

14. fejezet

Facebook Lead Ads és webformok

Honnan jönnek az új érdeklődők? A Facebook-hirdetésekből és a weboldalad űrlapjaiból. Ebben a fejezetben mindkettőt bekötjük a CRM-be, hogy az új lead ne egy e-mailben landoljon, hanem azonnal, kész kapcsolatként kerüljön a rendszerbe — és rögtön elinduljon rajta a folyamat.

Szint: haladó · Becsült idő: 25 perc · Előfeltétel: 2., 3. fejezet

EBBEN A FEJEZETBEN

- Mi az a lead és miért kösd be
- Facebook-oldal csatlakoztatása
- Lead Ads űrlap mezőinek párosítása
- Új lead a CRM-ben — automatikusan
- Weboldali webform készítése
- Kalkulátor-webform (azonnali árajánlat)
- Lead-ek utánkövetése

14.1 Mi az a lead, és miért kösd be?

A **lead** egy friss érdeklődő, aki megadta az elérhetőségét — kitöltött egy Facebook-hirdetéshez tartozó űrlapot, vagy a weboldalad kapcsolatfelvevőjét. A cél, hogy ez a lead *ne* egy e-mail-értesítésben ragadjon meg (ahonnan kézzel kell átgépelni), hanem **azonnal kapcsolatként** jelenjen meg a CRM-ben, a megfelelő adatokkal és forrásjelöléssel. Így percekben belül reagálhatsz — és a gyors reakálás sokszor eldönti, kihez szerződik az ügyfél.

A SEBESSÉG PÉNZ

Egy parketta írárt érdeklődő gyakran több kivitelezőnek is ír. Aki elsőként, még aznap visszahív, hatalmas előnyben van. Ha a lead automatikusan a CRM-be kerül és rögtön kap egy feladatot (13. fejezet), te leszel az első.

14.2 Facebook-oldal csatlakoztatása

A Facebook (Meta) hirdetések „Lead Ads” formátuma egy űrlapot tesz a hirdetés alá — a felhasználó két kattintással beküldi a nevét, telefonszámát, e-mailjét. Hogy ezek a CRM-be jussanak, egyszer össze kell kötnöd a Facebook-oldaladat a rendszerrel.

- 1 Menj a **Marketing → Facebook** oldalra, és kattints a **Facebook csatlakoztatása** gombra.
- 2 Jelentkezz be a Facebook-fiókoddal, és engedélyezd a hozzáférést az oldaladhoz.
- 3 Válaszd ki, **melyik oldalt** és **melyik Lead Ads űrlapot** szeretnéd bekötni.
- 4 A rendszer ettől kezdve figyeli az új beküldéseket.

EGYSZERI BEÁLLÍTÁS

A csatlakoztatás egyszeri: ha megvan, minden új Lead Ads-beküldés magától érkezik. Ha később új hirdetési űrlapot indítasz, azt is bekötheted ugyanitt.

14.3 A mezők párosítása

A Facebook-űrlap mezői (pl. „Teljes név”, „Telefonszám”) nem feltétlenül egyeznek pontosan a CRM mezőivel. Ezért egyszer **párosítod** őket: megmondod, hogy a Facebook „Teljes név” mezője a CRM „Név” mezőjébe, a „Telefon” a „Telefonszám”-ba kerüljön. Az egyedi mezőidre (3. fejezet) is párosíthatsz — pl. ha az űrlapon rákérdezel a terület nagyságára, az a „Terület (m²)” egyedi mezőbe mehet.

Facebook űrlap → CRM mezők párosítása		
Facebook mező	→	CRM mező
Teljes név	→	Név
E-mail	→	E-mail
Telefonszám	→	Telefon
Hány m ² ?	→	Terület (m ²) egyedi

A forrás automatikusan „Facebook” lesz — így a riportokban látod, honnan jött a lead.

14.1. ábra. Mezőpárosítás. Egyszer beállítod, és onnantól minden beküldés a helyes CRM-mezőkbe kerül — az egyedi mezők is.

14.4 Új lead a CRM-ben — automatikusan

Ha megvan a párosítás, a folyamat magától megy: valaki kitölti a Facebook-űrlapot → néhány másodpercen belül új **kapcsolat** jön létre a CRM-ben, a párosított adatokkal, „Facebook” forrással, „érdeklődő” életciklussal. Innen már minden a megszokott: kaphat automatikus üdvözlő e-mailt (15. fejezet), bekerülhet egy sorozatba (11. fejezet), és felugorhat egy feladat, hogy hívd vissza (13. fejezet).

14.5 Weboldali webform

Nem csak a Facebookról jöhet lead: a saját weboldaladra is tehetsz egy **webformot** — egy kapcsolatfelvevő űrlapot, ami közvetlenül a CRM-be küld. A **Marketing → Webformok** alatt összeállítod a mezőket, a rendszer ad egy beágyazó kódot, amit a weboldaladba illesztesz. A beküldés innen is azonnal kapcsolatként jelenik meg, „Webform” forrással.

14.6 Kalkulátor-webform — azonnali árajánlat

A nHsCRM egyik erőssége a **kalkulátoros webform**: az űrlap nem csak adatot gyűjt, hanem a látogató válaszaiból *azonnal árat is számol*. A PadlóProfi weboldalán például a látogató beírja a terület nagyságát és kiválasztja a parketta típusát, mire az űrlap rögtön kiírja a becsült árat — és a lead adata (a beírt m², a választott típus, a kiszámolt ár) mind a CRM-be kerül.

Parketta ár kalkulátor — PadlóProfi

Terület (m²)

40

Parketta típusa

Világos tölgy ▾

Becsült ár

~ 701 200 Ft + ÁFA

Kérem a pontos ajánlatot

14.2. ábra. Kalkulátor-webform a weboldalon. A látogató azonnal lát egy becsült árat (ugyanaz a 701 200 Ft, mint a 7–8. fejezet kalkulációjában), és amikor pontos ajánlatot kér, minden adata a CRM-be kerül.

UGYANAZ A LOGIKA, MINT A KALKULÁCIÓS SABLON

A kalkulátor-webform ugyanazokra a képletekre és termékárakra épül, mint a belső kalkulációs sablon (7. fejezet). Egyszer felépítéd az árazást, és az mind a belső ajánlatnál, mind a weboldali kalkulátornál ugyanazt a — helyes — árat adja.

14.7 A lead-ek utánkövetése

A bekötés csak a kezdet — a lényeg, hogy reagálj. Állíts be úgy, hogy minden új lead rögtön kapjon egy visszahívó-feladatot, és lépjen be egy üdvözlő sorozatba. Így az érdeklődő pár percen belül kap egy jelet, hogy foglalkoznak vele, te pedig soha nem felejtessz el egyetlen beérkezett leadet sem. A forrásjelölés (Facebook / Webform) alapján később a riportokban (15. fejezet) azt is látod, melyik csatorna hozza a legtöbb — és a legjobb — ügyfelet.

ÖSSZEFOGLALVA

A Facebook Lead Ads és a webformok bekötésével az új érdeklődők automatikusan, kész kapcsolatként érkeznek a CRM-be, forrásjelöléssel és a helyes mezőkbe párosítva — a kalkulátor-webform még árat is számol nekik. A következő fejezetben ezt a sok szálát köttük össze: az automatizálással, ami magától cselekszik, és a riportokkal, amik megmutatják, mi működik.

