

KODULEHE KIIRTEST

Kas **AI** päästab su kodulehe?

6 küsimust, millele klient
su kodulehelt vastust otsib
– ja kuidas puudused parandada.

Ka korralik koduleht võib jätta
kliendi kõhklema. Asi pole alati
kujunduses, vaid selles, mida
ta lehelt teada ei saa.

ENNE KUI KLIENT EDASI LOEB

Kas ta on õiges kohas?

Al üksi ei päästa. See võib teenust selgitada, kuid puuduvaid vastuseid tuleb kõigepealt teada. Ava oma koduleht telefonis. Vaata, mis on seal päriselt kirjas, mitte mida sa ise oma ettevõttest tead.

01 Kas see teenus sobib mulle?

Kui su avalehe pealkiri sobiks muutmata kujul ka konkurendi lehele, ütleb see kliendile liiga vähe.

EBAMÄÄRANE

„Usaldusväärsed IT-lahendused asjatundjalt.”

SELGEM

„Microsoft 365 kasutuselevõtt ja kasutajatugi väikestele ettevõtetele Tallinnas ja Harjumaal.”

Teine variant ütleb, mida pakutakse, kellele ja kus. Sa ei pea kõigile meeldima. Õige klient peab aru saama, kas teenus võiks talle sobida.

TEE NII · Loe avalehe pealkirja nii, nagu ettevõtte nime polekski. Kas võõras inimene saaks aru, millega tegeled ja kellele teenus mõeldud on? Kui ei, kirjuta pealkiri selgemaks.

02 Kas te saate mu olukorrast aru?

Klient ei otsi ilusaid omadussõnu. Ta tahab abi murele, mida ta juba tunneb.

Kontorihaldur võib olla tüdinenud küsimisest, millal kokkulepitud hooldustööd lõpuks tehtud saavad. „Paindlikud ja kliendikesksed haldusteenused” ei anna talle vastust.

Teda huvitab hoopis see, kuidas töö kokku lepitakse, kes annab edenemisest teada ja kelle poole probleemiga pöörduda.

TEE NII · Mõtle viimastele klientidele. Mis pani neid abi otsima? Võta üks korduv päris olukord ja kirjelda oma lehel, kuidas sinu teenus selle lahendab.

Juhendi ettevõtte- ja teenusenäited on väljamõeldud, kui pole öeldud teisiti.

OSTUOTSUSE PÕHIKÜSIMUSED

Mida saan ja miks peaksin uskuma?

Hea teenusekirjeldus ei sunni klienti olulisi üksikasju ise välja uurima.

03 Mida ma täpselt saan ja mis see maksab?

Teenuse nimetus ei ütle veel, mida klient ostab.

„Raamatupidamisteenus ettevõtetele” nimetab valdkonna, kuid ei selgita töö sisu, vastutust ega hinda. Kui need asjad jäävad lahtiseks, on teenusepakkuja raske võrrelda.

Saad

Igakuise raamatupidamise ja kokkulepitud aruande.

Sinult vajame

Algdokumente kokkulepitud kujul.

Eraldi kokkuleppel

Majandusaasta aruanne ja lisatööd.

Hind

Fikseeritud tasu või selgitus, millest hind sõltub.

TEE NII · Lisa oma põhiteenuse juurde need neli alapealkirja. Täida need ainult sellise teabega, mis sinu ettevõttes tõesti kehtib.

04 Miks ma peaksin teid uskuma?

„Professionaalne ja usaldusväärne” on lihtne kirja panna. Tõendus on midagi muud.

Usaldust võib toetada kliendi loal avaldatud soovitus, foto tehtud tööst või tegelik töönäidis. Kui päris kliendilugusid veel pole, võib selgelt märgistatud näide näidata tööpõhimõtet, kuid ei tõesta varasemaid tulemusi.

NÄIDE

Koristusettevõtte võiks näidata tööplaani näidist: ruumid, kokkulepitud tegevused ja koristussagedus. See aitab teenust ette kujutada, kuid ei tõenda tehtud töö kvaliteeti.

TEE NII · Asenda üks üldsõnaline lubadus kontrollitava teabe, päris töö näite või selgelt märgistatud näidismaterjaliga.

KUI KLIENT ON JUBA HUVITATUD

Kuidas see käib ja mis saab edasi?

05 Kuidas teenus päriselt toimib?

Klient võib pakkumisest aru saada, kuid ikkagi mitte mõista, mis pärast kokkulepet juhtuma hakkab.

- 1. Selgitame vajaduse.** Klient annab teada kontori asukoha, suuruse ja soovitud koristussageduse.
- 2. Lepime töö kokku.** Paneme kirja ruumid, tegevused ja käikude sageduse.
- 3. Lepime kokku ülevaatus.** Määrame, kuidas tehtud töö fikseeritakse ja puudustest teada antakse.

Kus tuleb mängu AI? Lühike AI-esitlusvideo võib samu samme selgitada kõne ja pildi abil. See täiendab arusaadavat teksti, mitte ei asenda seda.

EESTIKEELNE NÄIDIS · SELGITUSVIDEO

Raamatupidamisteenus: enne ja pärast, selgitusvideo ning üleandmismaterjal

Väljamõeldud näide, mitte päris klienditöö. Näed, kuidas teenuse kirjeldust saab selgemaks muuta ja mis materjalid selleks koostatakse.

[Ava eestikeelne näide ↗](#)

[Vaata AI-esitlusvideote näiteid ↗](#)



TEE NII · Kirjelda oma teenuse kõik kolme päris sammuna. Videot kaalu vaid siis, kui see aitab neist sammudest paremini aru saada.

06 Mis juhtub, kui võtan ühendust?

Kui klient on huvitatud, ei tohiks ta nupule vajutamise tagajärgi oletama hakata.

AINULT NUPP

„Võta ühendust.”

SELGEM JÄRGMINE SAMM

„Küsi kontorikoristuse pakkumist. Märgi kontori asukoht, ligikaudne suurus ja soovitud koristussagedus. Vaatame andmed üle ja võtame pakkumise koostamiseks ühendust.”

TEE NII · Ütle kontaktinupu juures, millist teavet vajad ja mis pärast sõnumi saatmist toimub. Kui päring ei kohusta ostma, ütle ka seda.

SELGED VASTUSED, ILMA MÜÜGISURVETA

Neli küsimust enne otsust

Enne kui maksad kodulehe uuendamise või AI-esitlusvideo eest, tasub küsida:

01

Kas AI ei võiks mu kodulehetekstid ise kirjutada?

Võib küll. Ka SvereSystems kasutab tekstitöö eri etappides tehisintellekti. Aga AI ei tea ise sinu teenuse täpset sisu, vastutust ega piiranguid. Selleks on vaja õigeid lähteandmeid. Valmis tekst ja iga faktiväide tuleb üle kontrollida.

Peaasi: AI aitab mustandit kiiremini teha. Usaldusväärne tekst vajab tõeseid andmeid.

02

Kas esmalt poleks vaja rohkem külastajaid?

Ilma külastajateta ei teki veebilehe kaudu ka päringuid. Kuid suurem liiklus ei paranda ebaselget pakkumist. Vaata eraldi, kuidas inimesed su lehele jõuavad ja mida nad seal teenuse kohta teada saavad.

Peaasi: Nähtavus toob inimese kohale. Selge sisu aitab tal teenust hinnata.

03

Kas pean kogu kodulehe uuesti tegema?

Mitte tingimata. Kui praegune veeb toimib ja seda saab mõistlikult muuta, võib piisata pealkirja, teenusekirjelduse ja kontaktijuhiste parandamisest. Uus veeb on põhjendatud siis, kui olemasolev pole enam sobiv alus.

Peaasi: Alusta puudusest, mitte eeldusest, et vajad uut kodulehte.

04

Mis siis, kui ma ei oska ise veebilehte muuta?

Selle testi abil saad ikkagi teada, milline teave puudu on. Valmis tekstid ja selged muudatusjuhised võid anda oma veebihaldurile. SvereSystems koostab kokkulepitud materjalid, kuid ei muuda kliendi sisuhaldussüsteemi ega avalda veebilehte.

Peaasi: Sisu koostamine ja avaldamine on kaks eri tööd. [Vaata avaldamisjuhendit](#) ↗

Ära maksa uue lahenduse eest enne, kui tead, millisele kliendi küsimusele su leht veel vastust ei anna.

Koostaja: Sven Saksakulm, SvereSystems'i asutaja · Sveresa, Soome · äriregistri tunnus 3592316-3 · info@sveresystems.com. Näited ei ole lõpetatud kliendiprojektid.

SINU KIIRTESTI TULEMUS

Mis on su kodulehel puudu?

Hinda ainult seda, mida klient **täna su kodulehel päriselt näeb** – mitte seda, mida sa ise ettevõttest tead. Märgi igas reas üks vastus.

Kliendi küsimus	Jah	Osaliselt	Ei
1. Kas on kohe selge, kellele teenus sobib?	☐	☐	☐
2. Kas klient tunneb oma olukorra ära?	☐	☐	☐
3. Kas töö sisu ja hinnastamine on selged?	☐	☐	☐
4. Kas olulised väited on põhjendatud?	☐	☐	☐
5. Kas teenuse käik on arusaadav?	☐	☐	☐
6. Kas klient teab, mis päringule järgneb?	☐	☐	☐

Paranda esmalt üks asi, mitte kuut korraga.

Kas kusagil vastasid „Ei“? Alusta esimesest sellisest punktist. Küsimused järgivad kliendi teekonda: sobivusest päringuni.

Kas vastasid ainult „Jah“ ja „Osaliselt“? Alusta esimesest osalisest vastusest.

Kõik vastused olid „Jah“? Palu kellelgi, kes su ettevõtet ei tunne, sama kontroll läbi teha.

Seejärel: Muuda üht asja ja vaata, kas selgitus on nüüd võõrale inimesele arusaadavam.

JÄRGMINE SAMM

Al ei ole otsetee usalduseni.

Saad oma tekste ise parandada. Kui eelistad abi, koostab SvereSystems kokkulepitud kodulehetekstid ja muudatusjuhised. Al-esitlusvideo on valikuline. Teenuse sisu, vastutus ja kehtivad hinnad on teenuselehel.

[Vaata teenuseid ja hindu →](#)

Kas soovid projektiga edasi minna?

Projektipäring ei ole tellimus ega kohusta maksma. Sobiva projekti korral saad enne arvet kirjaliku kinnituse. Töö algab pärast täismahus tasumist; veebilehe avaldamise eest vastutad sina või sinu tehniline partner.

[Saada projektipäring ↗](#)