

# Ami nem látszik, az nem játszik.

---

Sales & Marketing a gyakorlatban

*Petrányi Zoltán a Petrányi cégcsoport tulajdonosa*

K&H Családi Vállalatok Klub | 2026. május 27.

**30 év Ford.**  
**Egy döntés.**  
**Egy ismeretlen márka.**

Ford franchise

Genius Automotive  
Omoda / Jaecoo

---

*Ez az előadás arról szól, amit ez a két világ tanított.*

## A FORD-ÉVEK

**Ismert termék.**

**Bevált rendszer.**

**Bizalom, amit csak  
fenntartani kell.**

**Márkahűség** – a vásárló már döntött

**Szervizloyalty** – visszatér, mert ismeri a rendszert

**Ismert termék** – az érv: 'ezt már tudod'

**Értékesítés** = a bizalom fenntartása

**30 éve szinte ugyanaz a recept – és működik.**

# Technológiailag jobb termék. De Európa még nem ismeri.

**A termék:** jobb technológia, mint amit Európa megszokott és ismert

**A piac:** az európai vásárló még nem látta, nem tapasztalta

**A feladat:** a termékkelőnyt megismertetni – nem meggyőzni, hanem megmutatni

## FORD vs. OMODA

# FORD

*Már jól ismert termék*

*Bizalom fenntartása*

*Visszatérő vásárló*

*Kiszámítható rendszer*

# OMODA

Ismeretlen termék, de jobb technológia

Termékelőny megismertetése

Új vásárló, új csatorna, új érv

Lakatlan terület – mi írjuk a szabályokat

**Melyik nehezebb? Melyik izgalmasabb?**

## A VÁLTOZÓ VÁSÁRLÓ

# Az autóvásárló 80%-ban online dönt, mire belép a szalonba.

Ez a ti cégeteknél is így van.

### Ford-vásárló

- Márkás fórumok, tesztek
- Szerviz vélemények
- Ár-összehasonlítók

### Omoda-vásárló

- TikTok, YouTube videók
- Kínai tech blogok
- Első kézből: 'próbáld ki'

### A te vásárlód?

- *Hol tájékozódik?*
- *Mit fogyaszt?*
- *Milyen érvet akar hallani?*

## 1. IDŐMENEDZSMENT

# Nem a pénz a szűk keresztmetszet – hanem az idő.

*Ford-évek tanulsága: egy ismert márkánál az idő a rendszer karbantartásáról szól.*

*Omodánál: minden percet arra kellett fordítani, hogy megtaláljuk, mikor töri a fejét a vásárló a mi termékünkön.*

**El kell kapni azt a pontot, amikor a vásárló a te termékedet keresi.**

## 2. KÍSÉRLETEZZ & MÉRJ

# Pici pénzekből. Gyorsan. Mézni, mézni, mézni.

*Omodánál nem volt kész playbook. Minden kampány kísérlet volt – max. 1 hetes ciklusban, visszaméréssel.*

# 1.

## Planning

Tudd, mit teszel és mit mérsz

# 2.

## Procedures

Max. 1 hetes kísérlet – kérdőívvel mérd, mert te tudod, mit akarsz tudni

# 3.

## Policies

100 megtekintésből 6 eladás – legyen számod, legyen elvárásod

### 3. STORYTELLING

# Az emberek történeteket jegyeznek meg – nem adatokat.

#### Steve Jobs – 1000 songs in your pocket

Nem azt mondta: "5GB tárhely". Egy mondatos történetet mondott. Ma is mindenki idézi.

#### Dove – Real Beauty

Nem adatokat közöltek. Megmutatták, ahogy egy nő magát csúnyának, a többiek szépnek írják le. 163 millió megtekintés.

#### Omoda – Mert az Omoda-nál alap az extra

Szálloda, repülő, étterem – megszoktuk, hogy az extra pénzbe kerül. Az Omoda ezt fordította meg. Egy mondat, ami mindent elmond.

**ALAP AZ EXTRA**

**OMODA**  
VÁLTS A JÖVŐRE

**7 ÉV**  
100.000 KM  
GARANCIA  
TÖRTÉNETEK MEG

**OMODAHUNGARY.HU**

Kombinált üzemanyag-fogyasztás: 7,4 l/100 km; kombinált CO<sub>2</sub>-kibocsátás: 168 g/km.

**EURO NCAP**  
5 STAR  
2021

### 3. STORYTELLING – A SZEREPED

**Te nem a hős vagy.  
Te Obi-Wan vagy.**

#### **Star Wars**

Luke elveszítette a családját. Obi-Wan tervet ad: megtanítja és elvezeti a sötét hatalom legyőzéséhez.

Te nem Luke vagy.

A vevőd Luke – te Obi-Wan vagy.

## 4. ADATBÁZIS & COLD CALL

Minden cégben van adatbázis.

**A kérdés: mit csinálsz vele?**



### Cold call

Hívd fel, akik nem téged választottak.  
100 ajánlatból hányat nyersz?



### Bemutató

Hívd el személyesen.  
Hogy megismerjen – ne csak ismerjen.



### Ajándék a végén

Nagyon fontos!  
Ez az, amire emlékezni fognak.

## 5. CRM & SZEGMENTÁCIÓ

**Az adataid semmit nem érnek,  
ha nincsenek valószínűséggel számolva.**

### CRM alap

Mikor vásárolt? Mikor hívjuk újra? Valószínűséggel súlyozva.

### Content calendar

Valentin-nap akcióját karácsonykor indítsd – tervezz időben!

### VIP-first

Először a törzsvásárló, aztán nyitás mindenki felé.

### Segment strategy

Hányszor vásárolt nálad? Csoportosítsd az ügyfeleid.

### Account planning

Ha tudod, hogy valaki évi 500e Ft-ot költ – tudod, mennyit érdemes rá szánni.

**A Ford-évek  
tanítottak meg eladni.**

**A kínaiak megtanítottak  
újra kezdeni.**

# Köszönöm a figyelmet!