiniCRM-be, ahol néhány mozdulattal összerakhatsz egy automatikus email kampányt. Az emailekben heti tippeket küldhetsz és ezekben az emailekben hirdetheted a csomagot is, ami a tippek megvalósításában segíti az érdeklődőket.

Tetoválo szalon előrendelések

Élethelyzet

Nem létfontosságú, ezért szinte senki nem akar most tetováltatni, még akkor sem, ha már előre eltervezte.

Megoldás

Előrendelés kedvezménnyel az őszi szezonra. Ahogy a "Hatáskör" részben is írtam, a cash a király, vagyis, most minden bevétel számít, akkor is, ha az kevesebb, mint amennyi egyébként lehetett volna. Ha 30-40% kedvezménnyel lehet előre időpontot foglalni, akkor az elég erős vonzás lehet ügyfelek számára, hogy előre fizessenek. Emellett online konzultációra is érdemes lehetőséget adni, hiszen aki még nem döntött végleges dizájn mellett, az nem fog tudni előrendelni. Ez a megoldás nem csak a mostani készpénz helyzetet oldhatja meg, de az újraindulás is egyszerűbb lesz.

MiniCRM Tipp

A MiniCRM-ben tárolt ügyféladatok szerint küldhetők szegmentált ajánlatok. Pl. a rendszerben követhető, hogy valaki hol áll a folyamatban (érdeklődött, jelentkezett konzultációra, volt már konzultáción, kapott ajánlatot, időpontot) és aszerint lehet küldeni ajánlatot. Azok, akik még nem voltak konzultáción kaphatnak olyan emaileket, amik online konzultáció lehetőségére hívnak fel, akik már voltak, kaphatnak emaileket, amik a kedvezményt ajánlják fel. Aki érdeklődik, egy gombnyomással tudja ezt jelezni, ami automatikus teendőt hoz létre neked a rendszerben, hogy hívd fel.

Takarító cég, fertőtlenítő szolgáltatás

Élethelyzet

Aki teheti már átállt home office-ra, vagyis sok takarító cégnél minimálisra csökkent az irodai takarítások száma.

Megoldás

A meglévő emberekkel, eszközökkel, de megújult célzással és kommunikációval hirdethetnek fertőtlenítő takarítást társasházaknak, ahol most hatalmas igény lett erre. A kommunikációban lehet egyértelműen a helyzetre reagálni, például "vírusmentesítő" takarításként hivatkozni a szolgáltatásra, hogy biztosan egyértelmű legyen a szolgáltatás előnye mondjuk egy közösségi képviselő számára.

MiniCRM Tipp

Mivel módosulhat a folyamat, eltérő lehet a kommunikáció az eddigi megkeresésekhez képest, ezért érdemes sablon teendőket készíteni az új megkeresésekhez. A megkeresések beérkezhetnek egyenesen Facebook hirdetésből, weboldalról MiniCRM-es űrlapról vagy kézíleg is. A különböző új szolgáltatások szétválaszthatók MiniCRM-ben és attól függően, hogy ki melyik szolgáltatásra jelentkezik, a folyamat elindul a rendszeren belül. Kiadja a megfelelő feladatokat, a feladatokban előre le van írva az adott kollégának mit kell csinálnia pontról pontra, és kötelezően kitöltendő kérdések segítenek, hogy a kollégák biztosan egyeztessék a legfontosabb dolgokat.

Pszichológus: Mentális egészség home officeban

Élethelyzet

Nem csak a kijárás korlátozása miatt, de a költségek visszafogása miatt is kialakult egy visszaesés az általános terapeuta, pszichológus szolgáltatásokra.

Megoldás

Itt megint egy egyszerű kommunikációs váltás megoldást jelenthet. Az általános kommunikáció helyett akár kifejezetten az otthoni munkavégzés mellett megőrizhető mentális egészségre koncentrálnak, ami most egy meghatározó élethelyzet lesz. Ezzel egy teljesen új szegmens is nyílik, hiszen egyenesen a munkáltatókat is

meg lehet célozni ilyen ajánlatokkal, ugyanis dolgozóik mentális egészsége különösen fontos lesz ebben az időszakban.

MiniCRM Tipp

MiniCRM-ben biztonságosan tárolhatóak az ügyféladatok és bárhol hozzáférhetők. Ha új, céges ügyfeleket keresel fel, elengedhetetlen lesz, hogy jól kezeld ezeket az adatokat. A rendszerben követheted, hogy kivel hol áll a folyamat: kutatás fázis, visszaválaszoltak, egyeztetettek tárgyalást, küldtél ajánlatot, ügyfél lett. Most különösen fontos lesz, hogy minden lehetőségből a lehető legtöbbet hozd ki; abban segít a MiniCRM, hogy minden nap eléd tegye, hogy kivel, mikor, miért kell foglalkoznod.

Specifikus műszaki webshopok

Élethelyzet

Olyan specifikus igények alakultak ki, amikre egyszerű megoldást keresnek laikus emberek.

Megoldás

Ha van egy mindenféle műszaki cuccokkal foglalkozó webshopod, érdemes követni a trendeket és a kialakult helyzetre specifikus landoló oldalakat létrehozni. Ezzel elérhetőek azok, akiknek nincsen technikai tudása, de szeretnének megoldani egy problémát. Ilyet lehet például a távmunka. Ha valaki nem számítógép guru, akkor sokkal nagyobb valószínűséggel fog egy olyan helyről vásárolni, ahol például csak "home office pakkok"-at lehet vásárolni, egyszerű

leírással, előre összekészítve, és csak egy olcsó, közepes és drága opcióval. Egy laikus vásárló rögtön biztonságban érzi magát azáltal, hogy az opciók száma le van csökkentve és kifejezetten a saját problémájára lát megoldást.

MiniCRM Tipp

Nem elég, hogy egyszer vásároljanak tőled; most minden ügyfélből a lehető legtöbbet kell kihoznod ! Készíts termékkapcsolásokat a MiniCRM webshop integrációjával és kövesd után ügyfeleidet további ajánlatokkal! A rendszer segít követni, hogy kik a törzsvásárlóid, kik nem vásároltak egy ideje vagy ki az, akire mindenképp fókuszálnod kell.

Céges szoftver, ami a kialakult helyzetre ad megoldást

Élethelyzet

Ha olyan felhő alapú szoftvert értékesítesz, mint például mi, akkor eddig, ha tehetted, szerveztél személyes találkozókat és bevezetéseket. Ezek most lehetetlenné váltak.

Megoldás

Az első, hogy változtatnod kell a marketingkommunikációdon. Ha most a te szoftvered NEM old meg a kialakult helyzetben valamilyen égető problémát, akkor nagyon nehéz lesz eladni. Elsőre nálunk is visszaesett az új érdeklődések száma és csak akkor ugrott vissza az

eddigiek fölé, amikor azt kezdtük kommunikálni, hogyan segít egy CRM a mostani helyzeten. Neked is ezt tudjuk javasolni.

MiniCRM Tipp

Ha azt akarod megmutatni, hogyan tud a te szolgáltatásod segíteni a kialakult helyzeten, érdemes első körben email feliratkozókat gyűjteni hasznos anyagokkal. Ezeket hirdetheted a Facebookon vagy a weboldaladon is. A MiniCRM abban fog segíteni, hogy a feliratkozóknak automatizált email sorozatot tudj küldeni, aki pedig érdeklődést mutat a termékedre, effektíven tudd utánkövetni és szervezni az online konzultációt és bevezetést.

Barkácsbolt, festékbolt

Élethelyzet

Az emberek többségében kívárnak, festőt már nem hívnak, mert otthon vannak és pénzt sem akarnak költeni.

Megoldás

Jó kommunikációval eltalálhatjuk azokat, akik egyébként terveztek festést, de most mégis lemondtak róla. Egy jó hirdetési és email kampánnyal elérhetők, ajánlhatunk nekik egyszerű festőkészletet és videókat, amik segítenek az alapok elsajátításában. Egyre több ember fogja felfedezni, hogy ha nem is tökéletesen, de rengeteg dolgot saját maga is el tud végezni egy kis segítséggel.

MiniCRM Tipp

Itt is érdemes nem rögtön a szolgáltatást értékesíteni, hanem egy tudásanyagot ingyenesen felajánlani azoknak, akiket érdekel az otthonuk dekorálása. Az ingyenes anyagot letöltőknek pedig a hasznos tippek mellé fel tudsz ajánlani összekészített, egyszerű pakkokat.

A MiniCRM abban segít, hogy akik még nem mutattak konkrét érdeklődést a terméked iránt, azokat mind automatizmusok kezelik, hogy neked már csak azokra kelljen fókuszálnod, akik vásárolni is akarnak tőled. A MiniCRM webshop moduljával pedig további értékesítéseket tudsz automatizálni azoknak, akik egyszer már vásároltak tőled.

“Hozom-viszem” autószerviz

Élethelyzet

A korlátozások és a vírustól való félelem miatt a szervizelésre szoruló autókat sem viszik most el javíttatni, inkább kívárnak.

Megoldás

Bevezetni a “hozom-viszem” szolgáltatást, ami eddig is elérhető volt, mint luxus szolgáltatás, most viszont egy alap szolgáltatás része is lehet, hiszen olyanok is fogékonyak lesznek erre, akikben eddig ez nem merült fel. A fertőtlenítés pedig szintén egy olyan dolog, amit akár ingyen is fel lehet ajánlani, mint ajándék a szervizelések mellé.

MiniCRM Tipp

Ha új szolgáltatásokat vezettek be, akkor érdemes a MiniCRM-be felvenni sablonfeladatokat, amik egy-egy szolgáltatás megrendelésekor automatikusan megjelennek a kollégának, így semmi nem lesz elfelejtve. Például, ha MiniCRM-es úrlapon keresztül kértek egy hozom-viszem szolgáltatást, amin keresztül megadták a címet és az időpontot, a kolléga kap egy feladatot, amiben le van írva, hogy hova kell mennie, mit kell csinálnia, a rendszer pedig időben emlékezteti a feladatra.

Fotós, videós távoktatás

Élethelyzet

Fotósoknak, videósoknak most jelentősen visszaesett a munkájuk a rendezvények megszűnése miatt.

Megoldás

Online kurzusok készítése. Most sokan ülnek otthon, keresnek valamit, amivel le tudják kötni magukat. Azok akik rég meg szerettek volna tanulni fotózni, fotós eszközöket alkalmazni, mint Photoshop vagy Lightroom, ez egy jó alkalom lehet, hogy távoktatásban megismerkedjenek az elmélettel és a szoftverek alapjaival. Emellett fontos, hogy akár most kedvezményeket adjanak össze szóló szolgáltatásokra.

MiniCRM Tipp

Az online kurzust meghirdetheted Facebookon, Instagramon vagy a weboldaladon. Érdeemes akár egy ingyenes kóstolóval kezdeni, amivel regisztrációkat tudsz gyűjteni a MiniCRM-be. Ezeken az ingyenes regisztráló űrlapokon olyan információkat gyűjthetsz be az érdeklődőktől, amivel nekik célzott tartalmakat tudsz küldeni. Például milyen szinten vannak, milyen céllal szeretnék elvégezni a kurzust.

Amint a korlátozások feloldódnak, az addigra többszázásra nőtt listádnak akár csoportos vagy egyéni személyes oktatásokat is szervezhetsz, amit a MiniCRM rendezvény moduljából tudsz percek alatt levezényelni.

Utazási iroda: hasznos infók, kedvezmények

Élethelyzet

Senki nem akar vagy tud utazni, ezáltal megállt az élet az utazási irodáknál.

Megoldás

Itt talán még fontosabb a kommunikáció, mint bármelyik üzletágban. Fontos, hogy fenntartsuk a bizalmat és mutassuk ügyfeleink számára, hogy a cég stabilan működik, és amint a korlátozások oldódnak, az utak újraindulnak. Ebben az időszakban akár feliratkozókat is gyűjthetünk olyan információcsomaggal

például, hogy a korlátozások feloldása után, hogyan lehet biztonságosan utazni.

MiniCRM Tipp

A MiniCRM email sablonjaiban változó mezőket tudsz beállítani, ami "behúzza" az ügyfél adatait az adott emailbe. Ezzel személyesebben tudsz kommunikálni, akkor is ha tömeges emaileket küldesz ki. Ilyen lehet például, ha azt írod, hogy "megerősítjük, hogy a 2020.08.30. napra foglalt római utazást továbbra is biztosítani tudjuk". Így az ügyfél nagyobb megnyugvást kap, hogy az üzenet személyesen neki szól és minden rendben van az előre foglalt utazásával. Ha emelett kap információkat, hogy hogyan tud biztonságosan utazni augusztusban, tovább növelhetjük az esélyét, hogy ne akarja lemondani az előre kifizetett utazást.

Online üzleti klub, networking

Élethelyzet

Személyes találkozók nem lehetségesek, ezért az előre tervezett üzleti networking események elmaradnak.

Megoldás

Bár arra nem lesz lehetőség, hogy fizikailag találkozzunk, az ajánlások, személyes kapcsolatok és cégek közötti kommunikáció fontosabb, mint bármikor. Aki eddig idegenkedett az online networkingtól, most biztosan engedni fog a nyomásnak, hiszen a kapcsolatokra szüksége lesz ebben az időszakban. Ha

válságkezeléssel kapcsolatosan indítunk ilyen rendezvényeket, szinte biztosan megtöltjük ezeket az eseményeket.

MiniCRM Tipp

A MiniCRM rendezvény moduljában játszani egyszerűséggel kezelhető egy ilyen esemény. Ha Facebookon vagy weboldalunkról szerzünk érdeklődőket, ők azonnal bekerülnek a modulba, ahol a rendszer automatikusan elindít egy folyamatot, ahol például megfelelő időben kiküldi az információkat és visszaigazolást kér a részvételre. Ha az emailből nem érkezik visszaigazolás, a rendszer automatikusan küldhet neked egy figyelmeztetést, hogy vedd fel a velük kapcsolatot. Akik végül megjelennek, továbbléphetnek a folyamatban és ajánlhatsz nekik személyes tanácsadást vagy VIP rendezvényt, például árbevétel alapján.

“Hozom-viszem” számítógép szervíz

Élethelyzet

Home office-szal és távoktatással megnőtt a számítógép használat és valószínűleg vele együtt a meghibásodások száma is, ellenben az emberek nem tudják könnyen eljuttatni a gépüket szervízbe.

Megoldás

Erre gyorsan kell reagálni és megfelelően kommunikálni, hogy hogyan tudjátok elhozni és visszavinni a számítógépet, hogyan fertőtleníthetitek és zárjátok le vírusmentes csomagolásban. Ha az emberek ételt hajlandóak kiszállítással rendelni ezekben az

időkben, akkor a számítógépüket is át fogják adni, ha megfelelően kommunikáljátok, milyen óvintézkedéseket végeztek.

MiniCRM Tipp

Ha eddig nem vállaltatok “hozom-viszem” szolgáltatást, akkor nagyon fontos lesz, hogy ez szervezetten menjen és mindenkihez időben eljussatok. MiniCRM-be felvehettek minden új ügyet, időponttal, amikorra menni kell és a naptár szinkronizációval arra is figyelhetek, hogy ne legyenek ütközések és kitöltsétek a szállítással foglalkozó kolléga napját. A MiniCRM napi nézetben látható lesz, hogy kik azok, akikhez aznap el kell jutni, így reggel megtervezhetitek az utat, hogy a lehető legkevesebbet pazaroljátok az időt.

Szerver értékesítés

Élethelyzet

Két probléma is felmerülhet, egyrészt a személyes vásárlás lehetősége nagyban csökkent, másrészt a beszállítás is probléma lehet.

Megoldás

A használt szerver eddig nem volt túl népszerű opció, de sokan a távmunkára átállással azonnali segítségre szorulnak. Ők sokkal nyitottabbak lesznek a használt szerver vásárlásra, ha nincs más

opció. Emellett érdemes ingyenes kiszállítást promócióként felajánlani, hogy kiemelkedj versenytársaid közül.

MiniCRM Tipp

Érdemes összerakni olyan információs anyagokat, amikből kiderül, hogyan lehet üzembe helyezni és használni egy szerveret. Sok új vásárló érkezhet most erre a piacra, ezért fontos számukra, hogy értsék az alapokat. Ezzel az információs csomaggal Facebookon vagy saját weboldalon gyűjthetsz feliratkozókat és a célzott ajánlatokat tud küldeni a MiniCRM. Ha valamiből éppen hiány van, feliratkozókat gyűjthetsz értesítésre is, amiről azonnal célzott emailt tudsz küldeni azoknak, akik egy adott termékre vártak.

Műszaki Webshop

Élethelyzet

Az emberek otthon szórakoznak, dolgoznak, megugrott az ezeket támogató eszközökre a kereslet, de sok olyan új érdeklődő van, aki most vásárol először ilyen termékeket, nagy a bizonytalanság.

Megoldás

Olyan egyszerűsített webshopok létrehozása, amik egy-egy adott problémát céloznak meg, például “karantén házimozi”, ahol összesen három csomag közül lehet válogatni, ingyenes házhozszállítással.

MiniCRM Tipp

MiniCRM-ben külön folyamatok hozhatók létre minden termékcsaládra, amik vásárlás esetén a kollégáknak kiadják az adott teendőket. Például, ha valaki vásárolt egy “professzionális szettet”, akkor feladatban kiadja az adott termékek összeszedését, összekészítését, majd ha ez megvan, akkor beütemezést kiszállításra. Így mindenki számára világos, hogy mikor mi történik egy adott csomaggal és mik kerülnek kiszállításra az adott napon.

Az új ügyfelektől a szokásosnál több kérdésre és megkeresésre számíthatunk, ezért különösen fontos használni a MiniCRM hibajegy modulját, ami a bejövő emailekből hibajegyeket állít elő és megkereséseket összeköti a vásárló profiljával. A hibajegyekhez a rendszerben határidőt is érdemes állítani, hogy semelyik ügy ne felejtődjön el.

Online könyvelés

Élethelyzet

Online kell megoldani a könyvelést, mert nem kivitelezhetők a személyes találkozások.

Megoldás

Most minden könyvelőnek muszáj lesz áttérni a teljesen online munkára, ha eddig nem tette meg, így maga a tény, hogy online elérhető, még nem fog versenyelőnyt jelenteni. Viszont itt is működhet az, hogy a jelenlegi helyzetre hangoljuk a

kommunikációkat és a szolgáltatásainkat. Például arra lehet fókuszálni, hogy cégek költségcsökkentését segítjük, vagy ha elérhetőek lesznek a kormánytól egyes adókedvezmények, hogyan tudja a cég a lehető legjobban kihasználni ezeket.

MiniCRM Tipp

Facebookon és a weboldalon érdemes elérhetővé tenni ingyenes tudásanyagokat (például, 10 tipp, hogyan használd most az adókedvezményeket), és ezekhez email kampányt összeállítani MiniCRM-ben. Hetente egy email a válságkezeléssel kapcsolatban, aminek a végén felajánlhatsz egy ingyenes konzultációt. A MiniCRM-be ezek a visszajelzések beérkeznek, automatikusan teendőt hoznak létre neked vagy egy munkatársadnak, ami határidővel is el van látva. Így biztos, hogy a lehető leggyorsabban kapcsolatba tudtok lépni minden érdeklődővel és senkiről sem feledkeztek meg.

Jógaoktatás

Élethelyzet

A kijárási korlátozások miatt az emberek nem tudnak elmenni a jógaórákra.

Megoldás

Online jógaoktatás. Pár hónapja sem gondoltuk volna, hogy ez egy működőképes modell lehet, de ma már több példából is látszik, hogy biztosan az. Hogy a kezdeti lendületet megtartja-e, az majd

eldől, mindenesetre egyelőre oktatóktól és tanoncoktól is pozitív a visszajelzés.

MiniCRM Tipp

Gyakorlatilag mindenkinek új az online jógaoktatás, ezért fontos, hogy aki feliratkozik egy ilyen órára, az minden technikai és segítő információt megkapjon. A MiniCRM rendezvény modulban van lehetőség arra, hogy rövid idő alatt összerakjunk egy automata email sorozatot, ami magától behúzza a megfelelő nevet, időpontot és aktuális információkat.

Az automatizmus az óra reggelén tud SMS és email figyelmeztetést is küldeni a résztvevőknek, amit el tud látni a csatlakozáshoz szükséges linkkel. De azt ajánljuk, hogy ezzel ne legyen vége az emaileknek. Minden óra utánra is állíts automata emailt, amiben őszinte visszajelzéseket kérsz. Ezek fognak segíteni, hogy módosíts a módszereden, ha a visszajelzésekből az látszik, hogy nem jó az irány.

Online edzések és étrendek

Élethelyzet

A vírushelyzet miatt az emberek nem tudnak elmenni edzőterembe, de minden eddiginél fontosabb, hogy az emberek figyeljenek az egészségükre és otthon is megőrizték a testmozgást.

Megoldás

Mivel az igény nagy az otthoni testmozgásra és az egészség megőrzésére, ezért egyre többen érdeklődnek online lehetőségek iránt, erre most érdemes reagálni és segíteni azokat, akik most elveszve érzik magukat.

Érdemes a kommunikációkat is igazítani, tehát ha például azt mondjuk, hogy karantén edzésterv, az valószínűleg jobban betalál, mintha csak azt mondanánk, hogy otthoni edzésterv, hiszen rögtön relevánsnak tűnik és mostani problémára kínál megoldást. Emellett lehet felajánlani online konzultációt és személyes edzés felügyeletet. Ma már szinte mindenkinek rendelkezésére állnak olyan eszközök, amikkel ez kivitelezhető.

MiniCRM Tipp

Érdemes az olcsó, alacsony belépési szintet jelentő termék reklámozásával kezdeni, például párezer forintos általános otthoni edzés és étrendek. Azoktól, akik megrendelik ezeket, már itt tudsz hasznos infókat bekérni, ami alapján MiniCRM-ben külön tudod őket listázni. Például az alapján, hogy milyen és mennyi mozgásra van igényük, vagy mit akarnak elérni. Az ezt követő kommunikációd, ami arra irányul, hogy a drágább, személyre szabottabb szolgáltatásokat el tudd adni, már úgy tudod célozni, hogy a megfelelő listára a megfelelő üzenetet küldöd. Pl. aki fogyni akar, annak erről szóló emailt küldesz, aki izmosodni, annak egészen mást. Azok, akik feliratkoznak személyes edzésre, külön

projekt modulban tudod őket követni, a leadott órákat, mik voltak a kihívások, miben egyeztetek meg, mit ígért előző órán, stb.

Napi friss zöldség és gyümölcs szállítás

Élethelyzet

Az emberek most inkább kevesebb, de nagy bevásárlást tartanak, mintsem napi bevásárlást. Ez teljesen rendben van konzerv és fagyos termékek esetén, de zöldségek és gyümölcsök esetében nem ideális.

Megoldás

Aki most zöldségeket árul érdemes elgondolkodnia egy napi kiszállításon, ami friss zöldség mixet hoz reggelente a rendelőknek. Jól mehet egy olyan kommunikáció, hogy “karantén ideje alatt is tartsd magad egészségesen, friss zöldségekkel és gyümölcsökkel”. A jó hír ezzel, hogy ha jó a szolgáltatás, hamar hozzászokhatnak a kényelméhez és a kijárási korlátozások végeztével is sokan hagyhatják futni a szolgáltatást, hiszen már megismerték az előnyeit.

MiniCRM Tipp

Érdeklődők gyűjtése gyanánt gondolkozhatasz akár egy ingyenes kipróbálásban, ahol az első kiszállítást ingyen kapják. Itt már érdemes bekérned olyan adatokat, amik hasznosak lesznek, amikor valóban értékesíteni akarod a szolgáltatást. Például, hogy milyen

rendszerességgel szeretnének szállítást, hányan vannak a családban, stb.

Érdemes egy hibajegy modult is felvenned, amiben a beérkező panaszokat, megkereséseket tudja neked vezetni a rendszer. Ez több szempontból is előnyös az emailben kezeléshez képest. Egyrészt minden megkereséshez kapcsolódik hibajegy, ami garantálja, hogy senkiről nem feledkeztek meg, másrészt az adott ügyfelek profilján látszik, hogy ki mikor beszélt velük, éltek-e panasszal bármikor.

Üzletfejlesztési trainer

Élethelyzet

Megszűnt a lehetősége a személyes találkozásoknak, mégis magas az igény az üzletfejlesztési tréningekre.

Megoldás

Sokan ragaszkodnak a személyes találkozókhöz üzletvezetési trénerként, hiszen elengedhetetlennek tartják a kapcsolat kiépítésében. Viszont egy biztos, a szükség új helyzeteket szül és a mostani kialakult helyzetben sokkal rugalmasabb lett a legtöbb cégvezető. Ráadásul, minden eszköz (pl. Zoom vagy Skype) adott ahhoz, hogy jól működő és akár személyes is legyen egy-egy ilyen training. Ezáltal lehetőség van akár a training anyagok felvételére is, ami egy további pluszt jelenthet.

MiniCRM Tipp

Mivel a személyes találkozás nem lehetséges, ezért különösen fontos lesz, hogy jól kommunikáljatok minden új ügyféllel. Vásárló perszónák, vagy akár csak személyes “fun fact”-ek rögzítése az adatlapjukon segíthetnek ebben. Ezek az információk gyorsan, mindenki számára hozzáférhetőek a csapatban, így ha a kutyus beteg volt az előző héten, segíthet kapcsolatot építeni, ha a következő beszélgetés elején rákérdezel, hogy ugye jól van a kutyus. A címkék pedig segítenek olyan alapvető tájékozódásban, hogy tegező vagy magázó a viszony, vagy jelezheted, hogy milyen technikai eszköze van, amin keresztül kapcsolódtok, hiszen ez változó lesz ügyfeleidnél.

Online nyelviskola

Élethelyzet

Személyes oktatásra nincs lehetőség, de a nyelvtanulás fontos maradt. Sajnos sokan fogják elveszíteni a munkahelyüket, a nyelvtudás pedig nagy előnyt jelenthet a munkaszerzésben.

Megoldás

Ha az egész ország át tud állni online oktatásra, akkor a nyelviskolák is meg tudják ezt lépni. Akinek eddig nem lettek volna meg a technikai feltételei, annak mostanra ez bizonyára megoldódott, hiszen a távmunka vagy távoktatás miatt azok az eszközök már valószínűleg rendelkezésre állnak. Ezt kihasználva olyan előnyöket

tudunk adni a hallgatóinknak, mint a személyes nyelvoktatás élménye utazás nélkül, ami sok embernek rengeteg időt megspórol a mindennapokban. Az órákat rögzíthetjük is, így akár ezeket vissza is nézhetik azok a diákok, akik nem tudtak megjelenni egy adott órán.

MiniCRM Tipp

Sok nyelviskola most is MiniCRM-et használ, amiben egyrészt az érdeklődőknek folytatott értékesítést tudják vezetni, másrészt a meglévő diákok progresszióját. Az előnye, hogy minden adat, minden folyamatban egy helyen van, így a tanárok, értékesítők és ügyfélszolgálatosok egy rendszerből dolgoznak, nem egymást kell hívogatni, ha valamilyen információra van szükségük. Minden egy helyen megtalálható és rögtön hozzáférhető. A tanárok házikat, diákokkal kapcsolatos megjegyzéseket is tárolhatnak emlékeztetőként, így biztosan nem csúszik el semmilyen információ.

Pékség: “Karanténkalács”

Élethelyzet

Hasonlóan a zöldséghez és gyümölcshöz, a napi friss pékáru beszerzése nehézséggé vált. Ritkán és többezt vásárolnak egyszerre az emberek, de friss pékárut így ritkán tudnak vásárolni.

Megoldás

Az egyik ügyfelünk gyorsan reagált a helyzetre és napokon belül létrehozták a karantenkalacs.hu oldalt, amin már most nagy

forgalomnak és legfőképp rendeléseknek örvendenek. Most különösen nagy lehetősége van a helyi pékeknek, akik a környéküket ki tudják szolgálni friss termékekkel és alacsony kiszállítási költségekkel.

MiniCRM Tipp

Kezdetben elég egy egyszerű oldal, pár ajánlat és már a megrendelő lapon kiválasztható termékek. Az űrlap összerakható a MiniCRM-en belül és megosztható az oldalon. Ezáltal a rendelések egyenesen a rendszerbe érkeznek be és nem az emailek közé, ahol elkeveredhetnek. Ennek külön jelentősége van, ha többen is dolgoznak a rendelések felvételén, mivel a rendszerbe már úgy érkeznek be a megrendelések, hogy egy adott személyhez kapcsolódik a feladat. A rendszerben két mozdulattal szűrőket is összerakhattok, például, hogy megmutassa a holnapi rendeléseket, ami alapján előre tudni fogjátok, hogy mennyire kell előkészülnötök reggelre.

Borászat: Online borkostoló

Élethelyzet

Személyesen nem tudnak borászatba menni, élvezni a borkóstolás élményét, viszont az emberek kikapcsolódásra és különleges élményekre vágynak.

Megoldás

Ez sem egy olyan szolgáltatás, amire azt gondoltuk volna pár hónappal ezelőtt, hogy van piaca, de ezért érdekes és izgalmas ez az időszak, mert rengeteg új lehetőséget nyit ki, amire eddig nem volt igény vagy lehetőség. Ezt például már külföldön kipróbálták és sikeresen működik. A különleges borokból összeállított csomagot akár előre kiszállíthatjuk, hogy valóban egy közös borkóstoló élményben lehessen mindenkinek része, saját otthona kényelméből.

MiniCRM Tipp

Itt is a MiniCRM rendezvény modula lesz hasznos, ahol a regisztráltak bekerülnek az adott rendezvénybe és az egy automatizmust indít el, benne tájékoztató emailekkel, időponttal, a csatlakozáshoz szükséges információkkal, stb. Nagyon jó ötlet egy nappal a borkóstoló előtt egy megerősítést kérő emailt is küldeni, hiszen ezzel növelhetjük a részvételt. Aki nem kattint vissza az emailre, arra a rendszer automatikus figyelmeztetőt tud létrehozni, hogy lépünk kapcsolatba vele.

Olasz étterem, nyersanyag kiszállítással

Élethelyzet

Nem tudunk eljárni, hogy autentikus külföldi ételeket tudjunk fogyasztani, például különleges olasz ételeket.

Megoldás

A karanténhelyzetet sokan úgy igyekeznek kihasználni, hogy valamilyen új tudást szednek magukra. Ezt kombinálhatjuk azzal a hiánnyal, hogy nem tudnak most elmenni egy jó olasz ételt elfogyasztani kedvenc éttermeikbe. Érdeemes lehet eredeti olasz alapanyagokat (már amennyiben van elég készlet) összekészíteni, és az elkészítéshez szükséges tudásanyagokkal, receptekkel házhoz küldeni.

MiniCRM Tipp

Kezdj ingyenes receptek letölthetővé tételével: ezzel meg tudod szerezni az első párszáz feliratkozót, akiknek felmérheted az igényeit. Ez segíthet, hogy megtudd, egyáltalán van-e igény a szolgáltatásra és tesztelheted egy béta verzióját mielőtt nagyobb összegeket költenél a promótálására. Facebookon tesztelhetsz különböző üzeneteket, amiket UTM paraméterek segítségével a MiniCRM szét tud választani és ez alapján láthatod, hogy milyen típusú üzenetből származtak a legjobb potenciális vásárlók. Így később arra tudod hangolni kampányodat, ami valóban működik.

Karantén virágküldő szolgálat

Élethelyzet

A legtöbb ember ilyen bizonytalan helyzetben azonnal spórolásba, visszafogásba kezd, akkor is, ha az ő anyagi helyzete közvetlenül

nem érintett. Ezért a virágok vásárlása, küldése most nem tartozik prioritások közé és visszaesést lehet tapasztalni.

Megoldás

Itt válasz lehet egy egyszerű váltás kommunikációban, míg a szolgáltatás maga nagyrészt változatlan marad (kivéve persze a vírussal kapcsolatos szabályozásokat). Sokan el vannak vágva szeretteiktől és nincs alkalmuk közös ünneplésekre. Kifejezetten a karantén helyzetre reagáló kampánnyal nagyobb eséllyel ragadhatunk meg új ügyfeleket, sőt olyanokat is, akik eddig nem használtak ilyen szolgáltatást, hiszen most ők is megoldást keresnek arra, hogy felköszöntsék a szeretteiket.

MiniCRM Tipp

Amikor valaki vásárol egy felköszöntő virágcsokrot, kérjük be az információt, hogy milyen alkalomra szól. Telefonon ez egyértelmű, online pedig csak adjunk hozzá egy ilyen mezőt a kitöltendő adatokhoz. Az információ egyenesen beérkezik MiniCRM-be és automatizáció állítható hozzá, ami jövőre akár egy személyre szóló emailt küldhet ugyanabban az időben, amikor idén leadta rendelését. Ha a név is megvan, akinek küldték a meglepetést, akkor az automatikus email akár úgy is szólhat, hogy "Krisztának összeválogattunk virágokat a születésnapjára! Válaszd ki, hogy melyiknek örülne legjobban!".

Rendezvényszervező cég online rendezvények lebonyolításához

Élethelyzet

A rendezvények egy az egyben megszűntek. Ezen nincs mit szépíteni. Viszont az nem biztos, hogy nem éppen most nyílik lehetőség speciális igények kielégítésére.

Megoldás

A legtöbb rendezvényt szimplán le fogják mondani, de felmerülhet az igény online térbe költözésre, főleg olyan eseményeknél, ahol hónapok óta gyűjtötték a regisztrációkat és szervezték az előadókat. Rendezvényszervező cégeknek érdemes egy kört futni meglévő és régi ügyfeleik között, hogy van-e igényük ilyenre. Akár konkrét megoldási lehetőségekkel fordulni hozzájuk. Most sokan lesznek, akik eléggé elkeseredett helyzetben vannak és biztosan megfontolnak olyan megoldásokat is, amire eddig nem gondoltak.

MiniCRM Tipp

A MiniCRM-ből küldhetsz olyan tömeges emailt, amiben több választási lehetőséget felajánlász meglévő és volt ügyfeleidnek. Ahelyett, hogy válasz emailt kellene megfogalmazniuk, egyszerűen kattinthatnak egy gombra (CTA-ra), amin jelezhetik, ha érdekelné őket hasonló lehetőség. A MiniCRM-be ezek beérkeznek teendővel az értékesítő(k) felé, akik feladatot kapnak, hogy keressék fel ezeket a kontaktokat. Egy fél napon belül fel tudjátok mérni, hogy van-e

igény, és mik számukra a legfájóbb pontok, amiket most meg tudtok oldani.

A MiniCRM a rendezvény lebonyolításában is segíteni fog: mivel új folyamatról lesz szó, fontos, hogy tudja mindenki a dolgát, ezért a rendszerben olyan feladatokat állíthatsz be, amik vezetnek a dolgozókat a feladatokon és a folyamatban, és nem tudnak továbblépni úgy, hogy nem teljesítették a listát.

Videótár

[R.I.P. Good times](#)

Őszinte helyzetjelentés egy Magyar vállalkozás vezetőjétől.
Milyen közvetlen és közvetett hatása lesz a koronavírusnak a kisvállalatokra? Mit kell tennie minden vállalkozónak MOST, hogy ne menjen csődbe a cége? Hogy a vészhelyzet végén gyorsan helyre tudjon állni a régi működés?

[Koronavírus interjú Dr. Nagy Marcellel](#)

Dr. Nagy Marcell igazságügyi orvosszakértő, a Magyar Orvosi Kamara titkára válaszol. Mi a jelenlegi helyzet Magyarországon? Hogy érinti ez a vállalkozásokat? Meddig tart várhatóan ez a járványhelyzet? Mire figyeljünk az otthoni munkavégzés során?

[Hatáskör: min változtass?](#)

Hogy látják a KKV-k a helyzetet?
Mini-piackutatás eredménye 300 KKV válaszaival. Miért nem lehet várni? Min változtass?

[Hogyan készítsd fel a céged több hónapig húzódó járványra?](#)

Készülj az új "normálisra": 1. A legnagyobb cégvezetők tévhit a járványról. 2. 5 hiba ami miatt nem megy a távmunka. 3. Online üzleti modell. 4. Új termék meglévő ügyfélkörnek. 5. Új ügyfélkör elérése meglévő termékekkel

[Hogyan értékesíts válság idején?](#)

A videóból megtudod hogy mik a nyertes stratégiák, milyen irányelveket tarts be hogy sikeresen értékesíts és hogy maradj folyamatosan mozgásban.

[Mit csinálj ha megszűnik az árbevételed a válság miatt?](#)

Sokszor halljuk mostanában ezt a kérdést, de ne ess kétségbe van megoldás. Hogyan alkalmazkodj a változásokhoz? Mi az a 4 konkrét teendő amivel újra árbevételt tudsz termelni? Milyen megoldásokkal tudod ezt elősegíteni?

[Hogyan éli túl a céged a válságot? 2 napos akcióterv](#)

A tévedés a leggyorsabb út a véghez; home Office vs "Home Business"; 2 napos akcióterv

[Alkalmazkodj! 25 üzleti ötlet, amivel túlélheted a válságot.](#)

Konkrét megoldások: 25 üzleti ötlet, amivel túlélheted a válságot.

[Így álltunk át 1 nap alatt távmunkára 55 emberrel](#)

Hogy álltunk át Home Office-ra? Napi szinten mi történt? Vészhelyzet felkészülési terv sablon.

[Mi így dolgozunk otthonról](#)

Így működik a hazai trainer csapat! Nézd meg, hogyan állítottuk be a hét fókuszát, és hogyan működik együtt a csapat az online oktatások szervezésében.

[Home office tippek](#)

Tippek az átlátható munkavégzéshez és a produktív működéshez távmunkában is.

[Aktivitási napló bemutató](#)

Hogy tudom valós időben követni a csapatom tevékenységét anélkül, hogy hívogatnom kellene mindenkit?

[MiniCRM bevezetés egy nap alatt!](#)

A MiniCRM bevezetése 1 napon belül megvalósítható. Tudd meg a videóból, hogyan!

Hogyan indulj el CRM-mel?

1. Foglald [ma időpontot ingyenes tanácsadásra](#) a MiniCRM-nél!
2. Tanácsadónkkal közösen határozd meg a cég kulcsfolyamatait és vizsgáld meg a távmunkához szükséges egyéb feltételeket!
3. Támogasd kollégáid otthoni munkáját [MiniCRM-mel, hogy te a fontos problémákkal foglalkozhass!](#)

 [**Beszélgetés tanácsadóval**](#)