

Od výberu produktu ku konkrétnemu obchodnému dopytu

Kedy má 3D konfigurátor zmysel, ako ho pripraviť a čo potrebuje váš obchod, aby z neho mal úžitok.

3D KONFIGURÁTOR / VÁŠ PRODUKT NA MIERU



Náhľad produktu v 3D

Prispôbte si produkt

ROZMERY

Šírka

4,00 m

Hĺbka

3,00 m

FARBA KONŠTRUKCIE



Antracit

LED osvetlenie



Bočné tienenie



Ilustračné rozhranie treede; hodnoty sú príkladom. Vizualizácia produktu: MojaPergola.sk.

Pre koho je tento dokument

Pre majiteľov firiem, obchodných a marketingových manažérov, ktorí predávajú produkty s viacerými rozmermi, variantmi a doplnkami a zvažujú, ako zákazníkom uľahčiť výber.

Čo sa dozviete

Vhodnosť produktu · zákaznícky výber · obchod a CRM · podklady
Nasadenie a starostlivosť · meranie prínosu · prvý krok

01 / KEDY KONFIGURÁTOR DÁVA ZMYSEL

Začnite problémom, ktorý chcete vyriešiť.

Konfigurátor má pomôcť pri konkrétnom rozhodnutí zákazníka alebo pri konkrétnej práci obchodníka. To je užitočný východiskový bod pre celé zadanie.

Kde sa dnes predaj zbytočne predlžuje?

Pozrite sa na bežný dopyt od prvého kontaktu po cenovú ponuku. Ak opakovane zisťujete rozmery, vysvetľujete rovnaké varianty alebo posielate fotografie jednotlivých doplnkov, časť tejto práce môže zákazník zvládnuť počas vlastného výberu. Obchodník potom nadväzuje na konkrétnejšiu predstavu.

Silný predpoklad	Čo si overiť vo vašej firme
Výber z opakujúcich sa možností	Viete pomenovať modely, rozmery, materiály a doplnky, ktoré sa pravidelne opakujú?
Vizuálne rozdiely ovplyvňujú rozhodnutie	Potrebuje zákazník vidieť, ako sa jednotlivé voľby prejavia na výslednom produkte?
Pravidlá sa dajú opísať	Viete určiť povolené kombinácie a hranice, za ktorými musí zadanie posúdiť technik?
Firma vie spracovať dopyt	Má niekto zodpovednosť za odpoveď a prípravu ďalšieho kroku?

Kedy je lepší menší začiatok

Ak je každá zákazka úplne odlišná, výrobné pravidlá sa často menia alebo rozhodujú podmienky na mieste, vyberte najprv jednoduchší produktový rad. Pri zložitejších prípadoch môže konfigurácia skončiť podkladom pre konzultáciu; konečné riešenie overí váš tím.

Otázka na úvod

Čo má zákazník po použití konfigurátora vedieť a ktoré informácie už obchodník nebude musieť zisťovať od začiatku?

02 / POHĽAD ZÁKAZNÍKA

Zákazník potrebuje rozumieť svojim možnostiam.

Dobrá konfigurácia vedie zákazníka od základného produktu k jeho vlastnému výberu. Každý krok má mať zrozumiteľný význam.

Začnite výberom, ktorý zákazník pozná

Používajte názvy a vysvetlenia, s ktorými sa stretáva v predaji. Rozlíšte základný model, rozmery, vzhľad a doplnky. Technický parameter vysvetlite cez jeho praktický význam: čo zmení, na čo slúži a kedy ho zákazník potrebuje. Odborné rozhodnutia, ktoré nevie bezpečne urobiť sám, nechajte na konzultáciu.

Krok	Úloha zákazníka	Úloha riešenia
1. Základ produktu	Vybrať vhodný model.	Ukázať rozdiely a pomôcť zorientovať sa.
2. Vlastné nastavenie	Zvoliť rozmery a varianty.	Vysvetliť voľby a uplatniť dohodnuté pravidlá.
3. Doplnky	Posúdiť, čo chce navyše.	Predstaviť ich účel a súvislosť s produktom.
4. Dopyt	Potvrdiť výber a odovzdať kontakt.	Zrozumiteľne zhrnúť zadanie a ďalší postup.

3D zobrazenie je súčasť rozhodovania

Pri pergole si zákazník potrebuje predstaviť konštrukciu, zvolené prevedenie aj doplnky. Pri inom produkte môže byť dôležitejší tvar, členenie alebo kombinácia materiálov. Preto sa rozsah vizualizácie aj ovládania odvíja od produktu; rovnaké rozhranie nemusí fungovať pre celý sortiment.

Čomu sa vyhnúť

Príliš veľa volieb naraz, nevysvetlené technické názvy a odoslanie dopytu bez informácie o tom, čo bude nasledovať. Otestujte výber aj s človekom, ktorý váš sortiment nepozná.

Dopyt je začiatok. Hodnotu mu dá ďalší postup.

Aj dobre pripravená konfigurácia potrebuje obchodníka, ktorý na ňu nadviaže. Pred spustením si preto dohodnite, kto a ako bude s dopytmi pracovať.

Čo má dostať obchodník

Dohodnite si rozsah zhrnutia: identifikáciu produktu, vybrané rozmery, varianty a doplnky spolu s kontaktnými údajmi zákazníka. Dôležité je odlíšiť jeho želanie od technicky overenej objednávky. Konfigurácia dáva rozhovoru konkrétnejší základ; neznamená automaticky pripravenosť na výrobu.

Kto preberá zodpovednosť za odpoveď

Určite vlastníka dopytu, postup pri jeho neprítomnosti a internú lehotu na prvý kontakt. Obchodník má vedieť, kde nájde výber zákazníka, aké otázky ešte potrebuje doplniť a kedy zapojí technika. Ak tento postup nie je jasný, samotná vizualizácia problém so spracovaním dopytov nevyrieši.

Ako do toho zapadá treede

Súčasťou ponuky treede je vlastné CRM na spracovanie dopytov. Pri návrhu riešenia si prejdeme jeho využitie vo vašom obchodnom procese a potrebný rozsah údajov. Napojenia na externé CRM a ďalšie systémy sú v príprave; pri plánovaní nasadenia ich zatiaľ nepovažujte za dostupnú súčasť.

Pred spustením si dohodnite	Praktický výsledok
Kto odpovedá zákazníkovi	Každý prijatý dopyt má zodpovednú osobu.
Čo sa ešte technicky overuje	Obchodník nesľubuje nepotvrdené prevedenie.
Ako sa eviduje výsledok rozhovoru	Viete odlíšiť relevantný dopyt, ponuku a zákazku.

Cena v konfigurátore nie je univerzálna podmienka

Ak cena závisí od zamerania, dopravy alebo individuálnej realizácie, môže konfigurátor zbierať zadanie pre ponuku. Rozsah cenovej kalkulácie sa dohodne podľa vašich pravidiel a podkladov.

04 / PRÍPRAVA PODKLADOV

Najdôležitejšie podklady už často máte vo firme.

Katalóg pomôže začať rozhovor. Na presné nastavenie však potrebujeme aj pravidlá, podľa ktorých váš tím produkt predáva a dodáva.

Podklad	Čo si pripraviť	Kto ho vie potvrdiť
Produktová ponuka	Modely, názvy, fotografie, výkresy a dostupné 3D podklady, ak ich máte.	Produkt / výroba
Voľby zákazníka	Rozmery, materiály, farby, doplnky a vysvetlenie rozdielov.	Obchod / produkt
Pravidlá kombinácií	Povolené rozmery, závislosti doplnkov a výnimky na individuálne posúdenie.	Technik / výroba
Cenové podklady	Spôsob výpočtu, príplatky a položky, ktoré sa určujú individuálne.	Obchod / vedenie
Značka a jazyky	Logo, vizuálny štýl, terminológia a jazyky plánovaných trhov.	Marketing
Spracovanie dopytov	Potrebné údaje, kontaktné osoby a postup po prijatí dopytu.	Vedúci obchodu

Začnite jedným reprezentatívnym produktom

Vyberte produkt, ktorý sa pravidelne predáva, má zrozumiteľné možnosti a poznáte jeho pravidlá. Na ňom sa dá overiť zákaznícky výber aj práca obchodníka. Rozšírenie na ďalšie modely potom vychádza z konkrétnej skúsenosti.

Určite, kto schváli správnosť

Technik potvrdzuje realizovateľné kombinácie, obchod zrozumiteľnosť zadania a marketing spôsob prezentácie. Pri jazykových verziách skontrolujte odborné názvy aj miestne označenia rozmerov a materiálov. Samotný preklad ešte nepotvrdzuje správnosť produktových údajov.

Výstup prípravy

Jeden odsúhlasený zoznam možností a pravidiel s jasnou zodpovednosťou za ich správnosť. Neúplné podklady si pomenujte skôr, než sa stanú súčasťou zadania.

Spustenie je prvý míľnik. Potom sa produkt ďalej mení.

Konfigurátor má zostať v súlade s vašou ponukou aj po nasadení. Prevádzku, podporu a spôsob zmien preto riešite už pri dohode o spolupráci.

1. Overenie možností a jednoduchá ukážka

Na úvodnom stretnutí prejdeme produkt a cieľ riešenia. Po overení možností vieme pripraviť jednoduché demo zdarma. Pomôže predstaviť spôsob výberu a vizualizácie. Produkčné nasadenie má samostatne dohodnutý rozsah, pravidlá, testovanie a cenu.

2. Rozsah, príprava a skúšobné scenáre

Dohodnite si, ktoré modely a voľby budú zahrnuté v prvej verzii, aké údaje sa odovzdávajú obchodu a kto potvrdí výsledok. Skúšajte typické aj hraničné rozmery, závislosti doplnkov a odoslanie dopytu. Overte čitateľnosť a ovládanie na mobilnom zariadení aj počítači.

3. Prevádzka a priebežné úpravy

Nový materiál, vyradený doplnok alebo zmena cenového pravidla môžu vyžadovať aktualizáciu. Určite, kto zmeny nahlasuje, kto ich schvaľuje a ako sa overí správnosť po úprave. Rozsah podpory, údržby a ďalšieho rozvoja si dohodnite individuálne.

4. Návštevnosť a obchodná odozva

Konfigurátor potrebuje miesto v zákazníckej ceste. Prepojte ho s relevantnými produktovými stránkami a používajte pri obchodných rozhovoroch. Návštevnosť môžete podporiť aj kampaňami. Marketingové služby a prezentačný web vieme dodať ako doplnok; samotné nasadenie však nezaručuje počet dopytov.

Čo má obsahovať cenová ponuka

Rozsah vytvorenia a nasadenia, mesačnú prevádzku, dohodnutú starostlivosť a spôsob nacenenia ďalších zmien. Pri kampaniach oddel'te službu od mediálneho rozpočtu. Cenu pripravujeme na mieru.

Sledujte, čo sa zmenilo v predaji, nielen na webe.

Pred spustením si zaznamenajte, ako dnes vznikajú a spracúvajú sa dopyty. Rovnakým spôsobom potom vyhodnocujte obdobie po nasadení.

Ukazovateľ	Ako ho čítať
Dokončenie konfigurácie	Podiel dokončených výberov zo začatých konfigurácií. Pomáha odhaliť, či zákazník dokáže výber dokončiť.
Odoslané dopyty	Podiel odoslaných dopytov zo začatých konfigurácií. Samostatne sledujte absolútny počet a zdroj návštevnosti.
Relevantnosť dopytov	Podiel dopytov, ktoré obchod vyhodnotí ako reálnu príležitosť. Kritériá si dohodnite vopred.
Čas na prípravu ponuky	Porovnajte čas práce na podobných zadaniach pred nasadením a po ňom. Sledujte aj potrebu dopĺňania údajov.
Postup k zákazke	Koľko relevantných dopytov sa posunie do ponuky a objednávky. Zohľadnite bežnú dĺžku vášho predaja.

Porovnávajte porovnateľné obdobia

Viac dopytov môže súvisieť aj s vyšším rozpočtom kampane, sezónou alebo zmenou sortimentu. Vyhodnocujte zdroje návštevnosti oddelene a výsledky konzultujte s obchodníkmi. Pri malom počte prípadov sledujte skôr konkrétne dôvody nedokončenia a kvalitu zadania než veľké percentuálne závery.

Najprv dohodnite, čo sa bude zaznamenávať

Tieto ukazovatele predstavujú návrh merania, nie zoznam automaticky dostupných funkcií. Rozsah analytiky a evidencie treba potvrdiť pri zadaní. Čas spracovania či dôvod straty môže obchodný tím sledovať aj vlastnou jednoduchou evidenciou.

Praktický rytmus hodnotenia

Po spustení riešte najprv chyby a miesta, kde zákazníci končia. Neskôr v pravidelných intervaloch spojte údaje o používaní so spätnou väzbou obchodu. Zlepšenia vyberajte podľa konkrétneho problému.

07 / VÁŠ ĎALŠÍ KROK

Vyberte jeden produkt. Spoločne overíme možnosti.

Na prvé stretnutie nepotrebuje kompletne technické zadanie. Užitočnejší je konkrétny produkt a predstava o tom, čo chcete zákazníkovi alebo obchodu zjednodušiť.

Päť otázok pred úvodnou konzultáciou

1. Pri ktorom produkte najčastejšie vysvetľujete rovnaké možnosti?
2. Ktoré rozhodnutia môže zákazník urobiť sám a ktoré má potvrdiť technik?
3. Aké údaje potrebuje obchodník na prípravu ponuky?
4. Kto bude prijaté dopyty spracúvať a kto schvaľovať zmeny produktu?
5. Podľa čoho po nasadení spoznáte, že riešenie pomáha?

Čo vám vieme pripraviť v treede

3D konfigurátor prispôsobený vášmu produktu, vlastné CRM na spracovanie dopytov a dohodnutú prevádzku so starostlivosťou. Ak potrebujete podporiť návštevnosť, môžeme pridať marketingové služby alebo firemný web. Technické možnosti a rozsah vždy overíme podľa konkrétneho zadania.

Najprv si riešenie pozrite na vlastnom produkte

Po krátkej konzultácii a overení vhodnosti pripravíme jednoduché demo zdarma. Následne navrhne rozsah, cenu a termín prípadnej realizácie.

Dohodnite si nezáväznú ukážku

treede.eu

Meno

E-mail

Telefón

Sprievodca vychádza z návrhu obchodného procesu a rozsahu ponuky treede; neuvádza garantované výsledky ani štatistické benchmarky.