

MAI PUȚINE PRESUPUNERI. CERERI MAI CLARE.

Site-ul care pregătește o cerere bună

Un ghid de lucru pentru firme de servicii din București care vor să explice mai bine ce oferă și să pregătească discuții utile cu potențialii clienți.

Ce înseamnă o cerere bună?

Un mesaj în care afli serviciul dorit, contextul, termenul și următorul pas. Site-ul nu trebuie să încheie singur fiecare vânzare. Trebuie să ajute omul potrivit să înțeleagă dacă merită să vă cunoașteți.

Pentru cine este ghidul

Arhitecți, avocați, clinici dentare și medicale, firme de instalații, climatizare, electricitate, amenajări, construcții, consultanță și alte servicii care cer încredere înainte de cumpărare.

Cum îl folosești

Parcurge cele cinci teme, bifează lista finală și alege trei îmbunătățiri pentru următoarele 30 de zile. Lucrează pe o pagină de serviciu reală, înainte să extinzi schimbarea în tot site-ul.

În cele 7 pagini

1. Obiectivul site-ului • 2. Pagina de serviciu • 3. Vizibilitate locală
4. AI și încredere • 5. Măsurare • 6. Cererea și programarea
7. Planul tău de lucru

Ghid orientativ. Nu promite poziții în Google, apariții în răspunsuri AI sau rezultate comerciale garantate.

O pagină care răspunde înainte să vândă

Alege un singur serviciu important. Vizitatorul trebuie să înțeleagă repede ce rezolvi, pentru cine și cum începe colaborarea.

Spune ce oferi, în limbajul clientului

Titlul numește serviciul. Subtitlul explică situația în care ajuți. Evită formule precum „soluții complete” dacă nu urmează imediat o explicație concretă.

Arată ce include și unde se termină

Describe livrabilele, etapele, ce trebuie să furnizeze clientul și ce se cotează separat. Dacă prețul depinde de proiect, explică factorii care îl modifică și cum se obține o ofertă.

Folosește dovezi care pot fi verificate

Prezintă proiecte reale cu acordul celor implicați. Înainte/după înseamnă același proiect și un context explicat. Dacă este o demonstrație, etichetează-o. Nu inventa recenzii, rezultate sau clienți.

Un pas următor clar

Alege o acțiune principală: solicitarea unei discuții, trimiterea unui proiect sau cererea unei oferte. Spune ce se întâmplă după trimitere. Afișează un termen de răspuns doar dacă îl poți respecta.

- ☐ Oferta se înțelege fără să citești tot meniul.
- ☐ Există un exemplu relevant și limitele serviciului sunt explicate.
- ☐ Butonul principal funcționează pe telefon.

Bucureștiul merită conținut specific

O pagină locală utilă explică felul în care poți presta serviciul în acea zonă. Simplul nume al orașului repetat în text nu este o strategie.

Pornește de la serviciile pe care le prestezi

Construiește câte o pagină substanțială pentru serviciile distincte. Include procesul, condițiile, întrebările de achiziție și exemplele relevante. Nu multiplica aceeași pagină schimbând doar orașul sau industria.

Spune adevărul despre prezența locală

Precizează dacă lucrezi online, la sediul clientului sau într-o locație proprie. Nu prezenta un birou, o adresă sau o echipă în București dacă nu există. Datele de contact trebuie să fie consecvente.

Leagă articolele de o decizie reală

Exemple de teme: „Ce informații pregătești înainte să ceri o ofertă?”, „Ce include mentenanța unui site?” sau „Cum compari două propuneri SEO?”. Fiecare articol trimite către serviciul relevant și explică următorul pas.

Verifică elementele de bază

Titluri și descrieri unice, structură logică de subtitluri, imagini comprimate și text alternativ descriptiv. Verifică indexarea, linkurile interne și experiența pe mobil. FAQ trebuie să răspundă întrebărilor reale ale acelei pagini.

Exercițiu: notează trei întrebări pe care le auzi la telefon înainte de ofertă. Fiecare poate deveni o secțiune sau un articol util.

Folosește AI ca asistent editorial

AI poate ajuta la organizarea ideilor și la primele variante de text. Responsabilitatea pentru ceea ce publici rămâne la afacerea ta.

Oferă informații pe care le poți susține

Pregătește un dosar cu serviciile, limitele, procesul, experiența verificabilă și întrebările clienților. Cere asistentului să marcheze informațiile lipsă în loc să le completeze prin presupuneri.

Revizuieste înainte de publicare

Verifică nume, date, tarife, disponibilitate și orice rezultat afirmat. Pentru domenii reglementate, cere verificarea specialistului responsabil. Un text fluent poate conține informații greșite.

Scrie pentru întrebări concrete

Folosește răspunsuri directe și explică termenii. Arată cine oferă serviciul, cum poate fi contactat și când a fost actualizat materialul. O structură clară îi ajută pe cititori să evalueze conținutul.

Protejează informațiile clienților

Nu introduce în instrumente publice nume, documente, date medicale, informații juridice confidențiale sau secrete comerciale. Folosește exemple anonimizate și verifică regulile interne înainte de orice prelucrare.

Prompt de lucru

„Din aceste informații confirmate, propune o pagină pentru serviciul X. Nu inventa fapte. Marchează ce lipsește. Include procesul, limitele, cinci întrebări utile și un pas următor clar.”

Măsoară cererile, apoi calitatea lor

Vizitele sunt context. Pentru o firmă de servicii contează ce fel de cereri primește și cât de bine se potrivesc cu oferta.

Definește ce contează ca solicitare

Separă trimiterea reușită a formularului, programarea confirmată și simplul clic pe telefon sau WhatsApp. Un clic nu dovedește că a avut loc o conversație, iar deschiderea unei pagini nu înseamnă vânzare.

Testează fluxul până la capăt

Trimite o solicitare de test de pe telefon. Verifică mesajul de succes, pagina de mulțumesc, recepția solicitării și eventualul email. Dacă există calendar, verifică intervalul, fusul orar și confirmarea programării.

Ține o evidență simplă

Pentru fiecare cerere notează sursa, serviciul, data, dacă este relevantă și următorul pas. Folosește un identificator intern și colectează doar informațiile de care ai nevoie. Nu trimite date personale în etichete de analiză.

Compară perioade și context

Urmărește cererile relevante și programările, alături de volumul de vizite și schimbările făcute. Notează sezonabilitatea, campaniile și modificările de ofertă. Nu atribui automat unei singure schimbări toate rezultatele.

- ☐ O solicitare de test ajunge la persoana responsabilă.
- ☐ Pot distinge clicurile de solicitările finalizate.
- ☐ Știu câte cereri au fost relevante și de ce.

Pregătește o conversație utilă

Un formular scurt și o confirmare clară reduc schimburile inutile. Cere întâi contextul necesar pentru a decide următorul pas.

Câmpuri de început

Nume, o modalitate de contact, serviciul dorit și o scurtă descriere. Adaugă URL-ul site-ului dacă este relevant. Bugetul sau intervalul lunar poate fi opțional și trebuie explicat ca reper de planificare.

Ce apare pe pagina de mulțumesc

Confirmarea exactă a acțiunii finalizate, pasul următor și o cale de contact. Nu spune „programare confirmată” dacă ai primit doar o cerere. Nu expune datele persoanei în URL sau pe o pagină publică.

Pentru apelurile primite direct

Folosește o pagină internă protejată pentru a înregistra solicitarea și intervalul discutat. Confirmă disponibilitatea înainte să promiți ora. O adresă greu de ghicit sau eticheta „noindex” nu protejează datele clienților.

Pregătirea întâlnirii

Cere clientului să aducă obiectivul, serviciul prioritar, site-ul actual, ce a încercat și termenul dorit. Explică dacă întâlnirea este online, cât durează și dacă are cost, înainte de confirmare.

Despre investiția lunară

Un simulator oferă doar o estimare orientativă. Arată ipotezele, ce include, dacă TVA este inclus și ce este separat. Diferențiază costul inițial de abonamentul lunar; nu prezenta un abonament ca plată în rate.

Trei îmbunătățiri în următoarele 30 de zile

Începe cu blocajul care împiedică o cerere reală: claritatea ofertei, încrederea sau funcționarea formularului.

- ☐ Pagina explică serviciul, clientul potrivit și ce include.
- ☐ Prezența în București și modul de lucru sunt descrise corect.
- ☐ Dovezile sunt reale; demonstrațiile sunt marcate.
- ☐ FAQ răspunde întrebărilor specifice serviciului.
- ☐ Formularul și pagina de mulțumesc au fost testate.
- ☐ Programările și solicitările ajung la persoana responsabilă.
- ☐ Conținutul asistat de AI a fost verificat de un om.
- ☐ Pot urmări cererile relevante fără a expune date personale.

Săptămâna 1: repară și clarifică

Testează formularul și rescrie începutul paginii principale de serviciu. Notează situația inițială și data modificărilor.

Săptămânile 2-3: adaugă o dovadă și un răspuns

Publică un exemplu verificabil și un articol care răspunde unei întrebări de cumpărare. Leagă-le de serviciul potrivit.

Săptămâna 4: discută ce ai observat

Analizează cererile primite. Identifică întrebările rămase și alege următoarea schimbare pe baza lor.

Vrei să aplici lista pe site-ul tău?

Pregătește adresa site-ului, serviciul prioritar și obiectivul tău. Găsești opțiunile de contact și colaborare pe marcelfelix.com.