

De láttam, hogy valami elindult, van rá lehetőség, hogy az internet és a marketing segítségével eljuthasson az információ a célcsoportához.

Télen dolgoztam a rendszeren, szolgáltatásokká, csomagokká fejlesztettem *(belépő termék, csali, kosárérték növelés... hogyan fordítsam le mindezt egy építőipari vállalkozás szintjére, hiszen mi csak családi házakat újítunk fel???)*.

Jött a Marketing Szuperkonferencia márciusban, ahol rendteget tudtam meg, sok kapcsolatot építettem, mintát láttam.

Megjelentünk ezután a Construma a kiállításon, meglepő sikerrel, új megrendelőkkel gyarapodva.

Mivolt a trükk? A csalink! Én szeretem a kiállításokat, de nagyon utálok a sok-sok sétát, és hamar elfárad a derekam. Mások is ugyanezt mondták, így hoztunk egy masszórt, aki egy rövid hátmasszázsot adott a megfáradt látogatóknak.

Amíg a látogató felfrissült, addig a kollégák cserébe rögzítették az adatait, kikérdezték az otthonáról *(állandóan sor állt a standunk előtt... ☺)*. A napi regisztráltak között pedig a nap végén soroslunk szolgáltatáscsomagokat. Vannak vevők, és a beszállítóink, szakmai partnereink is máig emlegetik milyen jó is volt nálunk felfrissülni...

Ott fogalmazódott meg bennem, hogy a rendszer, a szolgáltatás már működik, össze van foglalva – és milyen jó lenne egy független szakmai tanácsnál megméretetni! Az utolsó pillanatban adtuk be a pályázatunkat a Magyar Termék Nagydíj tanácsa elé...

Aki bújt, aki nem: nevezünk!

Nagyon érdekes tapasztalat volt a pályázat megírása, mert a pályázati pontok feltöltésével tettem helyre bizonyos elemeket, egészítettem ki bizonyos hiányzó láncszemeket a szolgáltatás működésében. Már csupán ezért is megérte nevezni: ezt mindenkinek ajánlom, aki kezdő, mert sok olyan elem van a kiírásban, ami egy fogyasztónak fontos, de a mi oldalunkról nem látszik fontosnak, és ezt is kialakíthatja, pótolhatja közben...

A pályázatunkat hiánypótlás nélkül befogadták, sőt a telefonos egyeztetés során azt a visszajelzést kaptuk, hogy nem is hiszik el, hogy ezt mi ténylegesen is csináljuk, mert „ilyen nincs is”. Ennek azért mi örültünk – hiszen ahogy már említettem, mi úgy

érezzük, hogy ez a fajta megközelítés az energiahatékonyság kapcsán egy teljesen új szemléletmód, amely – véleményünk szerint – az elkövetkezendő évek irányítója lesz; trendet fog alakítani.

Versenyben

Mivel, mi nem tudtunk terméket bemutatni, „megkóstoltatni”, ezért nekünk a szolgáltatás teljes folyamatát kellett modellezni élesben.

Kaptunk egy lakáscímet, egy telefonszámot, ahol, mint egy új vevő esetében, végigcsináltuk a szolgáltatás elemeit. *(Időpont egyeztetés, felmérési jegyzőkönyv kitöltése, fényképek az ingatlanban a csekklista alapján, a szolgáltatás egyes elemeinek a bemutatása webes formában, a teljes dokumentálástól, az állapot felméréséig, a tényleges megoldási javaslat leadásáig bezárólag.)*

Mindenezek egy nagyon szoros határidőre, partneri konzultációk után kellett digitálisan és nyomtatva is leadni. Sőt, 3 hét alatt még egy kis reklámfilmet is le kellett forgatnunk és beadnunk a termék tanács elé, hogy a végleges elbírálás megtörténhessen.

Nagyon izgultunk, minden az utolsó pillanatra állt össze, a nyár közepén, a szabadságolás idejében raktuk össze a kisfilmet saját szerepléssel, narrációval, vágással, helyszínekkel. Én éreztem, és az egyes partneri visszajelzések alapján tudtam, hogy jó az irány, amit elkezdtünk, de szükségem volt egy visszaigazolásra is, melyet a Nagydíj Tanácsa adott meg.

A multiból világban voltak visszajelzések a munkámmal kapcsolatosan, mióta azonban vállalkozó lettem, igazi visszajelzés nem volt, hiányzott az elismerés, a dicséret, ez nagyon kellett, és a Magyar Termék Nagydíj ezt adta meg, bizonyítva a szakma előtt is jogosságunkat.

A többi már történelem

2012-ben a közel 260 terméknagydíjas cég között mindössze 7 -nek volt valamilyen jellegű kapcsolata az építőiparral – közöttük is a Paneldoctor volt az egyetlen, akik szolgáltatásunkért kaptak a díjat – a többi 6 mind építőanyaggyártó ...

2012. szeptember 4-én a Parlamentben volt a díjátadó. Azóta pedig számtalan megkeresés, elismerés részesei lehettünk, további kapcsolati tőkét és bizalmat is építve leendő megrendelőink felé.

