

ÚTMUTATÓ

WEBFEJLESZTÉSI ÉS AUTOMATIZÁCIÓS ÚTMUTATÓ

Webfejlesztési és üzleti folyamatautomatizációs útmutató b2b
döntéshozóknak.

Dokumentum címe

**Webfejlesztési és üzleti folyamatautomatizációs útmutató b2b
döntéshozóknak**

Kiadó

Space Marketing

1. A LASSÚ WEBOLDALAK ÉS A KÉZI ADMINISZTRÁCIÓ REJTETT KÖLTSÉGEI

A legtöbb b2b vállalat weboldala csupán egy digitális névjegykártya, amely nem vesz részt az értékesítésben, a háttérben pedig a munkatársak órákat töltenek kézi adatmozgatással. A modern webes infrastruktúra feladata nem a látvány, hanem a konverzió és a háttérfolyamatok automatizálása:

- ✓ **Betöltési sebesség:** Minden 1 másodperces késlekedés a mobilos betöltésben átlagosan 7%-os konverziócsökkenést eredményez.
- ✓ **Kézi ajánlatadás:** Azok a cégek, amelyek 1 órán belül érdemi választ vagy kalkulációt adnak az ajánlatkérésre, 60%-kal nagyobb eséllyel zárják le az üzletet, mint a 24-48 óra múlva reagáló versenytársaik.

2. A MODERN, OLDALÉPÍTŐ-MENTES WEBARCHITEKTÚRA TECHNIKAI ELŐNYEI

TECHNIKAI SZEMPONT	HAGYOMÁNYOS OLDALÉPÍTŐK (PL. ELEMENTOR, DIVI)	MODULÁRIS, TISZTA FORRÁSKÓDÚ WEBFEJLESZTÉS	ÜZLETI HASZON A CÉGVEZETŐNEK
Forráskód tisztasága	Felesleges kódduzzasztás (DOM overload), beágyazott scriptek	Tiszta html5 és css3, minimális kódméret	1 másodperc alatti betöltés
Bővítményfüggőség	30-50 aktív plugin, gyakori kompatibilitási összeomlás	Célzott, minimális bővítményhasználat	Stabil, hibamentes működés frissítéskor is
Core web vitals	Piros vagy sárga zóna, lassú lcp és cls értékek	Zöld zónás metrikák mobilon és asztali gépen	Jobb organikus rangsorolás a keresőkben
Szerkesztési szabadság	Szétcsúszó dizájn, ha a munkatárs módosít egy szöveget	Zárt, kötött dizájnú modulok és strukturált mezők	Bárki szerkesztheti, a megjelenés mindig egységes marad

3. AZ 5 LEGFONTOSABB B2B ÜZLETI AUTOMATIZÁCIÓ (MUNKAFOLYAMAT-TÉRKÉP)

- **1. Azonnali ajánlatkérési szűrő és crm-szinkronizáció**

- ✓ **A folyamat lényege:** Az űrlap kitöltésekor a lead adatai (cégnév, adószám, forgalmi sáv, kért szolgáltatás) azonnal átfutnak egy webhookon, amely ellenőrzi az adatbázisban a céget, és közvetlenül rögzíti a feladatot a crm-ben (pl. HubSpot, MiniCRM, Pipedrive).
- ✓ **Megtakarított idő:** Heti 3-4 óra adminisztráció értékesítőnként.

- **2. Automata pdf kalkuláció és előzetes specifikáció**

- ✓ **A folyamat lényege:** Standardizált termékek vagy szolgáltatások esetén a weboldali űrlap paramétereit alapján a rendszer azonnal összeállít egy előzetes, egyedi sorszámmal ellátott pdf indikatív ajánlatot, és 3 percen belül kiküldi a feliratkozónak.
- ✓ **Üzleti hatás:** Az ügyfél azonnali visszajelzést kap, míg a versenytársak még meg sem nyitották az e-mailt.

- **3. Digitális naptárintegráció és no-show csökkentés**

- ✓ **A folyamat lényege:** A kapcsolatfelvételi űrlap helyett a kvalifikált érdeklődő közvetlenül foglalhat időpontot a szakértő naptárába. A rendszer sms-ben és e-mailben küld automatikus emlékeztetőt a megbeszélés előtt 24 órával és 1 órával.
- ✓ **Eredmény:** A meg nem jelenések (no-show) aránya 40%-ról 10% alá csökken.

- **4. Szerveroldali konverziómérés és adatvédelem (server-side gtm)**

- ✓ **A folyamat lényege:** A látogatói adatok nem a böngészőből futnak a hirdetési rendszerek felé (ahol a reklámblokkolók és az ios korlátozások elnyelik őket), hanem egy védett, saját szerveroldali konténeren keresztül, hash-elt formátumban.
- ✓ **Üzleti hatás:** 20-30%-kal pontosabb hirdetési attribúció és alacsonyabb ügyélszerzési költség (cpa).

• 5. Automatikus számlázás és szerződés-előkészítés

- ✓ **A folyamat lényege:** Elfogadott ajánlat esetén a rendszer egyetlen gombnyomásra legenerálja a díjbekérőt vagy számlát (pl. Számlázz.hu, Billingo api), és kiküldi a digitálisan aláírható szerződéstervezetet.
- ✓ **Megtakarított idő:** Havi 8-10 óra pénzügyi és jogi adminisztráció.

4. WEBOLDAL ÉS AUTOMATIZÁCIÓS AUDIT LAP (ÖNÉRTÉKELŐ KÉRDŐÍV)

Jelöld be azokat az állításokat, amelyek jelenleg igazak a céged webes rendszerére:

- ☐ **Betöltési sebesség:** A weboldal mobilhálózaton 1,5 másodpercen belül teljesen betöltődik.
- ☐ **Mobil nézet:** Az első képernyőn egyértelmű az értékajánlat, és azonnal látható a fő cselekvésre ösztönző gomb (cta).
- ☐ **Adatvesztés elleni védelem:** Az űrlapok adatai mentésre kerülnek a háttérben akkor is, ha a szerver éppen leállna vagy az e-mail kézbesítés hibára futna.
- ☐ **Kézi munka kiiktatása:** Az érdeklődők adatai kézi másolás nélkül, automatikusan bekerülnek a cég nyilvántartó vagy crm rendszerébe.
- ☐ **Mérési pontosság:** A hirdetési fiókok (Meta, Google) szerveroldali adatokból dolgoznak, a konverziómérés hibátlanul működik a sütisáv elfogadása után is.
- ☐ **Könnyű karbantartás:** A weboldal szövegeit és képeit a marketinges vagy az asszisztens anélkül tudja cserélni, hogy a dizájn szétcsúszna.

- **Kiértékelés:**

- ✓ **5-6 bejelölt pont:** Kiváló digitális infrastruktúra, a rendszer hatékonyan támogatja az értékesítést.
- ✓ **3-4 bejelölt pont:** Közepes hatékonyság, a felesleges adminisztráció és a mérési pontatlanság havonta jelentős bevételkiesést okoz.
- ✓ **0-2 bejelölt pont:** Elavult rendszer, a weboldal látogatókat és érdeklődőket veszít, azonnali technikai modernizáció és automatizáció szükséges.

5. BEVEZETÉSI ÜTEMTERV (4 HETES MEGVALÓSÍTÁSI MÁTRIX)

- **1. Hét: Tervezés és folyamatfeltárás**

A jelenlegi űrlapok, adatutak és manuális adminisztrációs pontok feltérképezése. A szükséges api kapcsolatok és jogosultságok rögzítése.

- **2. Hét: Webes felület és moduláris struktúra felépítése**

A dizájn kialakítása tiszta, oldalépítő-mentes forráskóddal, egyedi szerkesztői modulokkal és strukturált adatmezőkkel.

- **3. Hét: Automatizációs láncok és webhookok összekötése**

A crm, a számlázó és a naptárrendszer integrációja, tesztelések valós adatokkal és hibakezelési protokollok felállítása.

- **4. Hét: Mérések aktiválása és átadás**

A szerveroldali követőkódok (gtm, capi) élesítése, oktatóvideó átadása a csapatnak a modulok használatáról, és az éles indulás.