

Od výběru produktu ke konkrétní obchodní poptávce

Kdy má 3D konfigurátor smysl, jak ho připravit a co potřebuje váš obchod, aby z něj měl užitek.

3D KONFIGURÁTOR / VÁŠ PRODUKT NA MÍRU



Náhled produktu ve 3D

Přizpůsobte si produkt

ROZMĚRY

Šířka
4,00 m

Hloubka
3,00 m

BARVA KONSTRUKCE



Antracit

LED osvětlení



Boční stínění



Ilustrační rozhraní treede; hodnoty jsou příkladem. Vizualizace produktu: MojaPergola.sk.

Pro koho je tento dokument

Pro majitele firem, obchodní a marketingové manažery, kteří prodávají produkty s více rozměry, variantami a doplňky a zvažují, jak zákazníkům usnadnit výběr.

Co se dozvíte

Vhodnost produktu · zákaznický výběr · obchod a CRM · podklady
Nasazení a péče · měření přínosu · první krok

Začněte problémem, který chcete vyřešit.

Konfigurátor má pomoci při konkrétním rozhodnutí zákazníka nebo při konkrétní práci obchodníka. To je užitečný výchozí bod pro celé zadání.

Kde se dnes prodej zbytečně prodlužuje?

Podívejte se na běžnou poptávku od prvního kontaktu po cenovou nabídku. Pokud opakovaně zjišťujete rozměry, vysvětľujete stejné varianty nebo posíláte fotografie jednotlivých doplňků, část této práce může zákazník zvládnout během vlastního výběru. Obchodník pak navazuje na konkrétnější představu.

Silný předpoklad	Co si ověřit ve vaší firmě
Výběr z opakujících se možností	Umíte pojmenovat modely, rozměry, materiály a doplňky, které se pravidelně opakují?
Vizuální rozdíly ovlivňují rozhodnutí	Potřebuje zákazník vidět, jak se jednotlivé volby projeví na výsledném produktu?
Pravidla se dají popsat	Umíte určit povolené kombinace a hranice, za kterými musí zadání posoudit technik?
Firma umí zpracovat poptávku	Má někdo odpovědnost za odpověď a přípravu dalšího kroku?

Kdy je lepší menší začátek

Pokud je každá zakázka úplně jiná, výrobní pravidla se často mění nebo rozhodují podmínky na místě, vyberte nejprve jednodušší produktovou řadu. U složitějších případů může konfigurace skončit podkladem pro konzultaci; konečné řešení ověří váš tým.

Otázka na úvod

Co má zákazník po použití konfigurátoru vědět a které informace už obchodník nebude muset zjišťovat od začátku?

02 / POHLED ZÁKAZNÍKA

Zákazník potřebuje rozumět svým možnostem.

Dobrá konfigurace vede zákazníka od základního produktu k jeho vlastnímu výběru. Každý krok má mít srozumitelný význam.

Začněte výběrem, který zákazník zná

Používejte názvy a vysvětlení, se kterými se setkává při prodeji. Rozlište základní model, rozměry, vzhled a doplňky. Technický parametr vysvětlete přes jeho praktický význam: co změní, k čemu slouží a kdy ho zákazník potřebuje. Odborná rozhodnutí, která nedokáže bezpečně udělat sám, nechte na konzultaci.

Krok	Úkol zákazníka	Úkol řešení
1. Základ produktu	Vybrat vhodný model.	Ukázat rozdíly a pomoci se zorientovat.
2. Vlastní nastavení	Zvolit rozměry a varianty.	Vysvětlit volby a uplatnit dohodnutá pravidla.
3. Doplňky	Posoudit, co chce navíc.	Představit jejich účel a souvislost s produktem.
4. Poptávka	Potvrdit výběr a předat kontakt.	Srozumitelně shrnout zadání a další postup.

3D zobrazení je součástí rozhodování

U pergoly si zákazník potřebuje představit konstrukci, zvolené provedení i doplňky. U jiného produktu může být důležitější tvar, členění nebo kombinace materiálů. Proto se rozsah vizualizace i ovládání odvíjí od produktu; stejné rozhraní nemusí fungovat pro celý sortiment.

Čemu se vyhnout

Příliš mnoho voleb najednou, nevysvětlené technické názvy a odeslání poptávky bez informace o tom, co bude následovat. Otestujte výběr i s člověkem, který váš sortiment nezná.

Poptávka je začátek. Hodnotu jí dá další postup.

I dobře připravená konfigurace potřebuje obchodníka, který na ni naváže. Před spuštěním si proto domluvte, kdo a jak bude s poptávkami pracovat.

Co má dostat obchodník

Domluvte si rozsah shrnutí: identifikaci produktu, vybrané rozměry, varianty a doplňky spolu s kontaktními údaji zákazníka. Důležité je odlišit jeho přání od technicky ověřené objednávky. Konfigurace dává rozhovoru konkrétnější základ; neznamená automaticky připravenost k výrobě.

Kdo přebírá odpovědnost za odpověď

Určete vlastníka poptávky, postup při jeho nepřítomnosti a interní lhůtu pro první kontakt. Obchodník má vědět, kde najde výběr zákazníka, jaké otázky ještě potřebuje doplnit a kdy zapojí technika. Pokud tento postup není jasný, samotná vizualizace problém se zpracováním poptávek nevyřeší.

Jak do toho zapadá treede

Součástí nabídky treede je vlastní CRM pro zpracování poptávek. Při návrhu řešení si projdeme jeho využití ve vašem obchodním procesu a potřebný rozsah údajů. Napojení na externí CRM a další systémy jsou v přípravě; při plánování nasazení je zatím nepovažujte za dostupnou součást.

Před spuštěním si domluvte	Praktický výsledek
Kdo odpovídá zákazníkovi	Každá přijatá poptávka má odpovědnou osobu.
Co se ještě technicky ověřuje	Obchodník neslibuje nepotvrzené provedení.
Jak se eviduje výsledek rozhovoru	Umíte odlišit relevantní poptávku, nabídku a zakázku.

Cena v konfigurátoru není univerzální podmínka

Pokud cena závisí na zaměření, dopravě nebo individuální realizaci, může konfigurátor sbírat zadání pro nabídku. Rozsah cenové kalkulace se domluví podle vašich pravidel a podkladů.

04 / PŘÍPRAVA PODKLADŮ

Nejdůležitější podklady už často máte ve firmě.

Katalog pomůže zahájit rozhovor. Pro přesné nastavení však potřebujeme i pravidla, podle kterých váš tým produkt prodává a dodává.

Podklad	Co si připravit	Kdo ho může potvrdit
Produktová nabídka	Modely, názvy, fotografie, výkresy a dostupné 3D podklady, pokud je máte.	Produkt / výroba
Volby zákazníka	Rozměry, materiály, barvy, doplňky a vysvětlení rozdílů.	Obchod / produkt
Pravidla kombinací	Povolené rozměry, závislosti doplňků a výjimky k individuálnímu posouzení.	Technik / výroba
Cenové podklady	Způsob výpočtu, příplatky a položky, které se určují individuálně.	Obchod / vedení
Značka a jazyky	Logo, vizuální styl, terminologie a jazyky plánovaných trhů.	Marketing
Zpracování poptávek	Potřebné údaje, kontaktní osoby a postup po přijetí poptávky.	Vedoucí obchodu

Začněte jedním reprezentativním produktem

Vyberte produkt, který se pravidelně prodává, má srozumitelné možnosti a znáte jeho pravidla. Na něm lze ověřit zákaznický výběr i práci obchodníka. Rozšíření na další modely pak vychází z konkrétní zkušenosti.

Určete, kdo schválí správnost

Technik potvrzuje realizovatelné kombinace, obchod srozumitelnost zadání a marketing způsob prezentace. U jazykových verzí zkontrolujte odborné názvy i místní označení rozměrů a materiálů. Samotný překlad ještě nepotvrzuje správnost produktových údajů.

Výstup přípravy

Jeden odsouhlasený seznam možností a pravidel s jasnou odpovědností za jejich správnost. Neúplné podklady si pojmenujte dříve, než se stanou součástí zadání.

Spuštění je první milník. Pak se produkt dál mění.

Konfigurátor má zůstat v souladu s vaší nabídkou i po nasazení. Provoz, podporu a způsob změn proto řešte už při dohodě o spolupráci.

1. Ověření možností a jednoduchá ukázka

Na úvodní schůzce projdeme produkt a cíl řešení. Po ověření možností umíme připravit jednoduché demo zdarma. Pomůže představit způsob výběru a vizualizace. Produkční nasazení má samostatně dohodnutý rozsah, pravidla, testování a cenu.

2. Rozsah, příprava a testovací scénáře

Domluvte si, které modely a volby budou zahrnuty v první verzi, jaké údaje se předávají obchodu a kdo potvrdí výsledek. Zkoušejte typické i hraniční rozměry, závislosti doplňků a odeslání poptávky. Ověřte čitelnost a ovládání na mobilním zařízení i počítači.

3. Provoz a průběžné úpravy

Nový materiál, vyřazený doplněk nebo změna cenového pravidla mohou vyžadovat aktualizaci. Určete, kdo změny hlásí, kdo je schvaluje a jak se po úpravě ověří správnost. Rozsah podpory, údržby a dalšího rozvoje si domluvte individuálně.

4. Návštěvnost a obchodní odezva

Konfigurátor potřebuje místo v zákaznické cestě. Propojte ho s relevantními produktovými stránkami a používejte ho při obchodních jednáních. Návštěvnost můžete podpořit i kampaněmi. Marketingové služby a prezentační web umíme dodat jako doplněk; samotné nasazení však nezaručuje počet poptávek.

Co má obsahovat cenová nabídka

Rozsah vytvoření a nasazení, měsíční provoz, dohodnutou péči a způsob nacenění dalších změn. U kampaní oddělte službu od mediálního rozpočtu. Cenu připravujeme na míru.

Sledujte, co se změnilo v prodeji, nejen na webu.

Před spuštěním si zaznamenejte, jak dnes poptávky vznikají a jak se zpracovávají. Stejným způsobem pak vyhodnocujte období po nasazení.

Ukazatel	Jak ho číst
Dokončení konfigurace	Podíl dokončených výběrů ze zahájených konfigurací. Pomáhá odhalit, zda zákazník dokáže výběr dokončit.
Odeslané poptávky	Podíl odeslaných poptávek ze zahájených konfigurací. Samostatně sledujte absolutní počet a zdroj návštěvnosti.
Relevantnost poptávek	Podíl poptávek, které obchod vyhodnotí jako reálnou příležitost. Kritéria si domluvte předem.
Čas na přípravu nabídky	Porovnejte čas práce na podobných zadáních před nasazením a po něm. Sledujte i potřebu doplňování údajů.
Postup k zakázce	Kolik relevantních poptávek se posune do nabídky a objednávky. Zohledněte běžnou délku vašeho prodejního cyklu.

Porovnávejte srovnatelná období

Více poptávek může souviset i s vyšším rozpočtem kampaně, sezónou nebo změnou sortimentu. Vyhodnocujte zdroje návštěvnosti odděleně a výsledky konzultujte s obchodníky. Při malém počtu případů sledujte spíše konkrétní důvody nedokončení a kvalitu zadání než velké procentuální závěry.

Nejprve se domluvte, co se bude zaznamenávat

Tyto ukazatele představují návrh měření, ne seznam automaticky dostupných funkcí. Rozsah analytiky a evidence je třeba potvrdit při zadání. Čas zpracování či důvod ztráty může obchodní tým sledovat i vlastní jednoduchou evidencí.

Praktický rytmus hodnocení

Po spuštění řešte nejprve chyby a místa, kde zákazníci končí. Později v pravidelných intervalech propojte údaje o používání se zpětnou vazbou obchodu. Zlepšení vybírejte podle konkrétního problému.

07 / VÁŠ DALŠÍ KROK

Vyberte jeden produkt. Společně ověříme možnosti.

Na první schůzku nepotřebujete kompletní technické zadání. Užitečnější je konkrétní produkt a představa o tom, co chcete zákazníkovi nebo obchodu zjednodušit.

Pět otázek před úvodní konzultací

1. U kterého produktu nejčastěji vysvětľujete stejné možnosti?
2. Která rozhodnutí může zákazník udělat sám a která má potvrdit technik?
3. Jaké údaje potřebuje obchodník k přípravě nabídky?
4. Kdo bude přijaté poptávky zpracovávat a kdo schvalovat změny produktu?
5. Podle čeho po nasazení poznáte, že řešení pomáhá?

Co vám umíme připravit v treede

3D konfigurátor přizpůsobený vašemu produktu, vlastní CRM pro zpracování poptávek a dohodnutý provoz s péčí. Pokud potřebujete podpořit návštěvnost, můžeme přidat marketingové služby nebo firemní web. Technické možnosti a rozsah vždy ověříme podle konkrétního zadání.

Nejprve si řešení prohlédněte na vlastním produktu

Po krátké konzultaci a ověření vhodnosti připravíme jednoduché demo zdarma. Následně navrheme rozsah, cenu a termín případné realizace.

Domluvte si nezávaznou ukázkou

treede.eu

Jméno

E-mail

Telefon

Průvodce vychází z návrhu obchodního procesu a rozsahu nabídky treede; neuvádí garantované výsledky ani statistické benchmarky.