



---

E S E T T A N U L M Á N Y

---

# Sales folyamat automatizálás és CRM bevezetés

INTELLIGENS AUTOMATIZÁCIÓ | SALES | FINTECH | LOW HUMAN TOUCH

The Salesforce logo, consisting of a blue cloud shape with the word "salesforce" in white, lowercase, sans-serif font inside it.

salesforce

**PARTNER**  
SINCE 2015

# történetünk dióhéjban

---

**A SimplePay az OTP csoport tagja, mely kártyás fizetéseket bonyolít, történetük pedig kiemelkedő sikersztori a magyar fintech szférában. Az általuk fejlesztett és működtetett online rendszer segítségével B2B ügyfeleik (ekereskedők, webshopok) vásárlói gyorsan, biztonságosan és kényelmesen bonyolíthatják online vásárlásaikat. Ezzel a lehetőséggel találkozhatasz például a NetPincér felületén is kártyás fizetés esetén.**

Magyarországon piacvezetők, jelenleg több mint 5000 aktív ügyfelük van. A SimplePay sales csapata 10 főt számlál, a társosztályokon pedig további 20 fő segíti az értékesítők munkáját. Az IT, a risk és a pénzügy kapcsolódnak be a sales folyamatokba.

Esettanulmányunkban a BitMist és a SimplePay közös projektjét fogjuk bemutatni, több felvonásban. Komplex és izgalmas szakmai kihívás volt, rendkívül élveztük a közös munkát és rengeteget tanultunk belőle. Reméljük, Te is hasznosítani tudod munkád során!

**A megoldás 4 rapid projekt keretein belül valósult meg:**

- sales folyamat automatizálás és CRM bevezetés
- ügyfél szegmentáció, árazás és ajánlatadás automatizálása
- “smart ajánlatkérő portál” (Bisnode, KYC)
- digitális aláírás és papírmentes iroda

A standard, kulcsrakész megoldásokat a SimplePay speciális igényei szerint fejlesztettük tovább.

Jelen esettanulmányban az első projekt megvalósításának részleteit olvashatod.



**KELLÉNYI ISTVÁN**

ALAPÍTÓK, CRM AUTOMATIZÁCIÓS SZAKEMBEREK



**KISS GÁBOR**

## történetünk dióhéjban

---

**8**  
HÉT

alatt kerültek átadásra az első körös folyamatoptimalizálás és racionálás mentén kidolgozott CRM megoldások.

**10**  
HÉT

a potenciális ügyfelek ennyi idő alatt jutottak el történetünk végére az első ajánlat bekérésétől a szerződéskötésig a korábban napokig húzódó folyamat helyett.

**85%**

-ban automatizáltan működik a beérkező leaderek kezelése.  
Korábban ez az arány a 10%-ot sem érte el.

**99%**

-ban automatikusan zajlik az új ügyfelek ellenőrzése, a teljes KYC process.  
Korábban egyesével kellett ellenőrizni minden új céget.

# vezetői összefoglaló

---

## I. RÉSZ: SALES FOLYAMATAUTOMATIZÁLÁS ÉS CRM BEVEZETÉS

A SimplePay sales folyamatai kezdetben nagyon lassan és túl komplikáltan zajlottak. Ez lemorzsolódó érdeklődőket és **negatív ügyfélményt eredményezett.**

Először felszámoltuk az időrabló manuális adatbevitelt és racionalizáltuk az adatbekérést, lépésekre szedve a folyamatot, ami alapján konfiguráltuk a Salesforce CRM-et.

Az ügyfél regisztráció és ajánlatkérés egyszerűsítése érdekében építettünk egy felhasználóbarát portált, szintén a Salesforce platformján, így **az ügyfél adatai egyből a CRM-ben, azaz a sales csapat kezében landoltak.**

Az első etapban **a sales folyamatok 60%-át automatizáltuk**, hogy a SimplePay ugyanakkora csapattal sokkal több új lead-et tudjon kezelni.

Felgyorsult az adminisztráció, csökkent a kézi adatbevitel, így rengeteg hibalehetőség kizárásra került. Elkezdtük előkészíteni a terepet, hogy **a jó öreg Word sablonok és Excel táblák helyét fokozatosan átvesse egyetlen CRM és salesplatform.**

A projekt további részleteiről a case study-következő részeiben olvashatsz!

AZ OTP SIMPLEPAY ÉS A BITMIST PROJEKTJÉNEK TOVÁBBI EPIZÓDJAIT ITT TALÁLOD:

[II. RÉSZ](#)

[III. RÉSZ](#)



# a kihívás

---

## MILYEN PROBLÉMÁKRA KERESTÜK A VÁLASZT?

**A SimplePay sales és ügyfélkezelési folyamatai nagyon bonyolultak és lassúak voltak. A manuális adatbevitel miatt a sales csapat idejének nagy része adminisztrációs feladatokkal ment el, ahelyett, hogy az érdemi munkavégzésre, és az ügyfelekre koncentrálhattak volna.**

**Mindez nem csak a SimplePay csapatának belső működését tette követhetlenné.** Potenciális ügyfelek morzsolódtak le, sokszor már az ajánlatkérés legelején.

Az érdeklődők **e-mailben jelentkeztek. A levelek gyakran elvesztek, spam-be mentek** - mindkét oldalon. A sikeresen célba érő megkeresésekre az értékesítők válasza egy **bonyolult Word sablon volt.**

Az ebben bekért adatok nem voltak feltétlenül szükségesek az ajánlatadáshoz, az **ügyfelek pedig sokszor nem is értették a specifikus technikai részleteket.**

Így hosszas call-ok következtek, órák, rosszabb esetben napok mentek el adategyeztetésre.

Az adatokat a csapat hagyományos Office megoldásokkal kezelte, a kereskedők **pedig nem kaptak semmiféle értesítőt az ajánlatok sorsát illetően.**

Sok potenciális érdeklődő már a bonyolult, nehezen átlátható táblázatok miatt lemorzsolódott. A kereskedők idejének nagy részét automatizálható feladatok emésztették fel. Fontos call-ok, feladatok felejtődtek el.

**Ez egyenes utat jelentett a negatív ügyfélélményhez.**



# a megoldás

## ÜGYFÉLKEZELÉSI FOLYAMATOK RACIONALIZÁLÁSA, PROFI CRM, REAL-TIME REPORTING ÉS SALES AUTOMATIZÁLÁS

**Értékesítési folyamat optimalizálással kezdtük a projektet.** Mindenképp csökkenteni kellett a manuális adatbevitel arányát.

A jelentkezési folyamatot négy szakaszra bontottuk, hogy a potenciális ügyfelek számára is megkönnyítsük az adatok bevitelét, hogy **sokkal kevesebb, csak releváns adatot kérjünk be az új érdeklődőktől minden szakaszban.**

A **technikai oldalról** megközelítve a feladatot az volt a cél, hogy standardizáljuk a belső értékesítési és ajánlatadási folyamatot:

- Salesforce CRM bevezetés
- Regisztrációs portál kialakítás

A portálnak köszönhetően a **jelentkezők adatai egyből eljutnak a salescsoportokhoz.** Real-time generálódik a CRM-ben az új ügyfélhez tartozó account, ahol az értékesítők nyomon követhetik az ügyfelek tevékenységét.

## A Salesforce testreszabásának

köszönhetően a korábbi e-mailezések és telefonátvitel helyett végre egy letisztult, átlátható platformra költözött a teljes értékesítési folyamat.

*„Így szeretjük az új ügyfelek adatainak begyűjtését.*

*Automatizálva, hibalehetőségeket kizárva, a lehetőleg minimálisabb human touch bevonásával.”*



# eredmények

## A projekt 3 legnagyobb eredménye:

- Átlátható és gyorsabb értékesítés
- Társosztályokkal közös platform
- A potenciális ügyfél churn csökkenése

**A sales folyamatok és az ügyfélkezelés fényévekkel gyorsabbá és hatékonyabbá vált.** Rengeteg adminisztrációs feladat lett automatizálva, így csökkentettük a kézi adatbevitelt.

A sales csapat tagjai **minden szükséges információt egy helyen találhatnak meg** az őket megkereső vállalkozásokról.

A letisztult platform egyszerűen kezelhető, és előre gondolkodik. A feladatok felelősei emlékeztetőket kapnak a teendőkről, call-okról.

**A társosztályok között gyorsabb és hatékonyabb lett a kommunikáció.** A közös munka már egy közös check list alapján zajlott ez segített eligazodni a sales process lépéseiben. Így sokkal kevesebb potenciális ügyfél morzsolódott le, és **számottevően javult az ügyfélélmény.**

**Viszlát, felesleges adminisztráció!**

**Hello, új ügyfelek!**

**Mivel a reporting valós idejű adatokon nyugszik,** a vezetők számára teljes rálátást biztosít a rendszer a pipeline-ra, így pontos forecasting támogatja a döntéshozatalt és a sales vezetők munkáját.



## tetszett a történetünk?

---

Több ügyfél? Igen. Hatékonyabb folyamatmenedzsment? Igen. Növekvő profit? Igen. Miközben még több új szerződés születik? Igen. Mindez ahol lehet, automatizálva, hogy kizárhassuk a hibalehetőségeket? Pontosan. Manuális adatbevitel minimalizálva? Így.

**NE HABOZZ FELKERESNI MINKET, HA BÁRMILYEN KÉRDÉS MERÜLT FEL BENNED A TÉMA KAPCSÁN!**

**BESZÉLNI SZERETNÉK VELETEK!**

AZ OTP SIMPLEPAY ÉS A BITMIST PROJEKTJÉNEK TOVÁBBI EPIZÓDJAIT ITT TALÁLOD:

**II. RÉSZ**

**III. RÉSZ**

