



MTS Sales Compass

Az **MTS** rendszer válasza a megváltozott
környezet kihívásaira (2025 Q4 – 2026)

Magyar B2B Gazdasági Környezet Elemzése 2025 Q4 – 2026 nyomán kialakított stratégiai háttér

Hogyan illeszkedik az MTS rendszer a megváltozott gazdasági környezethez?

Az MTS, vagyis MoreThanSales egy olyan komplex értékesítési keretrendszer, amelyet éppen az utóbbi években tapasztalt változékony üzleti környezet hívott életre. Lényege, hogy adatvezérelt, rugalmas és rendszerszintű megoldást nyújt a B2B értékesítésben, szemben a hagyományos kampány-centrikus megközelítéssel. A megváltozott gazdasági környezetben ahol az üzleti bizalom hullámzó, a ciklusok hosszúak és a büdzsék bizonytalanok az MTS rendszer éppen stabilizáló keretként működik.

Elsősorban az MTS a valódi üzleti adatokra épít és folyamatosan mér. Minden aktivitást nyomon követ, és az így kapott visszajelzések alapján kiegyensúlyozott finomhangolást végez a stratégiában (szemben az eseti kampányokkal, ahol a kiértékelés után gyakran teljesen új ötletbe kezdenek). Így az MTS gyorsan alkalmazkodik a környezet változásaihoz: ha például a makrogazdasági helyzet miatt csökken a válaszadási hajlandóság, az MTS rendszer adatai ezt azonnal kimutatják, és módosíthatók az üzenetek, a célcsoport vagy a csatorna. Ebben a bizonytalan időszakban különösen fontos ez az iteratív szemlélet – az igazi érték nem a startnál, hanem az iterációban rejlik.

Továbbá az MTS összekapcsolja a marketinget és az értékesítést egy egységes struktúrába. A rendszer úgy épül fel, hogy "a kommunikáció összeér az értékesítéssel" magyarul az érdeklődőkkel folytatott marketing kommunikáció folyamatosan adja át a stafétát a sales-folyamatnak m.facebook.com. Ez illeszkedik ahhoz a trendhez, hogy a sales ciklus elejétől a végéig konzisztens élményt kell nyújtani a vevőnek. A megváltozott környezetben – ahol a vevők bizalmatlanabbak és alaposabbak – az MTS biztosítja, hogy ne legyen törés a folyamatban: a döntéshozókra szabott narratívák már a korai kapcsolatépítéstől jelen vannak, és végigkísérik a vevőt a döntésig.

az MTS rendszer beleillik a 2025–2026-os világ kihívásaiba azzal, hogy egy adatvezérelt, alkalmazkodó keretet ad. Legyen szó inflációs sokkról, új piaci trendről vagy éppen változó vevői preferenciáról, az MTS nem statikus kampányterv, hanem egy dinamikus értékesítési ökoszisztéma, ami képes folyamatosan fejlődni a környezeti inputok alapján.

Miért kínál az MTS szemlélet stabilitást és előnyt bizonytalan makrogazdasági környezetben?

Egy bizonytalan makrogazdasági helyzetben – ahol bármikor jöhet egy negatív sokk, szigorítás vagy épp kereslet-visszaesés – a hagyományos értékesítési stratégiák könnyen sebezhetővé válnak. Például egy kizárólag nagy rendezvényekre és reklámkampányokra építő értékesítési stratégia szenvedhet, ha hirtelen visszaesik a piac vagy a büdzséket megvágják. Ezzel szemben az MTS szemlélet kifejezetten az ilyen volatilitás kivédésére alkalmas, több okból is:

Folyamatos pipeline-építés: Az MTS nem engedi, hogy a sales tölcser kiürüljön. Mivel nem kampányszerűen, hanem folyamatosan generálja és érleli a leadeket, stabil leadfolyamot biztosít még nehezebb időkben is. Ez óriási előny, hiszen egy bizonytalan környezetben a cégek gyakran azzal szembesülnek, hogy megcsappan az érdeklődők száma. Az MTS módszertan viszont gondoskodik róla, hogy “folyamatosan töltve legyen a sales-naptár”, mindig legyenek potenciális ügyfelek, akikkel érdemi beszélgetést lehet folytatni pentamedia.hu. Ez kiszámíthatóságot ad az értékesítési tervezésnek, ami maga a stabilitás záloga.

Minőségre fókuszt és hatékonyságot: Az MTS nem a tömegre, hanem a személyre szabásra helyezi a hangsúlyt, és nem “elad”, hanem érlel, kapcsolatokat épít” pentamedia.hu. Magyarul a bizonytalan időkben, amikor minden forint számít, az MTS segít a forrásokat a legígéretesebb lehetőségek feléallokálni. Ahelyett, hogy drága hirdetések mennének olyan közönségre, amelynek csak töredéke releváns, az MTS célzott kapcsolatépítést végez döntéshozói szinten. Így a sales csapat ideje is hatékonyabban hasznosul: “a sales csapat valóban érdemi beszélgetésekre fókuszt állhat”, mert az MTS által szállított leadok már kvalifikáltak pentamedia.hu. Bizonytalan környezetben ez versenyelőnyt jelent – kevesebb elvesztegetett erőforrás, jobb konverziós arány, magasabb ROI.

Gyors reagálás a változásra: Az MTS beépített visszamérési mechanizmusai (MTS Sales Compass KPI-k) révén hamar jelzi, ha változás történik a piaci környezetben.

Legyen szó ügyfél-viselkedés változásról (pl. kevesebben nyitják meg az e-maileket) vagy makrotrend hatásról (pl. egy szektor hirtelen leáll a beruházásokkal), az MTS csapata és rendszere ezt az adatokat elemezve gyorsan be tud avatkozni – finomít az üzeneteken, új szegmenseket céloz, módosítja a kapcsolatfelvételi csatornákat stb. Így az MTS szemléletű cég nem kiszolgáltatott a viharoknak, hanem proaktívan alkalmazkodó. Ez a fajta agilitas nyugalmat és stabil teljesítményt ad, még ha a piacon viharok is dúlnak.

Ügyfélkapcsolatok erősítése: Ne feledjük, hogy bizonytalan időkben az ügyfelek is biztonságot és megbízhatóságot keresnek. Az MTS szemlélet alapja a kapcsolatépítés és bizalom. Mivel nem erőltetett értékesítés zajlik, hanem hasznos tartalmakkal, folyamatos jelenléttel építik a viszonyt, a potenciális vevők az MTS által támogatott kommunikációt nem tolatkodónak, hanem segítőkésznek érzik pentamedia.hu. Így amikor eljön a döntés ideje, nagyobb bizalommal fordulnak ahhoz a céghez, amelyik ilyen módon ápolta őket. Ez hűségesebb ügyfeleket és stabilabb bevételeket eredményez hosszú távon.

Az MTS szemlélet stabilitást nyújt a viharos időkben azáltal, hogy folyamatos, adattal alátámasztott, vevőközpontú értékesítési folyamatot működtet. Olyan, mint egy automata hajó, ami a hullámozó makrogazdasági tengeren is tartja az irányt és a tempót, mert állandóan korrigál és nem egyszeri motorlökésekkel (kampányokkal) halad, hanem kitartóan evez. Ez a megközelítés versenyelőnyhöz juttatja a cégeket: miközben mások kiszámíthatatlan eredményeket produkálnak, egy MTS-t alkalmazó vállalat kiegyensúlyozottan tud teljesíteni, és akár piacot is szerezhetsz a bizonytalanul forduló verseny társak rovására.

Kik profitálhatnak legjobban az MTS digitális SDR, Lead4Sales + LinkedIn és SalesVoice AI moduljaiból?

Az MTS rendszer több modulból épül fel – például Digitális SDR szolgáltatás, Lead4Sales + LinkedIn kapcsolatérlelő rendszer és SalesVoice AI hangalapú asszisztens.

Ezek a modulok együttesen lefedik a teljes értékesítési tölcser különböző szakaszait, és külön-külön is specifikus előnyöket nyújtanak. Milyen cégek számára ideálisak ezek? Jellemzően azok profitálnak a legtöbbet, amelyeknél:

Hosszú a döntési ciklus és komplex a sales folyamat: Olyan közép- és nagyvállalatok, amelyek hosszú döntési ciklusban dolgoznak, és ügyfeleik több érintés után, a saját tempójukban válnak ügyféllé. Számukra a Lead4Sales + LinkedIn modul például kifejezetten hasznos, hiszen **“a döntési ciklus elejét és közepét kezeli, célzott üzenetekkel és folyamatos jelenléttel elvezetve az ügyfelet a tárgyalásig”**. Így a sales csapatnak csak az igazán érett, komoly szándékú érdeklődőkkel kell foglalkoznia pentamedia.hu. Azok a cégek, ahol ritka az “instant” eladás, hanem hónapokig tartó tárgyalás előzi meg a szerződést, imádni fogják, hogy az MTS digitális rendszere melegen tartja a leadeket ez idő alatt is.

Hiányzik vagy gyenge a proaktív ügyfélszerzésük: Sok B2B vállalat remek termékkel rendelkezik, de nincs kiépített outbound értékesítése – eddig talán ajánlásokból vagy bejövő érdeklődőkből éltek. Nekik az MTS digitális SDR modulja életmentő lehet. A digitális SDR kvázi egy külső erőforrásként végzi el azt a munkát, amit egy hagyományos értékesítői csapat csak sok idővel és munkaerővel tudna: hideg és meleg megkereséseket indít, előminősíti az érdeklődőket, időpontot egyeztet. Ahogy egy példában láttuk, a kiszervezett/proaktív megkeresés lerövidítheti az időt, míg az érdeklődőből ügyfél lesz, és csak a valóban releváns leadeket terheli a cég értékesítőire proertesitesiaademia.hu. Az ilyen modulból leginkább a kis- és középvállalatok profitálnak, amelyek nem engedhetik meg maguknak, hogy nagy telemarketing vagy SDR csapatuk legyen – az MTS révén mégis skálázhatják az ügyfélszerzést, rugalmasan és költséghatékonyan.

Nagy ügyfélszámú, adatvezérelt megközelítést igénylő cégek: Olyan vállalatok, amelyek nagy ügyféldatbázissal dolgoznak vagy széles potenciális vevőkörük van (pl. több száz vagy ezer célcég), szintén rengeteget nyernek az MTS moduljaival.

SalesVoice AI modul például lehetővé teszi, hogy rövid idő alatt nagy mennyiségű ügyfeladatbázist érjenek el telefonhívásban. Az első belépő pont a kontakt validálás funkció amikor ellenőrizzük a kontaktokhoz elérhető számokat a következő szint az automatizált, mégis természetes hatású beszélgetések által pentamedia.hu. Az profitál igazán ebből, akinek sok potenciális ügyfelet kell megszólítania, de a humán kapacitása kevés erre – tipikusan ilyenek lehetnek pl. egy SaaS szolgáltató, aki rengeteg KKV-t céloz, vagy egy exportpiacra készülő gyártó, aki sok külföldi partnert keres. A SalesVoice AI skálázható és folyamatos kapcsolatfelvételt tesz lehetővé, ami ezeknek a cégeknek aranyat ér, hiszen időt és munkaerőt spórol, miközben nem maradnak ki lehetőségek. Ráadásul integrálható a meglévő CRM-be és call-center infrastruktúrába, így a nagyvállalati környezetbe is könnyen beilleszthető pentamedia.hu.

Innovatív, növekedésre törekvő vállalatok: Azok a cégek, amelyek stratégiai célja a gyors növekedés és mérethatékonyság, szintén kiemelt haszonélvezői az MTS moduljainak. Számukra fontos, hogy az értékesítési folyamat ne legyen szűk keresztmetszet. Az MTS moduljai – digitális SDR, <https://www.pentamedia.hu/lead4sales> Lead4Sales, SalesVoice AI – mind abban segítenek, hogy a sales folyamat felpörgethető legyen az igények szerint, anélkül hogy arányosan növelni kellene a létszámot. Például ha egy cég hirtelen új piacra lép vagy kampányszerűen sok leadet szerez (pl. kiállításon), az MTS rendszer könnyen felveszi a tempót és nem veszik el egy érdeklődő sem, mert a digitális modulok automatikusan kezelik a beáramló kapcsolatokat. IT/tech szektorban különösen igaz ez: ott a digitális affinitás magas, és az ilyen cégek örömmel adják át a repetitív feladatokat az MTS AI moduljainak, míg az emberi csapat a magasabb szintű tárgyalásokra koncentrál.

Az MTS moduljai szinte minden olyan B2B cégnek értéket adnak, ahol fontos a rendszeres, professzionális ügyfélszerzés és -érlelés. Kiemelten hasznosak azonban azoknak a vállalatoknak, amelyek komplex, hosszú ciklusú üzleteket visznek, illetve amelyek növekedni akarnak, de erőforrásaikat okosan kell beosszák.

Az MTS digitális SDR és Lead4Sales + LinkedIn moduljai gondoskodnak arról, hogy ne maradjon ki egyetlen kapcsolat sem, minden potenciális ügyféllel felépüljön a kapcsolat a maga idejében pentamedia.hu. A SalesVoice AI pedig gondoskodik arról, hogy mindez új dimenzióba lépjen a skálázhatóság terén, kímélve az emberi erőforrást. Az eredmény az ilyen cégeknél egy produktív, modern értékesítési gépezet, ami a bizonytalan időkben is stabilan termeli az új lehetőségeket és bevételt. Ahogy a Lead4Sales + LinkedIn filozófiája is mondja: "B2B-ben ritka, hogy egy első megkeresés után szerződés születik" – de **az MTS modulok együtt elérik, hogy a döntéshozó lépésről lépésre végig legyen vezetve ezen az úton, amíg végül kimondja: „Most jött el a pillanat, hogy beszéljünk.”**