

SZABLON OPERACYJNY

Szablon kadencji follow-up dla biura nieruchomości

Gotowy harmonogram kontaktu z leadem, oparty na danych Velocify, Yesware i Follow Up Boss. Około 93% skonwertowanych leadów udaje się złapać do 6. próby kontaktu. Ten szablon układa te 6 prób w czasie tak, aby każda niosła nową wartość.

Warstwa 1, follow-up sprzedaży: 6 prób w 14 dni

Kadencja gęsta na początku (front-loaded), zgodnie z analizą 33 mln wiadomości Yesware. Każda próba niesie nową wartość. To nie jest sześć kopii tej samej wiadomości.

PRÓBA	DZIEŃ	KANAŁ	CEL WIADOMOŚCI
T1	Dzień 1, od razu (cel: poniżej 5 min)	SMS i e-mail	Potwierdzenie przyjęcia zapytania i konkret z formularza (dzielnicza, oferta).
T2	Dzień 2	Telefon	Krótką rozmowa kwalifikująca, jedno konkretne pytanie.
T3	Dzień 5	E-mail	Nowa wartość: 1 do 2 dopasowanych ofert lub dane o dzielnicy.
T4	Dzień 7	Telefon, inna pora dnia	Druga próba telefoniczna. Kto nie odbiera o 11:00, często odbiera o 18:00.
T5	Dzień 12	SMS lub e-mail	Przypomnienie z nowym elementem (raport rynkowy, nowa oferta).
T6	Dzień 14	E-mail	Wiadomość jawnie zamykająca temat. Najskuteczniejszy moment kadencji.

Warstwa 2, nurture: od 15 do 90 dni

- **Maksymalnie 6 wysyłek w 90 dni.** To dolny limit zespołów osiągających 5 do 7% konwersji (Follow Up Boss).
- **Komunikacja eventowa, nie kalendarzowa:** nowa oferta w kryteriach klienta prowadzi do SMS-a, spadek stóp procentowych do e-maila.
- **Wygazanie kontaktu (sunset):** wycofaj kontakt po 3 do 6 miesiącach bez żadnej interakcji. To warunek dostarczalności, nie tylko dobra praktyka.

Zasady, które decydują o skuteczności

- Każda próba niesie **nową wartość**: ofertę, raport albo pytanie. Nigdy kopię poprzedniej wiadomości.
- **Mieszaj pory dnia i kanały.** SMS na potwierdzenie, e-mail na materiały, telefon na rozmowę.
- **Ostatnia wiadomość jest jawnie ostatnia.** "Jeśli nie odezwie się Pan/Pani w tym tygodniu, zamknę sprawę po naszej stronie" to psychologicznie najskuteczniejsza wiadomość w całej kadencji.

- **Higiena listy:** nie wysyłaj kolejnych e-maili do kontaktu bez otwarcia od 3 miesięcy (wymogi Gmail i Yahoo z lutego 2024 r.).

Granica prawna (RODO i PKE)

- Zapytanie przychodzące pokrywa **ograniczony follow-up przez około 30 dni** na podstawie RODO Art. 6(1)(b) oraz (f).
- Komunikacja po 30. dniu lub marketing generyczny wymaga **osobnej zgody kanałowej (PKE Art. 398)**, odrębnej dla SMS, e-maila i telefonu.

Domuris prowadzi tę kadencję automatycznie.

Trzystopniowy follow-up (konfigurowalny do około 10 kroków), nurture do 6 wysyłek przez 90 dni, godziny ciszy ze strefą czasową i opt-out per kanał, bez ręcznego pilnowania kalendarza. Sprawdź na własnych ofertach: domuris.com/pilot