

PRZEWODNIK DLA MAŁYCH I ŚREDNICH FIRM

Twoja firma może pracować 24 godziny na dobę

Jak obecność w internecie pomaga zdobyć klientów, oszczędzać czas i zwiększyć sprzedaż.

Elite AI — Krzysztof Fedunkiw
elite-ai.eu

WPROWADZENIE

Twoja firma może być świetna i nadal tracić klientów



Klient nie zobaczy Twojego doświadczenia, dopóki nie znajdzie Cię w internecie. Twoja strona, social media, e-book, formularz i CRM mogą pozyskiwać klientów i porządkować obsługę – również wtedy, gdy Ty odpoczywasz.

Ten przewodnik pomoże sprawdzić, czego potrzebuje Twoja firma i jakie korzyści przyniosą odpowiednie narzędzia.

DIAGNOZA

Czy rozpoznajesz swoją firmę?

Sprawdź, czy te sytuacje dotyczą Twojej działalności:

Widoczność

Klienci mają trudności ze znalezieniem firmy w internecie.

Strona i social media

Strona jest nieaktualna, źle wygląda na telefonie. Posty nie przynoszą zapytań.

Powtarzające się pytania

Klienci wielokrotnie zadają te same pytania.

Chaos w kontaktach

Kontakty, wiadomości i ustalenia w różnych miejscach.

Zapomniane kontakty

Zdarza się zapomnieć o ponownym kontakcie z klientem.

Rezerwacje telefoniczne

Większość rezerwacji i ustaleń trzeba wykonywać telefonicznie.

Brak jasnego następnego kroku

Klient nie wie, co zrobić po zapoznaniu się z ofertą.

Jeśli rozpoznajesz kilka sytuacji – część powtarzalnej pracy może przejąć dobrze zaprojektowany system internetowy.

ŚCIEŻKA KLIENTA

Jak klient wybiera firmę?



Zanim klient zadzwoni, sprawdza firmę w Google, na Facebooku lub na stronie. Porównuje ofertę, prezentację, opinie i łatwość kontaktu. Jeśli nie znajdzie potrzebnych informacji lub strona nie wzbudzi zaufania, może wybrać konkurencję – nawet jeśli Twoja oferta jest lepsza.

Potrzeba
Klient identyfikuje problem.

Wyszukiwanie
Sprawdza Google i Facebooka.

Pierwsze wrażenie
Ocena strony i prezentacji.

Zaufanie
Opinie i transparentność.

Decyzja klienta zaczyna się często jeszcze przed pierwszą rozmową.

STRONA WWW

Strona internetowa, która pracuje przez całą dobę



Profesjonalna strona wyjaśnia, czym zajmuje się firma, komu pomaga i jak się skontaktować. Dobrze przygotowana odpowiada na pytania i prowadzi klienta do działania.

Wiarygodność
Większe zaufanie klientów.

Całodobowo
Prezentacja oferty 24/7.

Mniej rozmów
Uporządkowane zapytania.

Jedno miejsce
Łączy wszystkie działania.

Dobra strona nie tylko informuje. Prowadzi klienta do kolejnego kroku.

TREŚCI

E-book i social media, które zdobywają klientów



Klient nie zawsze jest gotowy kupić od razu. E-book pokazuje wiedzę firmy i przygotowuje go do skorzystania z oferty. Posty powinny mieć cel – prowadzić do kontaktu.

Mechanik

„7 sygnałów, że samochód wymaga kontroli”

Restauracja

„Poradnik organizacji rodzinnego przyjęcia”

Księgowa

„Najczęstsze błędy początkujących przedsiębiorców”

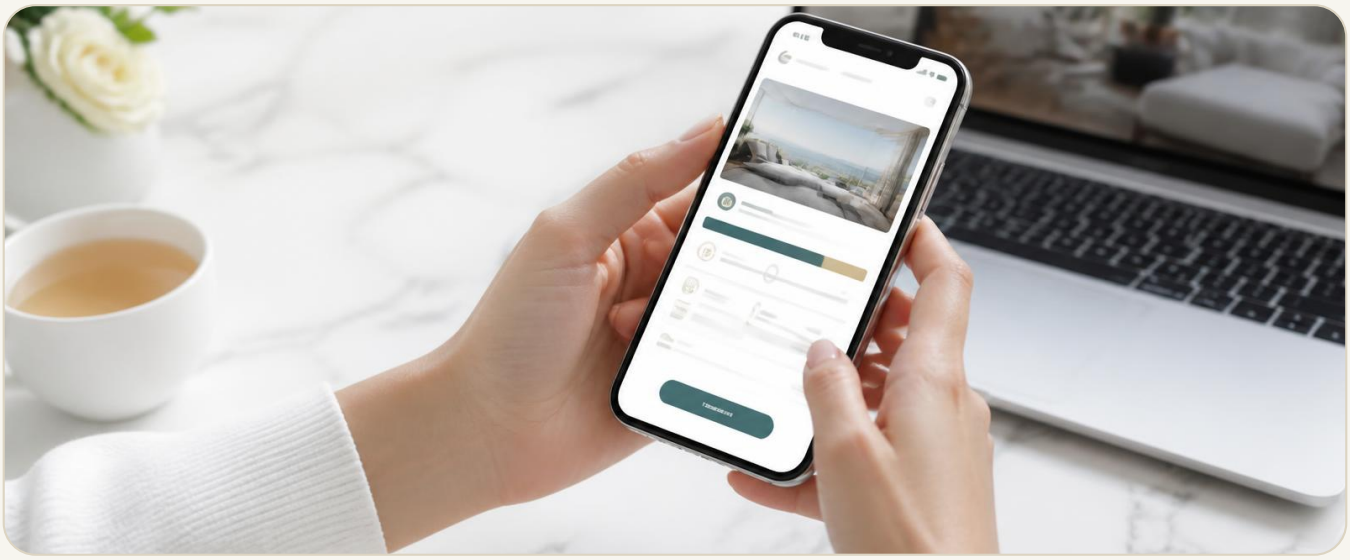
Firma remontowa

„Jak przygotować mieszkanie do remontu”

Najpierw dajesz klientowi wartość, potem pokazujesz kolejny krok. Post powinien otwierać drogę do kontaktu.

KONWERSJA

Formularze, lejki sprzedażowe i aplikacje



Formularz zbiera informacje przed rozmową. Lejek prowadzi klienta od zainteresowania do zapytania lub zakupu. Aplikacja ma sens, gdy upraszcza powtarzalne czynności.

Lepsze zapytania

Mniej przypadkowych kontaktów, szybsza obsługa.

Automatyczna odpowiedź

Klient wie, co zrobić. Firma otrzymuje informacje.

Aplikacja

Rezerwacje, powiadomienia, statusy, program lojalnościowy.

Aplikacja powinna rozwiązywać konkretny, powtarzający się problem – nie być tylko dodatkiem.

CRM

CRM – porządek w kontaktach z klientami



CRM (system zarządzania relacjami z klientami) gromadzi informacje o klientach, wiadomościach, ofertach i terminach. Ważne dane nie pozostają tylko w pamięci czy notesie.

Historia kontaktów

Pełny zapis rozmów i ustaleń z każdym klientem.

Przypomnienia i terminy

Żaden kontakt nie zostanie pominięty.

Kontrola ofert i płatności

Przejrzysty obraz wszystkich spraw.

Analiza źródeł zapytań

Skąd pochodzą klienci i które kanały działają.

Najważniejsza korzyść: mniejsze ryzyko utraty klienta przez brak odpowiedzi lub zapomniany kontakt.

EFEKT

Kiedy narzędzia zaczynają współpracować



Największa korzyść pojawia się, gdy strona, social media, formularz, e-book i CRM tworzą jeden system obsługi klienta. Nie każda firma potrzebuje wszystkiego naraz – zacznij od największego problemu.

Przed zmianą

Informacje tylko na Facebooku, pytania telefonicznie, wiadomości różnymi kanałami, ręcznie zapisywane terminy.

Po uporządkowaniu

Strona przedstawia ofertę, e-book odpowiada na pytania, formularz zbiera dane, CRM zapisuje kontakt i przypomina.

Modelowy przykład – nie opis konkretnego klienta ani gwarancja wyników.

Celem nie jest zastąpienie człowieka, lecz ograniczenie chaosu i ułatwienie klientowi kontaktu z firmą.

Sprawd■ potencja■ swojej firmy

Wiesz ju■, jakie mo■liwo■ci daje technologia.
Odpowiedz na 7 krótkich pyta■ i odkryj, które obszary
Twojej firmy warto usprawni■ w pierwszej kolejno■ci.
Bezp■atny mini-audyt Elite AI — wynik otrzymasz e-mailem.

PRZEJD■ DO MINI-AUDYTU

https://elite-ai.eu/mini-audyt