

Budowanie wartości Firm  
- Projekt TOP OBSŁUGA kluczem  
do zwiększenia dynamiki rozwoju firmy

Dla Uczestników  
Targów GREENPOWER  
– Międzynarodowe  
Targi w Poznaniu



Warszawa, 26.04.2022

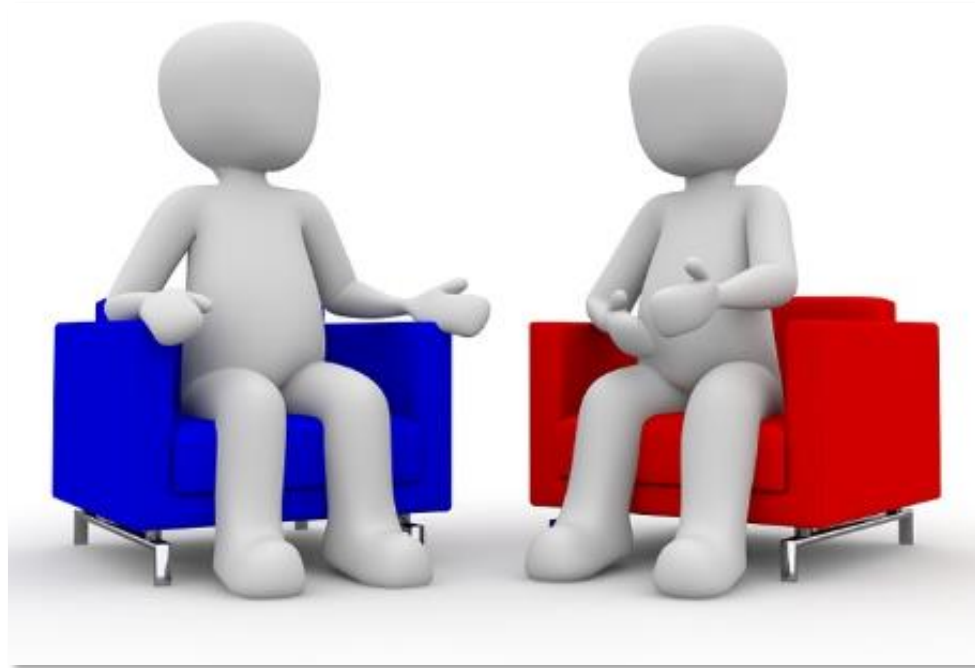


# Poznajmy się!

Kto jest przedstawicielem firmy?

Kto to jest przedstawicielem firmy z branży OZE?

Jakie branże są reprezentowane na sali?



## Agenda prelekcji:

- I. Zespół Marketing Relacji Sp. z o.o.
- II. Największy potencjał firmy, to ... ?
- III. Badanie satysfakcji klientów - Badanie WSK©.
- IV. Wpływ Badania WSK© na wskaźniki KPI.
- V. Analiza wyników i gwarancja.
- VI. Informacje o Projekcie TOP OBSŁUGA.
- VII. Pytania i odpowiedzi.



# I. Zespół Marketing Relacji. A. Misja, wizja i wartości.

## Misja Zespołu MR

Jesteśmy po to, aby pomagać osobom i firmom w ich rozwoju.

Współpraca z nami wpływa na:

1. Podnoszenie wiedzy.
2. Poprawę jakości obsługi klientów,
3. Doskonalenie procedur.
4. Satysfakcję klientów.
5. Obniżanie kosztów.
6. Zwiększanie przychodów.

## Wizja

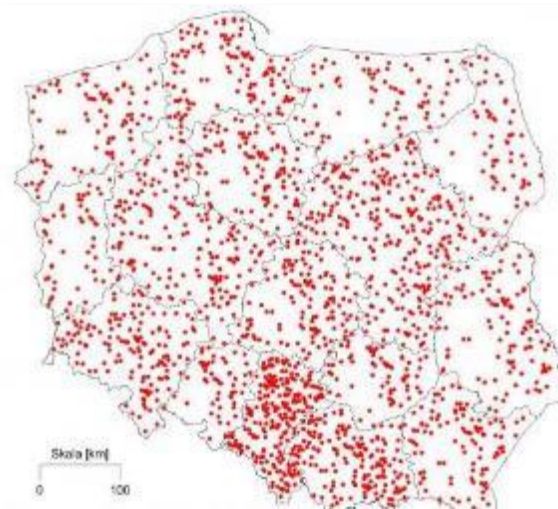


## Wartości

Gwarantujemy:

1. Zaufanie
2. Lojalność
3. Know how
4. Uczciwość
5. Doradztwo
6. Partnerstwo
7. Terminowość
8. Profesjonalizm
9. Wzrost efektów
10. Doświadczenie
11. Bezpieczeństwo
12. Obniżkę kosztów
13. Satysfakcję klienta
14. Wzrost przychodów
15. Wzrost rentowności
16. Wzrost wartości marki

# I. Zespół Marketing Relacji. B. Potencjał i przewagi konkurencyjne.



## Doradztwo, badania i szkolenia

- opracowanie strategii rozwoju
- opracowanie Biznesplanów
- badanie Wskaźnika Satysfakcji klientów
- badanie Tajemniczy Klient
- szkolenia Kadry i Kierowników
- szkolenia Handlowców i Konsultantów
- budowanie wartości firm
- outsourcing procesów Call Center.
- procesy pozyskiwania i obsługi klientów

## Potencjalni klienci B2B: +3,3 mln

- własna baza firm Efekt typu B2B
- zgodna z RODO
- 20-30 tys. nowych firm / miesiąc
- bieżąca aktualizacja bazy
- 20 kryteriów wyboru
- do: CC, SMS, MMS email, DM
- 6 miesięcy karencji przy CC
- deduplikacja i walidacja bazy
- 100% gwarancja satysfakcji

## Potencjalni klienci B2C: 25 mln

- każda z 22 baz ze zgodami
- +50 tys. nowych osób / miesiąc
- bieżąca aktualizacja
- do: CC, SMS, MMS email, DM
- ponad 30 kryteriów wyboru wg
- deduplikacja pomiędzy bazami
- weryfikacje aktywności nr tel.
- 90% gwarancja jakości
- 100% Gwarancja Satysfakcja

## Wsparcie sprzedaży, wysyłki, reklama

- generowanie gorących leadów
- umawianie spotkań handlowych
- reklama na portalu TOP-OZE.pl
- reklama na Google Ads
- wysyłki MMS, SMS, email
- wysyłki Direct Mail - kompleksowo
- działania w Socjal Media: LI, FB
- wsparcie sprzedaży: LS i SH
- projekty cross i up selling
- działania anty churn

# I. Zespół Marketing Relacji. C. Doświadczenie Lidera Zespołu.

1. **Moja główna misja** – wsparcie w strategicznym rozwoju obecnych i przyszłych liderów **z polskim kapitałem**.

2. **Know How i doświadczenie.**

A. Przez 28 lat wspierał rozwój ponad 100 liderów rynku, np. Cyfrowy Polsat, Link4, Shell Polska, Netia, CH Beck, Infor, EFL, RUCH.

B. Posiada duże doświadczenie w zakresie pozyskiwania klientów i budowania wartości firm.

C. Opracował wraz z Zespołem Marketing Relacji precyzyjne i efektywne Badanie WSK©.

D. W 2010 roku zaliczony do grona 25 najlepszych osobistości polskiego outsourcingu - Gazeta Finansowa.

3. **Specjalizacje:**

A. Przygotowywanie i wsparcie w realizacji strategii rozwoju.

B. Badania satysfakcji klientów.

C. Opracowywanie Biznes Planów.

D. Szkolenia: Kadry, Handlowców i Konsultantów.

E. Budowanie wartości firm.

F. Zintegrowana komunikacja bezpośrednia.

G. Działania w Internecie.

H. Obsługa klientów.



# I. Zespół Marketing Relacji. D. Zaufali nam m.in:



## II. Gdzie tkwi największy potencjał w każdej firmie?

Najważniejsze i największe zasoby każdej firmy:

1. Kadra i Pracownicy.
2. Klienci: aktualni, byli i potencjalni.
3. Witryna internetowa.



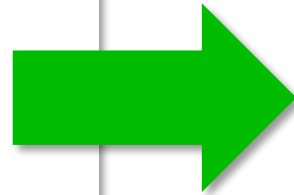


## II. Największy potencjał firmie, to ...? – A. Lejki sprzedażowe.

Etapy procesu wsparcia pozyskiwania klientów



Etapy procesu budowania wartości firmy / marki



Co trzeba zrobić, aby zwiększyć rentowność i wartość firmy?

### III. Badanie WSK©. A. Informacje ogólne.








#### Co oznacza Badanie WSK© (Badanie Wskaźnika Satysfakcji Klientów)?

1. Badanie WSK© to autorska metoda naszej Spółki.
2. Umożliwia zbadanie mocnych i słabych stron każdej firmy.
3. Dodatkowo badamy poziom satysfakcji Klientów.
4. Analizy wyników dokonuje doświadczony Manager.
5. Przedstawiamy rekomendowane działania firmie.
6. Porównujemy wyniki (benchmarki) pomiędzy wg różnych kryteriów i innych firm.
7. Porównujemy również wyniki mierzone w różnych okresach czasu.
8. W Badaniu WSK©, skala ocen wynosi od 1 do 6.
9. Wartość oceny odzwierciedla poziom emocjonalny każdego Klienta.



### III. Badanie WSK©. B. Skala ocen.

Badania opracowane jest przez nasz Zespół. Wykonujemy go w formie CATI oraz za ok. 3 miesiące będzie w formie online. Przykładowy sposób obliczenia i wynik bardzo dobrej firmy. Wynikiem jest średnia sum ilości opinii przez ilość badań.

	Rodzaje klientów	Nazwa klienta	Ocena	Waga	Ilość Klientów	Wynik	Ilości opinii	
	Bardzo niezadowolony	Destruktor	1	-400	10	-4 000	<b>-9 000</b>	Negatywnych
	Niezadowolony	Nieprzychylny	2	-200	20	-4 000		
	Raczej niezadowolony	Obojętny	3	-20	50	-1 000		
	Raczej zadowolony	Orędownik	4	10	100	1 000	<b>63 000</b>	Pozytywnych
	Zadowolony	Promotor	5	50	400	20 000		
	Bardzo zadowolony	Ambasador	6	100	420	42 000		
Ilość przeprowadzonych Badań WSK© z klientami / ilość opinii					1 000	<b>54 000</b>	<b>Wartość opinii</b>	
 <b>Wynik końcowy Badania WSK©</b>					<b>Wskaźnik WSK©</b>	<b>54</b>	<b>pkt WSK©</b>	

#### Komentarz:

Przykładowa firma z naszego badania otrzymała bardzo dobry wynik tj. 54 punkty, w skali Badania WSK©, które mieści się w przedziale od -400 pkt (min) do +100 pkt (max).

### III. Badanie WSK© - C. Przewagi konkurencyjne.

#### **Dlaczego Badanie WSK© jest lepsze od innych badań?**

- A. Nasze badanie precyzyjniej odzwierciedla opinie klientów.
- B. Badamy najważniejsze obszary dla każdej firmy.
- C. Korzystamy z polskiej, wygodnej skali ocen 1 do 6.
- D. WSK© wpływa na natychmiastowy wzrost wyników tj. na
  - ✓ wzrost efektów sprzedaży
  - ✓ obniżenie kosztów
  - ✓ zwiększenie przychodów
- E. Udzielamy 100% Gwarancji wskazania obszarów wzrostu wyników.
- F. Wg Klientów MR badanie WSK© jest bardzo dobrą inwestycją.



#### Jakie są metody badania Wskaźnika Satysfakcji Klientów?

1. CATI – w formie rozmów telefonicznych
2. CAWI – w formie online



## IV. Wpływ Badania WSK© A. Na biznes i wyniki firmy.

### Dlaczego badanie satysfakcji klientów jest ważne dla każdej firmy?

- A. Jakość obsługi klientów ma największy wpływ na wyniki firmy.
- B. Zadowolony klient kupuje więcej i współpracuje z firmą wiele lat.
- C. Niezadowolony klient – kończy zakupy w firmie.
- D. Opinie klientów mają b. duży wpływ na decyzje zakupowe innych.



## IV. Wpływ Badania WSK© B. Na wzrost wskaźników KPI.

Dobre badania marketingowe mają istotny wpływ na kluczowe mierniki realizacji celów operacyjnych i strategicznych.

W szczególności Badanie WSK© pozytywnie wpływa na poniższe wskaźniki Key Performance Indicators:

Skrót	KPI – Key Performance Indicators	Kluczowe mierniki realizacji celów operacyjnych i strategicznych	Po okresie 6-60 miesięcy od 1 Badania
ARPU	Average Revenue Per User	Średnio miesięczna wartość Klienta	wzrost o 10% - 200%
Churn	Churn rate	Wskaźnik migracji Klientów	spadek z 300% - 10%
CLV	Customer Lifetime Value	Długookresowa wartość Klienta	wzrost ze 100% - 400%
LTV	Life Time Value	Wartość życiowa klienta	wzrost ze 100% - 600%
LVC	Lifetime Value Customer	Długość czasu życia Klient	wzrost z 1 m-ca do 30 lat
RB	Repeat Business	Wskaźnik powtórnych zakupów	wzrost z 1 – 13 usług
<b>ROI</b>	<b>Return On Investment</b>	<b>Wskaźnik zwrotu z inwestycji</b>	

**KPI**  
(Key Performance Indicators)

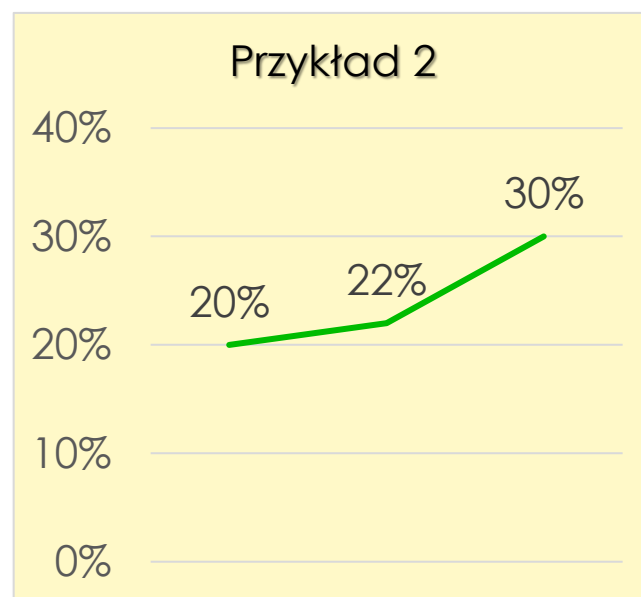
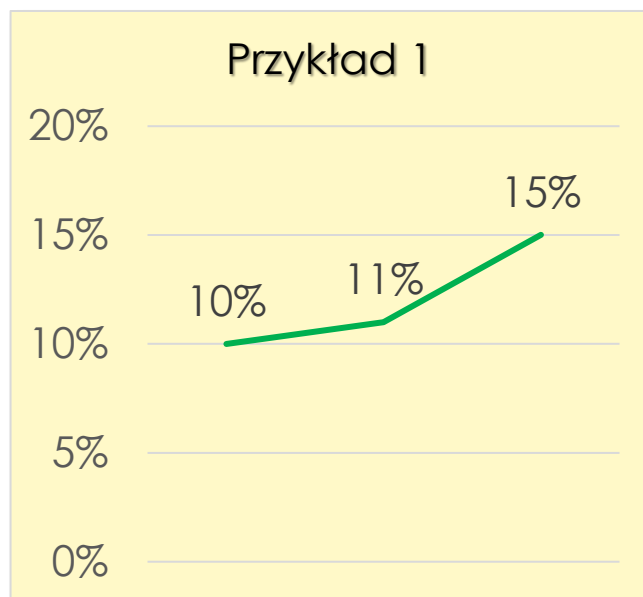


## IV. Wpływ Badania WSK© B. Na wymierne efekty.

- A. Generowanie gorących leadów sprzedażowych: średnio 10% - 20%.
- B. Pozyskanie ambasadorów gotowych do poleceń: średnio 10% - 30%.
- C. Pozyskanie z poleceń nowych, gorących leadów sprzedażowych: średnio 5% - 15%.
- D. Zwiększenie efektywności zawierania umów: średnio 10% - 50%.

Przykład 1: Jeśli dziś efektywność wynosi 10% umów/ SH, to po badaniu wyniesie 11% do 15%.

Przykład 2: Jeśli dziś efektywność wynosi 20% umów/ SH, to po badaniu wyniesie 22% do 30%.





# V. Projekt TOP OBSŁUGA. A.Cel i korzyści z Projektu.

## Celem Projektu „TOP OBSŁUGA” jest:

1. Promocja najlepszych firm OZE w całej Polsce - **Uczestnicy Projektu.**
2. Doskonalenie jakości obsługi klientów.
3. Obniżanie kosztów Uczestnikom Projektu.
4. Zwiększanie dynamiki przychodu.
5. Zwiększanie rentowności.
6. Wzmocnienie marki, wizerunku dobrych firm, a zwłaszcza laureatów Projektu.



## V. Projekt TOP OBSŁUGA. B. Analiza wyników i gwarancja.

1. Analizę wyników badania przeprowadzają doświadczone osoby.
2. Po analizie przedstawimy rekomendowane kierunki zmian i rozwoju firmy w zakresach:
  - A. Wzmocnienia silnych stron Firmy w całej organizacji.
  - B. Poprawy obszarów, które funkcjonują najstabilniej,
3. Nasze rekomendacje samodzielnie wdraża: Zarząd, Dyrektorzy i Kierownicy firmy.
4. Szkolenie Kadry i Zespołów przeprowadza nasz Zespół na czele z w/w Managerem – opcja.
5. Na znalezienie obszarów, które po wdrożeniu zalecanych działań, pomogą w:
  - A. Osiągnięciu wskazanych celów (poprawa opinii i ocen satysfakcji klientów końcowych).
  - B. Obniżce minimum 10% kosztów i/lub
  - C. We wzroście co najmniej 10% przychodówudzielamy 100% Gwarancji (przy badaniu wielkości minimum 1000 klientów)!
6. **100% GWARANCJA SATYSFAKCJI KLIENTA.**
7. Firmy, które podczas badania uzyskają średnią ocenę „4” i więcej, będą mogły korzystać przez 12 miesięcy, z naszego, prestiżowego znaku jakości **TOP OBSŁUGA**. A najlepsze firmy w swoich kategoriach otrzymają statuetki.
8. Zdaniem wielu klientów inwestycja w Badanie WSK© jest najlepszą inwestycją wspierającą wzrost dynamiki rozwoju.



## X. Pytania i odpowiedzi.



***Pomagamy obniżyć koszty  
i osiągać strategiczne cele!***

Jan Zalecki – Wiceprezes Zarządu  
Tel. 885 485 251  
[Jan.zalecki@marketingrelacji.com](mailto:Jan.zalecki@marketingrelacji.com)  
<https://www.linkedin.com/in/jan-zalecki>

Marketing Relacji Sp. z o.o.  
ul. Mangalia 4, lok. 206  
02-758 Warszawa  
[www.marketingrelacji.com](http://www.marketingrelacji.com)

