SOMACRM

Kommunikációs koherencia a B2B értékesítésben

A SOMACRM Lehetőség-Kommunikációs Stressztest rövidített nyilvános kutatási kiadása

GRM808 Ethical Intelligence Infrastructure (EI) © 2025 -2026 - All rights reserved. Human dignity first.
Governance framework: GRM808 TRUST ID: 33135-4/2026 - Core Declaration (2026)



1. ábra. A nyilvános kommunikációs koherencia-modell fogalmi áttekintése.

Központi működési hipotézis: az értékesítési lehetőség akkor marad döntési pályán, ha a szolgáltatói figyelem találkozik az ügyféloldali fogadókészséggel, és a kapcsolat konkrét következő lépésben folytatódik.

GRM808 Ethical Intelligence Infrastructure (EI) © 2025 -2026 - All rights reserved. Human dignity first.
Governance framework: GRM808 TRUST ID: 33135-4/2026 - Core Declaration (2026)

Nyilvános kiadási megjegyzés

A nyilvános tanulmány célja nem a teljes módszertan műszaki reprodukálhatóságának biztosítása, hanem a vizsgált jelenség, a kutatási gondolatmenet és az **értékesítési átvilágítás gyakorlati jelentőségének** bemutatása.

A tanulmány tudományos státusza: **feltáró, visszatekintő, egyetlen szervezet adatain alapuló esettanulmány, valamint egy védett módszertan nyilvános áttekintése**.

Annak megállapításához, hogy a feltárt összefüggések más szervezeteknél is érvényesek-e, további, több vállalat bevonásával végzett **előre megtervezett megerősítő vizsgálatokra** van szükség.

Absztrakt

A tanulmány a SOMACRM korábbi értékesítési adatain vizsgálja, hogy milyen kommunikációs mintázatok különböztethetők meg a **megkötött és elvesztett vállalatközi (B2B) értékesítési lehetőségek** között.

A visszatekintő vizsgálat adatállománya **651 lezárt értékesítési lehetőséget** tartalmazott, amelyek közül 402 elvesztett, 249 pedig megkötött ügy volt. Ezekhez összesen **5 772 CRM-feljegyzéssor** kapcsolódott. A fő leíró összehasonlítás **456 kommunikációsan értékelhető ügyre** épült: 320 elvesztett és 136 megkötött lehetőségre.

A tanulmány központi fogalma a **kommunikációs életképesség**. Ez azt fejezi ki, hogy fennáll-e még a két fél között olyan működő kommunikációs kapcsolat, amely a döntés irányába vezetheti az értékesítési folyamatot.

A kommunikációs életképességet több, nyilvánosan ismertetett szempont segítségével közelítjük meg: az értékesítői figyelem, az ügyféloldali fogadókészség, a konkrét következő lépés megléte, a döntéshozóval fennálló kapcsolat, az ügyféligény tisztasága, az adatminőség és a kommunikáció elhalásának kockázata.

A kommunikációsan értékelhető ügyek leíró összehasonlításában a megkötött lehetőségek magasabb **kommunikációs koherenciaértéket** mutattak, mint az elvesztett ügyek (**80,9 és 70,7**).

Még nagyobb különbség jelent meg az ügyféloldali **fogadókészség mutatójában**: a megkötött ügyek átlagos értéke 90,5, az elvesztett ügyeké 68,2 volt.

A **kommunikáció elhalásának kockázata** ezzel ellentétes irányú különbséget mutatott: a megkötött ügyeknél 9,2, az elvesztett ügyeknél 29,7 értéket kaptunk.

A veszteségokok vizsgálata jelentős adatminőségi hiányosságot is feltárt. A **402 elvesztett értékesítési lehetőségből 339 esetben eredetileg nem szerepelt strukturált formában rögzített veszteségok**.

A tanulmány egy védett, ellenőrizhető értékesítési-kommunikációs diagnosztikai módszer nyilvános kutatási áttekintése. **Nem bizonyít oksági kapcsolatot, nem tekinthető általános iparági viszonyítási alapnak, és nem teszi közzé a módszer részletes pontozási, súlyozási vagy műszaki megvalósítási eljárásait.**

Kulcsszavak

vállalatközi (B2B) értékesítés; CRM; kommunikációs koherencia; vevő–értékesítő kapcsolat; ügyféloldali fogadókészség; értékesítési adatelemzés; CRM-adatminőség; értékesítési átvilágítás; kommunikációs életképesség; értékesítési lehetőségek újranyitása

GRM808 Ethical Intelligence Infrastructure (EI) © 2025 -2026 - All rights reserved. Human dignity first.
Governance framework: GRM808 TRUST ID: 33135-4/2026 - Core Declaration (2026)

Vezetői összefoglaló

A CRM-rendszerek jól megmutatják, hogy egy értékesítési lehetőség hol tart, és végül megkötött vagy elvesztett ügy lett-e belőle. Azt azonban sokszor már nem mutatják meg egyértelműen, hogy valódi üzleti döntés született-e, vagy egyszerűen megszakadt a kommunikáció. A kutatás ezt a háttérben folyamatosan változó állapotot nevezi **kommunikációs életképességnek**.

Vezetői adatmag	**Érték**
Összes vizsgált lehetőség	651
Elvesztett / megkötött	402 / 249
CRM-feljegyzéssor	5 772
Kommunikációsan mérhető ügy	456 (70,0%)
Eredetileg veszteségok nélkül lezárt elvesztett ügy	339 / 402 (84,3%)
Kommunikációs elhalási kategóriák a normalizált veszteségképben	176 / 402 (43,8%)

A vizsgálat három vezetői szempontból fontos megfigyelést adott. Először: a megkötött és elvesztett, kommunikációsan mérhető ügyek között a legnagyobb leíró eltérés nem a saját oldali aktivitásban, hanem az ügyféloldali fogadókészségben és az elhalási kockázatban jelent meg. Másodszor: az elvesztett státusz mögött nem egyetlen jelenség áll. A valódi üzleti elutasítás, a kommunikációs elhalás és az adatminőség miatt nem értelmezhető lezárás külön kezelendő. Harmadszor: a hiányos CRM-adat nem semleges; a szervezet tanulási képességét és a vezetői következtetések minőségét is korlátozza.

Központi fogalom: kommunikációs életképesség

A kommunikációs életképesség annak állapota, hogy egy értékesítési lehetőségben fennáll-e még a döntéshez szükséges kétoldalú kommunikációs kapcsolat, függetlenül attól, hogy a CRM-ben milyen értékesítési fázis szerepel. Vezetői kérdés: a folyamat eljutott-e valódi döntésig, vagy kommunikációsan elhalt?

A nyilvános kiadás ezért két célt szolgál. Egyrészt közérthetően bemutatja a **kommunikációs életképességet** mint az értékesítési rendszerben rejtve maradó állapotot, valamint a **kommunikációs koherenciát** mint ennek több szempontot egyesítő, átvilágítható megközelítését. Másrészt megmutatja, miért építhető erre önálló **értékesítési kommunikációs átvilágítás**: egy olyan diagnosztikai módszer, amely nemcsak azt vizsgálja, hogy hol tart egy értékesítési lehetőség, hanem azt is, hogy mennyire működőképes a döntéshez vezető kommunikáció.

GRM808 Ethical Intelligence Infrastructure (EI) © 2025 -2026 - All rights reserved. Human dignity first.
Governance framework: GRM808 TRUST ID: 33135-4/2026 - Core Declaration (2026)

1. Kutatási probléma és kérdések

A vállalatközi, vagyis B2B értékesítésben a CRM-rendszer elsősorban az értékesítési lehetőségek rögzített állapotát mutatja: ki a felelős az ügyért, mekkora az üzlet várható értéke, melyik szakaszban jár a folyamat, mikorra várható a lezárás, és végül megkötött vagy elvesztett ügy lett-e belőle. Ezek alapvető és nélkülözhetetlen adatok, de önmagukban még nem mutatják meg, hogyan alakult a felek közötti kommunikáció.

Egy „lezárt – elvesztett" státusz például biztosan jelzi, hogy az ügyletet elvesztettként zárták le. Önmagában azonban nem derül ki belőle, hogy az ügyfél egyértelműen nemet mondott-e, másik megoldást választott-e, túl magasnak találta-e az árat, vagy egyszerűen megszakadt a kommunikáció: elmaradt a válasz, nem született következő lépés, és a folyamat nem jutott el valódi döntési pontig.

Ugyanígy egy nyitottként vagy aktívként nyilvántartott értékesítési lehetőség is lehet valójában kommunikációsan inaktív, ha hosszabb ideje nincs ügyfélválasz, nincs egyeztetett következő lépés, és nem látható előrelépés a döntéshozó irányába.

A kutatás ezért abból indult ki, hogy a lezárási vagy folyamatállapot önmagában nem feltétlenül írja le a döntéshez vezető út minőségét. A CRM-ben tárolt tevékenységek, feljegyzések, ügyfélválaszok, bemutatók, ajánlatok és egyeztetett következő lépések egy másik, folyamatosan változó képet is adhatnak: azt, hogy az adott értékesítési lehetőség **kommunikációsan még életképes-e**.

Ezt a tanulmány **kommunikációs életképességnek** nevezi.

1.1. Kutatási kérdések

- RQ1: Elkülöníthetők-e leíró szinten a nyert és elvesztett B2B lehetőségek kommunikációs mintázatai?
- RQ2: Milyen szerepet mutat az ügyféloldali fogadókészség, a saját oldali figyelem és a konkrét következő lépés?
- RQ3: Az elvesztett ügyek mekkora részében jelenik meg kommunikációs elhalás, illetve mennyiben látható tiszta, strukturált veszteségok?
- RQ4: Mennyiben korlátozza a CRM-adatminőség a veszteségek és sikerek értelmezését?
- RQ5: Alkalmazható-e a feltárt szemlélet egy auditálási szolgáltatás módszertani alapjaként?

1.2. Mi nem a kutatás célja?

A vizsgálat nem azt állítja, hogy egyetlen kommunikációs tényező önmagában eldönti, létrejön-e az üzlet. Nem célja egy minden vállalatra érvényes nyerési képlet kialakítása, és nem emberek automatikus minősítésére szolgál. A jelenlegi eredmények egy szervezet korábbi adatainak feltáró elemzéséből származó mintázatokat mutatják be. Ezek jó alapot adhatnak új kutatási kérdésekhez és az értékesítési kommunikációs átvilágítás továbbfejlesztéséhez, de szélesebb körű érvényességük megállapításához több vállalat bevonásával, előre megtervezett statisztikai vizsgálatokra van szükség.

Állítási határ

A kommunikáció fontossága nem új állítás. A kutatás saját hozzájárulása az, hogy a CRM-rekordokból auditálható kommunikációs diagnosztikai réteget képez, és megkülönbözteti a valódi üzleti veszteséget a kommunikációs elhalástól és az adatminőségi bizonytalanságtól.

GRM808 Ethical Intelligence Infrastructure (EI) © 2025 -2026 - All rights reserved. Human dignity first.
Governance framework: GRM808 TRUST ID: 33135-4/2026 - Core Declaration (2026)

2. Tudományos háttér és pozicionálás

A vevő és az értékesítő kapcsolatát a marketing- és értékesítési szakirodalom régóta nem egyszeri ügyletként, hanem **időben fejlődő kapcsolati folyamatként** értelmezi. Dwyer, Schurr és Oh (1987) klasszikus modellje a vevő–eladó kapcsolat fejlődési szakaszait emelte ki, míg Moncrief és Marshall (2005) azt mutatta be, hogyan alakult át a hagyományos „hét értékesítési lépés" a kapcsolat- és ügyfélközpontú értékesítés irányába.

A vállalatközi, vagyis B2B értékesítési kommunikáció önálló szakmai képességterületként is megjelenik a kutatásokban. Koponen, Julkunen és Asai (2019) a nemzetközi, megoldásközpontú B2B értékesítés kommunikációs képességeit több összetevőre bontotta. Hossain és Gilbert (2021) pedig azt vizsgálta, hogyan járul hozzá az értékesítő kommunikációja és hallgatási készsége az ügyfél számára létrejövő értékhez.

A jelen tanulmány ehhez a kutatási területhez egy **adatközpontú kérdést** kapcsol: milyen kommunikációs nyomok maradnak meg a CRM-rendszerben, és ezek miként használhatók fel az értékesítési folyamat állapotának feltárására?

A CRM-rendszerekkel és az értékesítés automatizálásával foglalkozó kutatások ugyanakkor arra is felhívják a figyelmet, hogy a technológia önmagában nem eredményez automatikusan jobb értékesítési teljesítményt. Park és munkatársai (2010) a tanulás és az alkalmazkodó értékesítési magatartás közvetítő szerepét emelték ki. Trainor és munkatársai (2014) pedig arra mutattak rá, hogy a technológia akkor tud valódi üzleti értéket teremteni, ha ügyfélközpontú szervezeti képességekkel párosul. Järvinen és Taiminen (2016) vállalatközi környezetben vizsgálta, hogyan kapcsolható össze a marketing automatizálása és az értékesítési folyamat.

A másik fontos kutatási terület az **adatminőség**. Peltier, Zahay és Lehmann (2013) az ügyféladatok minősége és a CRM-rendszerek eredményessége közötti kapcsolatot szervezeti tanulási keretben vizsgálta. Albrecht, Overbeek és van de Weerd (2023) kifejezetten CRM-platformokra dolgozott ki adatminőség-kezelési keretet. Wedel és Kannan (2016) tágabb marketing-adatelemzési összefüggésben hangsúlyozta a strukturált és strukturálatlan adatok döntéstámogató szerepét.

A SOMACRM kommunikációs stresszteszt ezért nem azt állítja, hogy az értékesítési kommunikáció jelentősége új felismerés. A saját hozzájárulás abban áll, hogy a **kommunikációs életképességet CRM-adatok alapján, szervezetten vizsgálható formába rendezi**.

Ennek során együttesen vizsgálható többek között:

- a saját oldali értékesítési figyelem,
- az ügyféloldali fogadókészség,
- a konkrét következő lépés megléte,
- a döntéshozóval fennálló kapcsolat,
- az ügyféligény tisztasága,
- az adatminőség,
- valamint a kommunikáció elhalásának kockázata.

A módszer célja tehát nem újradefiniálni az értékesítési kommunikáció jelentőségét, hanem **láthatóbbá és átvilágíthatóbbá tenni annak állapotát a CRM-ben rendelkezésre álló adatok segítségével**.

GRM808 Ethical Intelligence Infrastructure (EI) © 2025 -2026 - All rights reserved. Human dignity first.
Governance framework: GRM808 TRUST ID: 33135-4/2026 - Core Declaration (2026)

A tanulmány helye és szerepe

A jelen kiadás **feltáró, visszatekintő, egyetlen szervezet adatain alapuló esettanulmány**, egyben egy védett módszertan nyilvános áttekintése.
A kutatás korábbi CRM-adatokból olyan kommunikációs jeleket tár fel, amelyek az értékesítési folyamat állapotának **rendszerezett és visszaellenőrizhető vizsgálatát** teszik lehetővé.

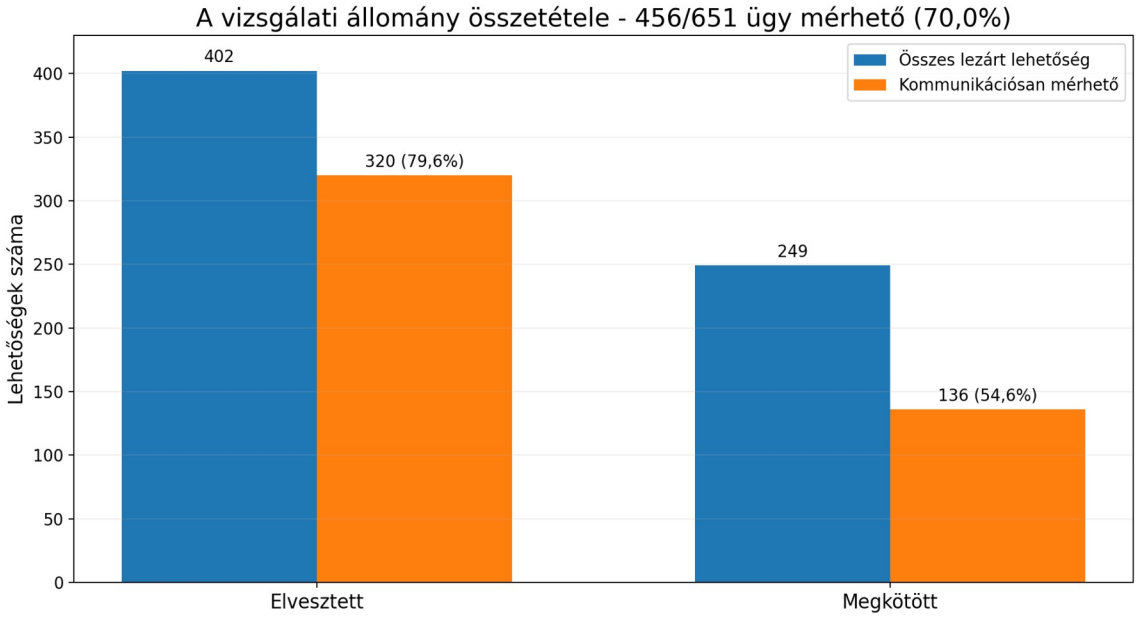
Az eredmények nem tekinthetők általános iparági viszonyítási alapnak. A tanulmány egy további vizsgálatokra és megerősítésre nyitott módszertani kutatási program **első nyilvános esettanulmánya**.

3. Adatállomány és módszertani áttekintés

A vizsgálat **651 lezárt értékesítési lehetőségre** épült. Ezek közül **402 elvesztett**, **249 pedig megkötött** ügy volt. A lehetőségekhez összesen **5 772 CRM-feljegyzéssor** kapcsolódott.

A feljegyzések természetes nyelven rögzített üzleti jegyzeteket, valamint az értékesítési tevékenységekre utaló információkat tartalmaztak.

A jelen nyilvános kiadás kizárólag **összesített eredményeket** közöl. Nem tartalmaz olyan adatot, amely alapján ügyfél vagy kapcsolattartó azonosítható lenne.



2. ábra. A vizsgálati állomány és a kommunikációsan mérhető részhalmaz.

A 651 ügyből 456 rendelkezett olyan feljegyzéses kommunikációs háttérrel, amely alapján a folyamat fő vonalai visszafejthetők voltak. Ez a teljes minta 70,0%-a. Az elvesztett lehetőségek 79,6%-a, a megkötött lehetőségek 54,6%-a rendelkezett feljegyzéssel. A megkötött ügyek 45,4%-ánál nem állt rendelkezésre feljegyzéses kommunikációs réteg, ami önmagában fontos adatminőségi vakfolt.

GRM808 Ethical Intelligence Infrastructure (EI) © 2025 -2026 - All rights reserved. Human dignity first.
Governance framework: GRM808 TRUST ID: 33135-4/2026 - Core Declaration (2026)

3.1. Bizonyossági szintek

A módszertan nem tekinti az összes rendelkezésre álló adatot azonos bizonyosságúnak. Más súlya van egy CRM-rendszerben rögzített, strukturált adatnak, egy feljegyzésben szereplő egyértelmű közlésnek, illetve egy több jel együttes értelmezéséből származó becslésnek. A nyilvános kiadás ezért az információkat **négy bizonyossági szintre** osztja:

Állításszint	**Jelentés**
Tény	Strukturált mező vagy explicit feljegyzés támasztja alá.
Erős következtetés	Több, egymást erősítő jel mutat ugyanabba az irányba.
Becsült ok	A rendelkezésre álló jelek alapján valószínűsíthető, de nem bizonyított.
Nem tudható / HOLD	Nincs elég vagy elég jó minőségű adat a felelős következtetéshez.

Ez a különbségtétel különösen fontos a „Nem reagált” és az „Elszalasztott követések” kategóriáknál. Ha több dokumentált próbálkozás után sem látszik ügyfélreakció, a válaszhiány erős jel lehet. Ha viszont egyszerűen hiányzik a kommunikációs rekord, abból nem következik, hogy az ügyfél nem reagált; ilyenkor az adatminőség hiánya a helyes megállapítás.

3.2. A nyilvános módszertani határ

A kutatás az egyes értékesítési ügyek kommunikációs jeleit több szempont szerint **összesítette és értékelte**. A jelen nyilvános kiadás bemutatja e vizsgálati szempontok fogalmi jelentését és az összesített eredményeket, ugyanakkor nem teszi közzé a módszer teljes reprodukálásához szükséges részletes súlyozást, átszámítási szabályokat, küszöbértékeket, nyelvi feldolgozási szabályokat vagy pontozási eljárást.

Ezért a bemutatott mutatók elsősorban a vizsgált adatállományon belüli **leíró összehasonlítást** szolgálják. Nem tekinthetők általános külső viszonyítási alapnak, és nem értelmezhetők egy adott üzlet megkötési valószínűségeként sem.

A későbbi független tudományos megerősítés során a védett összetett mutatók mellett olyan egyszerűbb, nyilvánosan meghatározható változók is vizsgálhatók, mint például:

- érkezett-e ügyfélválasz;
- van-e rögzített következő lépés;
- bevonták-e a döntéshozót;
- mennyi idő telt el két érdemi értékesítési esemény között.

Így a **kommunikációs életképesség alapfeltevése önállóan is vizsgálható és ellenőrizhető**, miközben a GRM808 Értékesítési Kommunikációs Átvilágítás részletes pontozási és értékelési módszertana továbbra is védett szakmai ismeret marad.

GRM808 Ethical Intelligence Infrastructure (EI) © 2025 -2026 - All rights reserved. Human dignity first.
Governance framework: GRM808 TRUST ID: 33135-4/2026 - Core Declaration (2026)

4. A kommunikációs koherencia nyilvános modellje



3. ábra. A kommunikációs koherencia publikus fogalmi modellje.

Ebben a tanulmányban a kommunikációs életképesség a magasabb szintű állapotfogalom: fennáll-e még a döntés felé vezető kétoldalú kapcsolat? A kommunikációs koherencia ennek a rejtett állapotnak az auditálható, többdimenziós megközelítése. A saját oldal aktivitása és az ügyféloldal válaszkészsége csak akkor válik döntési folyamattá, ha a kapcsolat konkrét irányt kap. A publikus modell ezt három magfogalommal teszi könnyen érthetővé: Figyelem, Fogadókészség és Következő lépés.

4.1. Figyelem

A Figyelem a szolgáltatói oldal értékesítési jelenlétének és folyamatvezetésének dimenziója. Ide tartozhat az időben történő kapcsolatfelvétel, igényfeltárás, bemutató, ajánlat, utánkövetés és a következő lépés dokumentálása. A figyelem nem az aktivitások puszta számát jelenti. Sok hívás is lehet alacsony értékű, ha nem hoz létre döntési irányt. A minőségi figyelem abban különbözik a puszta aktivitástól, hogy a folyamatot követhetően viszi előre.

4.2. Fogadókészség

A Fogadókészség az ügyféloldali válaszkészség és döntési energia dimenziója. A fogalom nem azonos az általános érdeklődéssel. Erősebb jelek lehetnek a válasz, a visszahívás, a bemutatón való részvétel, az ajánlatkérés, a belső egyeztetés, a döntéshozó bevonása, a határidő megadása vagy a szerződéses irányba történő mozgás. Alacsony fogadókészség esetén a saját oldali aktivitás sok energiát égethet el anélkül, hogy a folyamat valós döntési pályára kerülne.

4.3. Következő lépés

A Következő lépés a két oldal közötti kapcsolat konkrétságát jelzi. Lehet következő hívás, döntési határidő, ajánlat-visszajelzés, döntéshozói meeting vagy más dátumhoz és felelőshöz kötött esemény. A „majd jelentkezünk” típusú állapot nem tekinthető azonos erősségű jelnek egy konkrét, naptározott döntési ponttal. A következő lépés azért kulcsfontosságú, mert a figyelmet és a fogadókészséget egy irányba rendezi.

GRM808 Ethical Intelligence Infrastructure (EI) © 2025 -2026 - All rights reserved. Human dignity first.
Governance framework: GRM808 TRUST ID: 33135-4/2026 - Core Declaration (2026)

4.4. Kiegészítő auditdimenziók

A teljes módszertan további szempontokat is vizsgál, például a **döntéshozói kapcsolatot, az igény tisztaságát, az adatminőséget és a kommunikáció elhalásának kockázatát**.

Ezek jelentése a nyilvános kiadásban bemutatható, a részletes pontozási és értékelési szabályok azonban a védett módszertan részét képezik.

A **döntéshozói kapcsolat** azt mutatja, hogy az értékesítési kommunikáció eljutott-e ahhoz a személyhez vagy szinthez, ahol tényleges döntés születhet.

Az **igény tisztasága** azt jelzi, hogy megfelelően érthető és azonosítható-e az ügyfél valós üzleti problémája, szükséglete vagy célja.

Az **adatminőség** azt fejezi ki, hogy az értékesítési folyamat története mennyire teljesen, következetesen és visszakövethetően jelenik meg a rendelkezésre álló adatokban.

A **kommunikáció elhalásának kockázata** pedig azt mutatja, hogy az ügylet mennyire van veszélyben válaszhiány, elmaradt utánkövetés, bizonytalan következő lépés vagy elhúzódó döntési helyzet miatt.

Szemléltető működési összefüggés

Üzletkötési esély $\propto$ Figyelem × Fogadókészség × Következő lépés

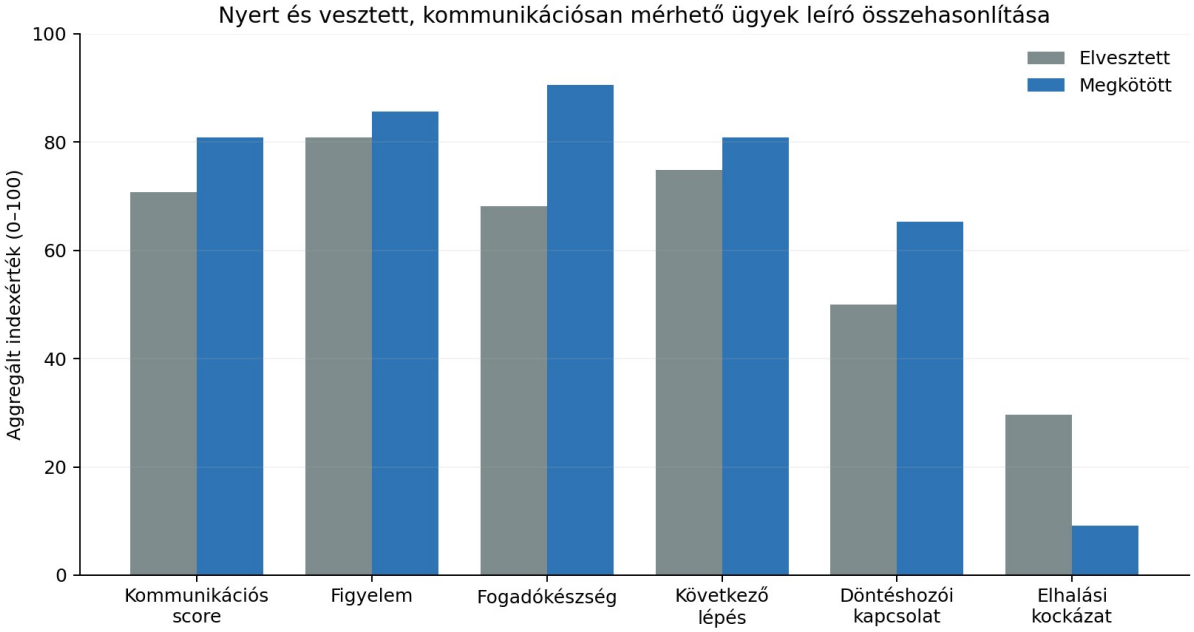
Ez az összefüggés **szemléltető működési feltevés**, amely azt fejezi ki, hogy az értékesítési folyamat életképessége akkor erősebb, ha egyszerre van jelen megfelelő értékesítői figyelem, ügyféloldali fogadókészség és konkrét következő lépés.

A jelölés **nem validált előrejelző képlet**, nem alkalmas egy ügylet megkötési valószínűségének kiszámítására, és nem része a nyilvánosan ismertetett pontozási módszertannak.

5. Fő empirikus eredmények

A kommunikációsan mérhető 320 elvesztett és 136 megkötött lehetőség leíró összehasonlítása több dimenzióban eltérést mutatott. Az eredmények értelmezésekor fontos, hogy ezek aggregált, szervezetspecifikus indexértékek; nem külső benchmarkok és nem oksági bizonyítékok.

GRM808 Ethical Intelligence Infrastructure (EI) © 2025 -2026 - All rights reserved. Human dignity first.
Governance framework: GRM808 TRUST ID: 33135-4/2026 - Core Declaration (2026)



4. ábra. A fő kommunikációs indexek és az elhalási kockázat aggregált összehasonlítása.

Mutató	Elvesztett	Megkötött	Eltérés / értelmezés
Kommunikációs score	70,7	80,9	+10,2 a megkötött ügyek javára
Figyelem	80,9	85,7	Kisebb különbség; aktivitás a vesztett ügyekben is jelen volt
Fogadókészség	68,2	90,5	A legnagyobb pozitív eltérés a megkötött csoportban
Következő lépés	74,8	80,9	Erősebb döntési pálya a megkötött ügyekben
Döntéshozói kapcsolat	50,0	65,3	Gyakrabban látható döntési szint a megkötött ügyekben
Elhalási kockázat	29,7	9,2	Jelentősen alacsonyabb a megkötött ügyekben

Az egyik legfontosabb megfigyelés az, hogy a saját oldali Figyelem Index különbsége kisebb volt, mint az ügyféloldali Fogadókészség különbsége. Ez arra utal, hogy a veszteséget nem lehet egyszerűen a „nem foglalkoztunk eleget vele” magyarázatra redukálni. Az elvesztett ügyek jelentős részében is volt aktivitás; a nagyobb eltérés inkább abban jelent meg, hogy az ügyféloldal mennyire vett részt a döntési folyamatban.

Ugyancsak fontos az Elhalási Kockázat 29,7 vs. 9,2 különbsége. A megkötött ügyekben a kommunikáció ritkábban jutott válasz nélküli, következő lépés nélküli vagy döntési irány nélküli állapotba. Ez összhangban van azzal a működési hipotézissel, hogy az üzletkötéshez nem elég az egyoldalú aktivitás; a kapcsolatnak kétoldalúan fenn kell maradnia a döntésig.

GRM808 Ethical Intelligence Infrastructure (EI) © 2025 -2026 - All rights reserved. Human dignity first.
Governance framework: GRM808 TRUST ID: 33135-4/2026 - Core Declaration (2026)

5.1. Négy leíró megfigyelés

Első megfigyelés – az értékesítői aktivitás önmagában nem elég

A saját oldali aktivitás fontos feltétele az értékesítési folyamat fenntartásának, a vizsgált adatokban azonban önmagában nem különítette el erősen a megkötött és elvesztett ügyeket. A **Figyelem mutató** az elvesztett ügyek 80,9-es értékéről a megkötött ügyeknél 85,7-re emelkedett, ami kisebb különbség, mint több más vizsgált területen.

Ez az értékesítési vezetés számára azért fontos, mert a hívások, e-mailek és utánkövetések száma önmagában még nem jelenti azt, hogy az ügy valóban halad a döntés felé. **Az aktivitás mennyisége nem azonos a döntési folyamat életben tartásával.**

Második megfigyelés – az ügyféloldali fogadókészség erősen elkülönült

A **Fogadókészség mutatóban 22,3 pontos különbség** jelent meg az elvesztett és a megkötött ügyek között, ami a vizsgálat egyik legnagyobb pozitív eltérése volt.

Ez nem bizonyítja, hogy az ügyféloldali fogadókészség önmagában okozza az üzletkötés sikerét. Azt azonban jelzi, hogy a megkötött ügyekben az ügyfél láthatóbban és aktívabban vett részt a folyamatban: válaszolt, visszajelzést adott, további lépést vállalt, vagy a döntés irányába mutató jeleket adott.

Harmadik megfigyelés – a döntéshozó elérése számít

A **Döntéshozói Kapcsolat mutató** az elvesztett ügyek 50,0-es értékéről a megkötött ügyeknél 65,3-ra emelkedett.

Ez arra utal, hogy a sikeresebb értékesítési folyamatok gyakrabban jutottak el ahhoz a személyhez vagy szervezeti szinthez, ahol tényleges döntés születhetett.

A megfigyelés fontos vezetői tanulsága, hogy **a kapcsolattartóval folytatott aktív kommunikáció nem feltétlenül jelenti azt, hogy az értékesítési folyamat elérte a valódi döntéshozót**.

Negyedik megfigyelés – a kommunikációs elhalás több gyenge jelből állhat össze

A **kommunikáció elhalásának kockázata** az elvesztett ügyek csoportjában több mint háromszor olyan magas volt, mint a megkötött ügyeknél.

Ez azért különösen fontos, mert a kommunikációs elhalás általában nem egyetlen jól elkülöníthető esemény. Gyakran több kisebb figyelmeztető jel fokozatosan összeadódó hatásáról van szó.

Ilyen jel lehet például:

- az ügyfél válaszának elmaradása;
- a következő lépés hiánya;
- hosszabb kommunikációs csend;
- a döntéshozó elérésének elakadása;
- vagy a folyamat bizonytalan, nem egyértelmű lezárása.

A vezetői szempontból fontos kérdés ezért nemcsak az, hogy **„elveszett-e az ügy?”**, hanem az is, hogy **mikor kezdett csökkenni a kommunikációs életképessége, és milyen jelek mutatták ezt előre**.

Mit mutatnak az eredmények?

A megkötött ügyekben nem egyszerűen több aktivitás látszott. A legerősebb különbség az ügyféloldali fogadókészségben, a döntéshozói kapcsolatban és a kommunikáció fennmaradásában jelent meg.

GRM808 Ethical Intelligence Infrastructure (EI) © 2025 -2026 - All rights reserved. Human dignity first.
Governance framework: GRM808 TRUST ID: 33135-4/2026 - Core Declaration (2026)

6. Kommunikációs elhalás és veszteségértelmezés

A veszteségokokat rögzítő mező vizsgálata már önmagában is jelentős adatminőségi hiányosságot tárt fel. A **402 elvesztett értékesítési lehetőségből mindössze 63 esetben szerepelt strukturált formában rögzített veszteségok**, míg **339 ügyben ez az információ hiányzott**.

Ez azt jelenti, hogy az elvesztettként lezárt ügyek **84,3%-ánál** a CRM strukturált adatai alapján önmagában nem lehetett megállapítani, miért veszett el az értékesítési lehetőség.

A kommunikáció megszakadása különösen gyakori mintázatként jelent meg

A feljegyzések elemzése és a veszteségokok egységesebb rendezése után két, kommunikációhoz kapcsolódó kategória vált különösen jelentőssé:

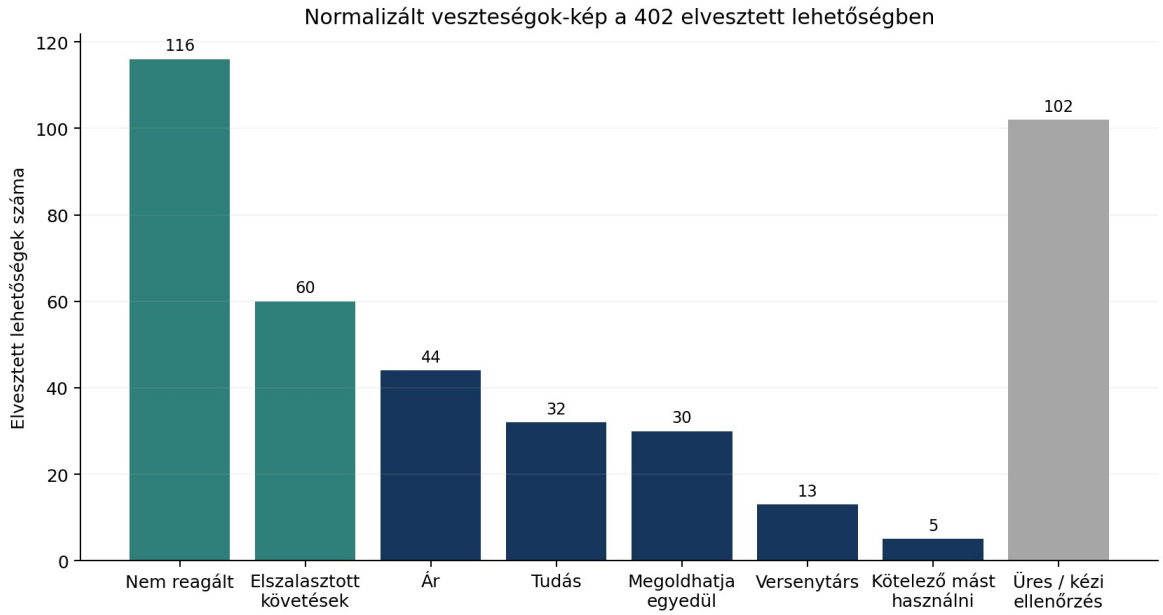
- **„Nem reagált”** – 116 eset
- **„Elszalasztott követés”** – 60 eset

Ez összesen **176 olyan elvesztett ügyet** jelentett, amelyben a kommunikáció megszakadása vagy az utánkövetés hiánya meghatározó mintázatként jelent meg.

Ez a 402 elvesztett ügy **43,8%-ának** felel meg.

Fontos azonban, hogy ez az arány **nem azt jelenti, hogy ezek az üzletek biztosan megköthetők lettek volna**. A megfigyelés arra mutat rá, hogy az elvesztett ügyek jelentős részében nem egyértelmű üzleti elutasítás, hanem a kommunikáció megszakadása vagy az utánkövetés hiánya vált meghatározó tényezővé.

A vezetői kérdés ezért nemcsak az, hogy: **Miért vesztettük el az ügyet?** hanem az is: **Valóban elvesztettük, vagy a kommunikáció halt el a döntés előtt?**



5. ábra. A normalizált veszteségok-kép fő kategóriái. A két kiemelt kommunikációs kategória együtt 176 ügyet képvisel.

GRM808 Ethical Intelligence Infrastructure (EI) © 2025 -2026 - All rights reserved. Human dignity first.
Governance framework: GRM808 TRUST ID: 33135-4/2026 - Core Declaration (2026)

6.1. Nem minden elvesztett ügy ugyanaz

A vizsgálat alapján érdemes legalább három különböző helyzetet elkülöníteni.

Az első a **egyértelműen lezárt, elvesztett ügy**. Itt ismert a veszteség oka, az értékesítési folyamat eljutott egy valódi döntési helyzetig, és rendelkezésre áll olyan záró információ, amelyből megállapítható, miért nem jött létre az üzlet.

A második a **kommunikációsan elhalt ügy**. Ebben az esetben az értékesítési folyamat nem egyértelmű üzleti elutasítással zárult, hanem fokozatosan megszakadt. Ennek oka lehet például az ügyfél válaszának elmaradása, az elhúzódó egyeztetés, a konkrét következő lépés hiánya vagy a kapcsolat megszakadása.

A harmadik a **nem megfelelő adatminőség miatt nem értelmezhető ügy**. Ilyenkor a rendelkezésre álló információk nem elegendők ahhoz, hogy felelősen meg lehessen állapítani, mi történt és miért zárult le az értékesítési lehetőség.

Ez a megkülönböztetés azért fontos, mert a három helyzet **más vezetői következtetést és más beavatkozást igényel**.

Egy valódi üzleti veszteségből piaci, árazási vagy versenytársi tanulság következhet. Egy kommunikációsan elhalt ügy inkább az értékesítési folyamat, az utánkövetés vagy az ügyféloldali fogadókészség vizsgálatát indokolhatja. A nem értelmezhető ügy pedig elsősorban **adatminőségi problémára** hívja fel a figyelmet.

Ügytípus	Mit tudunk?	Milyen tanulság adható?
Tisztán elvesztett	A döntés és a veszteség oka visszakövethető.	Termék-, ár-, versenytársi vagy pozicionálási tanulság.
Kommunikációsan elhalt	A folyamat nem jutott tiszta döntésig vagy megszakadt.	Folyamat-, figyelem-, utánkövetési vagy kvalifikációs tanulság.
Nem mérhető	Az adat hiányos, ellentmondásos vagy túl gyenge.	CRM-adatminőségi és rögzítési tanulság; erős üzleti következtetés nem adható.

Ez a megkülönböztetés **vezetői és stratégiai szempontból is fontos**, mert az eltérő helyzetek eltérő beavatkozást igényelnek. Ha a vezetés minden elvesztettként lezárt ügyet egyetlen egységes veszteségi csoportként kezel, könnyen összemoshatja a **valódi piaci versenyhelyzetet, az értékesítési folyamat megszakadását és az adatminőségi hiányosságokat**.

Ez félrevezető következtetésekhez vezethet. A vállalat például termékfejlesztési problémát feltételezhet ott, ahol valójában az utánkövetés szakadt meg; árazási gondra következtethet ott, ahol az ügyfél soha nem jutott el tényleges döntési helyzetig; vagy értékesítői fejlesztést indíthat ott, ahol elsősorban az adatrögzítés és a folyamat átláthatósága hiányos.

A pontosabb elkülönítés ezért segíthet abban, hogy **a megfelelő problémára a megfelelő vezetői válasz szülessen**.

Kulcsfogalom: kommunikációs elhalás

Az ügylet nem attól él, hogy szerepel a CRM-ben. Attól él, hogy a kétoldalú kommunikációban van válasz, döntési irány és következő lépés.

GRM808 Ethical Intelligence Infrastructure (EI) © 2025 -2026 - All rights reserved. Human dignity first.
Governance framework: GRM808 TRUST ID: 33135-4/2026 - Core Declaration (2026)

7. A CRM-adatminőség mint vezetői kockázat

A kutatás egyik kevésbé látványos, ugyanakkor stratégiai szempontból különösen fontos eredménye az **adatminőség hiányosságainak feltárása**.

A 402 elvesztett értékesítési lehetőség **84,3%-ánál eredetileg nem szerepelt rögzített veszteségok**. A 249 megkötött ügyből pedig **113 esetben nem állt rendelkezésre olyan feljegyzéses kommunikációs háttér**, amelyből az értékesítési folyamat megfelelő részletességgel visszakövethető lett volna.

Ez azt jelenti, hogy a szervezet nemcsak az elvesztett ügyek jelentős részéből nem tudott közvetlenül tanulni, hanem a sikeres ügyletek közel felénél sem volt kellően visszafejthető, **milyen lépések vezettek az üzlet megkötéséhez**.

A hiányos CRM-adat ezért nem pusztán adminisztratív kellemetlenség, hanem **vezetői kockázat**.

Ha nem ismert, miért veszítettünk el egy ügyet, könnyen előfordulhat, hogy a szervezet nem a valódi problémát kezdi fejleszteni. Ha nem tudjuk, miért nyertünk meg egy üzletet, a sikeres működési minták sem azonosíthatók és nem adhatók tovább következetesen az értékesítési csapatnak.

Ha nincs rögzített következő lépés, egy lehetőség úgy is elhalhat, hogy a vezetés ezt csak későn érzékeli. Ha pedig az adatok nem tesznek különbséget az **ügyfél válaszának elmaradása** és a **belső utánkövetés hiánya** között, a szervezet könnyen téves következtetésre juthat arról is, hogy hol és kinél keletkezett a probléma.

A CRM-adatminőség ezért nem önmagáért fontos. Az adat minősége közvetlenül befolyásolja, hogy a vezetés **mennyire pontos képet kap az értékesítés valós működéséről, mennyire képes tanulni a veszteségekből és sikerekből, valamint mennyire tud időben beavatkozni a veszélybe kerülő ügyeknél**.

7.1. A CRM mint szervezeti emlékezet

A CRM akkor válhat valódi **szervezeti tanulást támogató rendszerré**, ha nemcsak az értékesítési folyamat végeredményét őrzi meg, hanem azt is, hogy milyen döntések, események és kommunikációs lépések vezettek el odáig.

Ezt a szervezeti emlékezetet a strukturált CRM-adatok és a kapcsolódó feljegyzések együtt alkotják. A jelen kutatás ezért a feljegyzéseket nem egyszerű adminisztratív szövegként kezeli, hanem olyan **információs és bizonyítéki rétegként**, amely segíthet az értékesítési folyamat utólagos rekonstruálásában.

Ez azonban nem jelenti azt, hogy egy szabad szöveges feljegyzés automatikusan pontos vagy teljes képet ad a valóságról. A jegyzetek részletessége és minősége eltérő lehet, értelmezésük függhet a környezettől, és az ügyfél belső döntési folyamata sok esetben egyáltalán nem jelenik meg a CRM-ben.

Ezért a kommunikációs mutatók mellett annak is láthatónak kell maradnia, hogy **milyen minőségű és mennyire teljes adatok alapján született az értékelés**.

Ahol nincs elegendő megbízható adat, ott nem feltétlenül összetettebb elemzési módszerre van szükség, hanem elsősorban **jobb adatrögzítési és dokumentálási fegyelemre**.

> **A hiányzó információt nem egy erősebb algoritmus pótolja, hanem a jobb szervezeti adatfegyelem.**

GRM808 Ethical Intelligence Infrastructure (EI) © 2025 -2026 - All rights reserved. Human dignity first.
Governance framework: GRM808 TRUST ID: 33135-4/2026 - Core Declaration (2026)

TUDOK-adatminőségi szabály
Ahol nincs adat, ott nem találgatunk. Ahol becslés van, ott becslésként jelöljük. Ahol tény van, ott tényként kezeljük.

7.2. Miért kell a sikert is dokumentálni?

A megkötött lehetőségek 45,4%-ánál nem volt feljegyzéses kommunikációs réteg. Ez azt jelenti, hogy sok sikeres ügylet pénzügyi eredménye megmaradt, de a sikerhez vezető kommunikációs út nem feltétlenül. A jövőbeni szervezeti tanulás számára ezért a „sikerok" legalább olyan fontos lehet, mint a veszteségok: mi volt a fő igény, mi volt a döntési érv, ki volt a döntéshozó, mi volt a záró lépés, és milyen kommunikációs mintázat működött.

8. Vezetői és szervezeti következtetések

A hagyományos **értékesítési folyamatnézet** és a **kommunikációs állapotnézet** nem egymás helyettesítői, hanem egymást kiegészítő megközelítések. Az első azt mutatja meg, hogy az adott ügy hol tart a formális értékesítési folyamatban, a második pedig azt, hogy mennyire működőképes és életképes a döntéshez vezető kapcsolat.

Egy ajánlati szakaszban lévő értékesítési lehetőség kommunikációs szempontból lehet erős vagy gyenge. A CRM-ben szereplő állapot önmagában nem mutatja meg, hogy az ügyfél válaszol-e, van-e konkrét döntési időpont, ismert-e a tényleges döntéshozó, illetve létezik-e egyeztetett következő lépés.

Vezetői szempontból ennek egyik legfontosabb következménye a **figyelem és az értékesítési erőforrások megfelelő elosztása**. Az értékesítői idő és energia véges. Ha az ügyféloldali fogadókészség tartósan nem látható, a további utánkövetések egy ponton már kevés eredményt hozhatnak. Ha viszont az ügyfél részéről valódi érdeklődés és részvétel mutatkozik, de a saját oldalon nincs megfelelő folyamatvezetés vagy következő lépés, akkor a szervezet maga is hozzájárulhat az ügylet elvesztéséhez.

A két helyzet egészen eltérő vezetői beavatkozást kíván. Az első esetben annak eldöntése a kérdés, hogy **érdemes-e továbbra is erőforrást fordítani az ügyre**, a másodikban pedig az, hogy **hogyan lehet visszaállítani a folyamat irányát és biztosítani a következő döntési lépést**.

A lényeg tehát nem pusztán az, hogy **hol tart az ügy**, hanem az is, hogy **van-e még mögötte valódi előrehaladás a döntés felé**.

8.1. A legfontosabb beavatkozási kérdések

Az értékesítési kommunikációs átvilágítás egyik gyakorlati célja annak feltárása, hogy **hol érdemes vezetői vagy értékesítői beavatkozást kezdeményezni**. Ennek során többek között az alábbi kérdések vizsgálhatók:

- Mely aktív értékesítési lehetőségeknél **nincs egyértelműen rögzített következő lépés**?
- Mely kiküldött ajánlatok után **nem érkezett ügyfélválasz**, illetve nincs meghatározott visszajelzési időpont?
- Mely ügyeknél **nem látható kapcsolat a tényleges döntéshozóval**?
- Mely értékesítési lehetőségeknél tapasztalható **magas saját oldali aktivitás, de alacsony ügyféloldali fogadókészség**?
- Mely elvesztettként lezárt ügyeknél **nem ismert vagy nem megfelelően dokumentált a veszteség oka**?

GRM808 Ethical Intelligence Infrastructure (EI) © 2025 -2026 - All rights reserved. Human dignity first.
Governance framework: GRM808 TRUST ID: 33135-4/2026 - Core Declaration (2026)

- Mely korábban lezárt, kommunikációsan elhalt ügyek lehetnek **újranyithatók vagy ismételten megvizsgálhatók**?
- Mely megkötött ügyeknél **nem rekonstruálható megfelelően a sikerhez vezető folyamat** az adatok hiányossága miatt?

A kérdések célja nem automatikus minősítés, hanem annak felismerése, hogy **hol vannak olyan ügyek vagy folyamatpontok, amelyek további figyelmet, pontosítást vagy vezetői döntést igényelnek**.

8.2. A CRM szerepének átalakulása

A kutatás alapján a CRM hosszabb távú értéke nem merül ki az adatok nyilvántartásában. Ha a rendszer képes azt is megmutatni, hogy egy értékesítési lehetőség **kommunikációsan életképes, gyengülő, elhaló vagy az adatok hiánya miatt nem értelmezhető állapotban van**, akkor a CRM egyszerű nyilvántartásból fokozatosan **vezetői döntéstámogató és szervezeti tanulási eszközzé** válhat.

A cél nem az, hogy több riasztás, több mutató vagy több adminisztráció kerüljön a rendszerbe. Éppen ellenkezőleg: az a fontos, hogy a megfelelő pillanatban váljon láthatóvá az, ami a hagyományos értékesítési állapotok mögött egyébként rejtve maradhat.

Így a CRM nemcsak azt mutatja meg, hogy **hol tart az ügy**, hanem azt is segíthet megérteni, hogy **mennyire él még mögötte a döntéshez vezető kommunikáció**.

Vezetői alapmondat

Az értékesítési szakasz és a kommunikációs életképesség két különböző nézőpont. A vezetőnek mindkettőt látnia kell.

9. A kutatás gyakorlati alkalmazása

A kutatás gyakorlati alkalmazása az **értékesítési kommunikációs átvilágítás**. Ennek célja nem egyetlen összesített mutató előállítása, és nem az egyes értékesítők minősítése.

Az átvilágítás azt vizsgálja, hogy a szervezet saját CRM-adatai és kapcsolódó kommunikációs nyomai alapján **hol, mikor és milyen mintázatok mentén kezd csökkenni egy értékesítési kapcsolat kommunikációs és döntési életképessége**.

A cél annak feltárása, hogy az ügyek mely pontokon akadnak el, hol szűnik meg az ügyféloldali részvétel, hol hiányzik a következő lépés, mikor szakad meg a kapcsolat a döntés előtt, illetve mely esetekben nem áll rendelkezésre elegendő adat a folyamat felelős értelmezéséhez.

> **Az átvilágítás nem embereket minősít, hanem az értékesítési folyamat működését teszi láthatóbbá.**

GRM808 Ethical Intelligence Infrastructure (EI) © 2025 -2026 - All rights reserved. Human dignity first.
Governance framework: GRM808 TRUST ID: 33135-4/2026 - Core Declaration (2026)

9.1. Mit vizsgál egy kommunikációs audit?

Nyilvános auditdimenzió	Vezetői kérdés
Figyelem	Kap-e az ügy követhető, célirányos értékesítési figyelmet?
Fogadókészség	Látható-e ügyféloldali válasz és döntési energia?
Következő lépés	Van-e konkrét irány, dátum és felelős?
Döntéshozói kapcsolat	Eljut-e a kommunikáció valós döntési szintre?
Igénytisztaság	Érthető-e a megoldandó üzleti probléma?
Adatminőség	Visszakövethető-e felelősen, mi történt?
Elhalási kockázat	Válasz-, követés- vagy döntéshiány miatt veszélyben van-e az ügy?

A teljes átvilágítási módszertan ennél részletesebb belső eljárásrendet használ. Ennek része többek között az **adatok előkészítése és egységesítése, a bizonyossági szintek meghatározása, a pontozási rendszer, a küszöbértékek értékelése, az ügyek besorolása, valamint a vezetői felülvizsgálat rendje**.

Ezek a részletek a módszertan **védett szakmai ismeretéhez** tartoznak. A nyilvános tanulmány ezért bemutatja, hogy **mit és miért vizsgálunk**, de nem teszi közzé a teljes átvilágítási folyamat reprodukálásához szükséges belső szabályokat és technikai részleteket.

> **A nyilvános kutatás a módszer lényegét és eredményeit mutatja be; a részletes megvalósítás védett szakmai módszertan marad.**

9.2. Milyen eredményt adhat az átvilágítás?

Az értékesítési kommunikációs átvilágítás eredménye az adott szervezet működésétől, a rendelkezésre álló adatoktól és a vizsgálat céljától függ. A vezetői kimenet többek között az alábbiakat tartalmazhatja:

- **Az értékesítési lehetőségek kommunikációs állapotképe és adatminőségi képe** – mennyire életképesek, gyengülők vagy nehezen értelmezhetők az egyes ügyek, és milyen minőségű adatok állnak mögöttük.
- **A megkötött és elvesztett ügyek kommunikációs mintázatainak összehasonlítása** – milyen különbségek jelennek meg a figyelemben, a fogadókészségben, a következő lépésekben vagy más vizsgált tényezőkben.
- **A kommunikációsan elhalt és a valóban lezárt, elvesztett ügyek elkülönítése** – annak feltárása, hogy mely esetekben történt egyértelmű üzleti döntés, és melyekben szakadt meg a folyamat döntés nélkül.
- **A veszélyeztetett aktív ügyek feltárása** – például azoké, ahol nincs rögzített következő lépés, nem látható döntéshozói kapcsolat, vagy alacsony az ügyféloldali fogadókészség.
- **Az újranyitásra érdemes korábbi lehetőségek jelöltlistája** – olyan ügyek azonosítása, amelyeknél nem látható egyértelmű végleges elutasítás, ezért érdemes lehet ismét megvizsgálni őket.
- **A legfontosabb vezetői kockázatok és fejlesztési pontok összefoglalása** – hol érdemes folyamatot, utánkövetést, adatrögzítést vagy vezetői működést fejleszteni.

GRM808 Ethical Intelligence Infrastructure (EI) © 2025 -2026 - All rights reserved. Human dignity first.
Governance framework: GRM808 TRUST ID: 33135-4/2026 - Core Declaration (2026)

- **A CRM-adatminőség és a szervezeti tanulóképesség értékelése** – mennyire rekonstruálhatók a veszteségek és a sikerek okai, illetve mennyire használhatók fel a meglévő adatok a későbbi döntések támogatására.

A cél nem pusztán egy újabb jelentés elkészítése, hanem annak megmutatása, hogy **hol érdemes vezetői figyelmet, értékesítési energiát vagy fejlesztési erőforrást összpontosítani**.

9.3. Mi nyilvános és mi védett az átvilágításban?

A GRM808 Értékesítési Kommunikációs Átvilágítás tudatosan különválasztja a **nyilvánosan megismerhető kutatási keretet** és a **védett szakmai módszertant**.

A nyilvános rész célja, hogy érthető és ellenőrizhető legyen, **mit vizsgál a módszer, milyen adatokra támaszkodik, milyen fogalmakat használ, és milyen eredményekhez vezethet**. Ugyanakkor nem teszi közzé azokat a részletes eljárásokat, amelyek alapján a teljes átvilágítás önállóan reprodukálható lenne.

Nyilvánosan bemutatható	Védett szakmai módszertan
A kommunikációs életképesség fogalma	A részletes pontozási rendszer
A vizsgált fő szempontok jelentése	Az egyes tényezők pontos súlyozása
Figyelem, fogadókészség, következő lépés	A normalizálási és átszámítási szabályok
Döntéshozói kapcsolat, igénytisztaság, adatminőség	A küszöbértékek és besorolási szabályok
A kommunikáció elhalásának fogalma	A szöveges adatok részletes feldolgozási szabályai
Az összesített kutatási eredmények	Az automatikus vagy félautomatikus ügyosztályozás logikája
A módszer korlátai és bizonytalanságai	A belső ellenőrzési és vezetői felülvizsgálati protokoll
A bizonyossági szintek alapelve	Az újranyitási és prioritási szabályok részletes logikája
A SOMACRM referenciaprojekt összesített eredményei	A technikai megvalósítás és rendszerbeépítés részletei

A nyilvános kutatás tehát lehetővé teszi annak megértését, hogy **miért lehet vezetői jelentősége a kommunikációs életképesség vizsgálatának**, és milyen típusú eredményeket adhat egy átvilágítás.

A védett rész ezzel szemben azt határozza meg, hogy **az egyes adatokat pontosan hogyan dolgozzuk fel, miként képezzük a mutatókat, milyen feltételek mellett sorolunk egy ügyet valamely állapotba, és hogyan áll össze ezekből a vezetői diagnózis**.

Ez a különválasztás egyszerre szolgálja a tudományos átláthatóságot és a módszertani szakértelem védelmét.

> **Nyilvánosan bemutatjuk, mit és miért vizsgálunk. A részletes szakmai eljárás azt határozza meg, hogyan végezzük el az átvilágítást.**

GRM808 Ethical Intelligence Infrastructure (EI) © 2025 -2026 - All rights reserved. Human dignity first.
Governance framework: GRM808 TRUST ID: 33135-4/2026 - Core Declaration (2026)

9.4. Az átvilágítás fő lépései

A GRM808 Értékesítési Kommunikációs Átvilágítás nyilvánosan bemutatható folyamata öt fő lépésre bontható.

1. Az adatok alkalmasságának és minőségének előzetes vizsgálata
Elsőként azt állapítjuk meg, hogy a rendelkezésre álló CRM-adatokból és kapcsolódó információkból megfelelő megbízhatósággal rekonstruálható-e az értékesítési folyamat. Ha az adatok hiányosak vagy bizonytalanok, ezt már ezen a ponton láthatóvá tesszük.

2. Kommunikációs állapotkép kialakítása
A nyilvánosan ismertetett vizsgálati szempontok mentén feltárjuk az értékesítési ügyekben megjelenő visszatérő kommunikációs mintázatokat. Ide tartozhat többek között a figyelem, az ügyféloldali fogadókészség, a következő lépés megléte, a döntéshozói kapcsolat és a kommunikáció elhalásának kockázata.

3. A megkötött és elvesztett ügyek összehasonlítása
Megvizsgáljuk, hogy a szervezet saját korábbi adataiban milyen kommunikációs jelek és mintázatok különböztetik meg a megkötött és az elvesztett értékesítési lehetőségeket.

4. Vezetői diagnózis
Elkülönítjük egymástól a valódi piaci veszteséget, a kommunikációs folyamat elhalását és azokat az eseteket, amelyek az adatok hiányossága miatt nem értelmezhetők kellő bizonyossággal.

5. Fejlesztési prioritások meghatározása
Az eredmények alapján olyan beavatkozási pontokat azonosítunk, amelyek az értékesítési folyamat, az adatminőség, az utánkövetés vagy a vezetői döntéstámogatás javítását szolgálhatják.

A fenti öt lépés az átvilágítás **nyilvánosan bemutatható folyamattérképe**. A tényleges vizsgálat során alkalmazott részletes számítási, besorolási, ellenőrzési és minőségbiztosítási eljárások a védett módszertan részét képezik, ezért nem szerepelnek ebben a nyilvános tanulmányban.

9.5. Az átvilágítás és a kutatási megerősítés kapcsolata

Az értékesítési kommunikációs átvilágítás egyszerre lehet **üzleti diagnosztikai szolgáltatás** és – megfelelő feltételek mellett – egy tágabb kutatási program adatforrása.

Ha a módszert több, egymástól független vállalatnál, eltérő CRM-rendszereken és különböző iparágakban is alkalmazzuk, lehetővé válhat annak vizsgálata, hogy mely kommunikációs mintázatok ismétlődnek több szervezetnél, és melyek kötődnek inkább egy adott vállalat saját működéséhez.

Ez teremtheti meg a későbbi **többvállalati kutatási megerősítés** alapját.

Az üzleti átvilágításból származó adatok azonban csak akkor használhatók kutatási célra, ha ehhez külön teljesülnek a szükséges feltételek. Ilyen többek között:

- a megfelelő anonimizálás vagy személyazonosításra alkalmatlan adatkezelés;
- az adatkezelés megfelelő jogalapja;
- az érintett szervezet kifejezett hozzájárulása;
- az üzleti és kutatási célok világos elkülönítése;
- valamint külön kutatási és ellenőrzési eljárás alkalmazása.

Az üzleti átvilágítás tehát **nem válik automatikusan kutatássá**. A kutatási felhasználás külön döntést, megfelelő adatkezelést és önálló módszertani fegyelmet igényel.

GRM808 Ethical Intelligence Infrastructure (EI) © 2025 -2026 - All rights reserved. Human dignity first.
Governance framework: GRM808 TRUST ID: 33135-4/2026 - Core Declaration (2026)

A nyilvános tanulmány és a védett módszertan szerepe

A nyilvános tanulmány azt mutatja meg, mit és miért érdemes vizsgálni. A GRM808 védett szakmai módszertana azt határozza meg, hogyan történik az értékesítési kommunikáció részletes átvilágítása.

10. TUDOK, Shield, etika és adatvédelem

Az értékesítési kommunikáció elemzése könnyen vezethet túlzott személyi következtetésekhez vagy hibáztatáshoz, ha az eredményeket nem megfelelő körültekintéssel értelmezik. A módszertan ezért két fontos védelmi elvet alkalmaz.

A **TUDOK** azt segíti, hogy következetesen elkülönítsük, mit tudunk biztosan, mit következtetünk az adatokból, mi csak becslés, és mi az, ami a rendelkezésre álló információk alapján nem állapítható meg.

A **Shield** célja pedig az ember és a folyamat védelme: az elemzés ne váljon automatikus személyminősítéssé, és a feltárt problémákból ne következzen megalapozatlan felelősségre vonás.

10.1. TUDOK: mit tudunk valójában?

A TUDOK-szemlélet megköveteli a **tény, az erős következtetés, a becslés és a nem tudható** egyértelmű elkülönítését.

Egy CRM-feljegyzésből például nem lehet automatikusan következtetni az ügyfél teljes belső motivációjára. Ugyanígy egy hiányzó CRM-aktivitás sem bizonyítja önmagában, hogy az értékesítő nem végzett munkát, hiszen előfordulhat, hogy az adott tevékenységet más rendszerben végezte, vagy egyszerűen nem rögzítette megfelelően.

Ezért minden kommunikációs eredményt együtt kell értelmezni azzal, hogy **milyen mennyiségű, minőségű és megbízhatóságú adat áll mögötte**. **Ahol az adat nem elegendő, ott a módszernek nem erősebb állítást, hanem nagyobb bizonytalanságot kell jeleznie.**

10.2. Shield: nem hibáztatás, hanem folyamatdiagnózis

Az átvilágítás során képzett mutatók **nem személyi ítéletek**.

A „Nem reagált” megjelölés például nem az ügyfél minősítése. Azt jelzi, hogy a rendelkezésre álló adatokban nem látható megfelelő ügyféloldali válasz vagy fogadókészség.

Az „Elszalasztott követés” sem jelent automatikusan értékesítői hibát vagy fegyelmi felelősséget. A háttérben állhat például:

- túlterheltség;
- nem megfelelően kialakított munkafolyamat;
- hiányzó vagy bizonytalan következő lépés;
- szervezeti folyamatprobléma;
- vagy egyszerűen hiányos CRM-adatrögzítés.

A vezetői cél ezért nem a bűnbakkeresés, hanem annak feltárása, hogy **milyen visszatérő rendszer- és folyamatminták akadályozzák az értékesítési kommunikációt**.

Az átvilágítás nem azt kérdezi, ki a hibás, hanem azt, hol és miért gyengül a folyamat.

GRM808 Ethical Intelligence Infrastructure (EI) © 2025 -2026 - All rights reserved. Human dignity first.
Governance framework: GRM808 TRUST ID: 33135-4/2026 - Core Declaration (2026)

10.3. Adatvédelmi alapelvek

Az értékesítési kommunikáció vizsgálata során az adatkezelésnek célhoz kötöttnek és arányosnak kell maradnia.

Ennek alapelvei:

- Az átvilágítás csak azokat az üzleti adatokat használja, amelyek az adott vizsgálati cél eléréséhez szükségesek.
- A nyilvános jelentések kizárólag összesített eredményeket tartalmazhatnak; ügyfelek és kapcsolattartók azonosítására alkalmas adatok nem jelenhetnek meg bennük.
- Az egyedi ügyekhez és rekordokhoz való hozzáférés megfelelő jogosultsághoz kötött.
- Az adatkinyeréseket, elemzéseket és feldolgozási lépéseket visszakövethető módon kell kezelni.
- Automatizált vagy részben automatizált elemzési eredmény önmagában nem szolgálhat érzékeny személyi döntés kizárólagos alapjául.
- A korábbi értékesítési lehetőségek újranyitása külön kommunikációs, adatkezelési és jogosultsági mérlegelést igényel.

A módszertan célja tehát nem a lehető legtöbb adat felhasználása, hanem **a szükséges adatok felelős és indokolható felhasználása**.

> **Nem több adatot akarunk mindenáron, hanem annyi megbízható adatot, amennyi a felelős vezetői következtetéshez szükséges.**

Etikai minimum

A módszer emberi döntéstámogatásra szolgál. Nem alkalmazható ügyfelek pszichológiai profilozására, rejtett személyminősítésre vagy automatizált fegyelmi döntésre.

11. Korlátok és a további megerősítés útja

A jelen kutatás egyik erőssége, hogy **valós, korábbi CRM-adatokra épül**, és közvetlenül hasonlítja össze a megkötött és elvesztett értékesítési lehetőségeket. Ugyanakkor több fontos korlátot is egyértelműen figyelembe kell venni.

A vizsgálat egyetlen szervezet adataira épül. A jelenleg alkalmazott mutatók részben az adott szervezet működéséhez és adatstruktúrájához igazodó módszertani konstrukciók. A CRM-feljegyzések részletessége és minősége eltérő, az ügyfelek belső döntési folyamata csak részben látható, és a megkötött ügyek jelentős része sem rendelkezett teljes kommunikációs háttérrel.

A **kommunikációs életképesség** ezért jelenleg kutatási fogalom és vizsgálati feltevés. Még nem tekinthető általánosan igazolt, minden szervezetre alkalmazható iparági szabványnak.

11.1. Leíró különbségek, nem oksági bizonyítás

A Fogadókészség mutatóban megfigyelt **90,5 és 68,2 közötti különbség**, illetve a kommunikáció elhalásának kockázatában mért **9,2 és 29,7 közötti eltérés** leíró eredmények.

Ezekből önmagukban nem következik, hogy egy adott tényező megváltoztatása automatikusan megváltoztatná egy értékesítési ügy kimenetelét. A jelen vizsgálat mintázatokat tár fel, nem pedig közvetlen ok-okozati kapcsolatot bizonyít.

A következő kutatási szakaszban ezért indokolt lehet az egyes értékesítési lehetőségek szintjén végzett részletesebb statisztikai elemzés. Ennek része lehet:

GRM808 Ethical Intelligence Infrastructure (EI) © 2025 -2026 - All rights reserved. Human dignity first.
Governance framework: GRM808 TRUST ID: 33135-4/2026 - Core Declaration (2026)

- a bizonytalanságot kifejező **megbízhatósági tartományok** meghatározása;
- a különbségek nagyságát jelző **hatásméretek** vizsgálata;
- más lehetséges magyarázó tényezők figyelembevétele;
- **logisztikus regressziós modellek** alkalmazása;
- ahol az adatstruktúra és a kutatási kérdés indokolja, **ROC/AUC-vizsgálat**;
- a becsült és tényleges kimenetek összhangját vizsgáló **kalibrációs elemzés**;
- valamint előre meghatározott szabályokkal végzett, új adatokra épülő megerősítő vizsgálat.

Ezek segítségével később pontosabban megállapítható, hogy az egyes kommunikációs jelek milyen önálló információt hordoznak, és mennyire stabilak különböző mintákon.

11.2. A további megerősítés tervezett lépései

Szakasz	Cél	Elvárt eredmény
1. Megismétlés új belső mintán	Annak ellenőrzése, hogy a módszer hasonló eredményeket ad-e egy másik időszak adatain.	Azonos fogalmak és vizsgálati szabályok mellett hasonló kommunikációs mintázatok jelennek meg.
2. Előre megtervezett próba élő ügyeken	A korábban meghatározott jelzések vizsgálata még le nem zárt értékesítési lehetőségeken.	Összevethetővé válik, hogy a korai kommunikációs jelek hogyan kapcsolódnak a későbbi üzleti kimenetekhez.
3. Többvállalati megerősítés	Annak elkülönítése, hogy mely mintázatok jellemzők csak egy adott szervezetre, és melyek ismétlődnek más vállalatoknál is. Első lépésként 5–10 egymástól független szervezet bevonása indokolt lehet.	Különböző vállalatok és iparágak összehasonlítható eredményei. A későbbi szükséges mintanagyságot statisztikai tervezés határozhatja meg.
4. Statisztikai megerősítés	Az egyes változók önálló információtartalmának, bizonytalanságának és előrejelző jelértékének vizsgálata.	Hatásméretek, 95%-os megbízhatósági tartományok, logisztikus modellek, valamint ahol indokolt, ROC/AUC- és kalibrációs eredmények.
5. Külső viszonyítási értékek kialakítása	Csak megfelelő mennyiségű és minőségű többvállalati adat után lehet általánosabb referenciaértékeket kialakítani.	Előre meghatározott szabályok alapján létrehozott, ellenőrizhető és megfelelően dokumentált adatbázis.

A sorrend fontos. **Külső viszonyítási értékeket csak akkor érdemes kialakítani, ha előtte igazolható, hogy a vizsgált mintázatok több, egymástól független szervezetben is kellő stabilitással megjelennek.**

GRM808 Ethical Intelligence Infrastructure (EI) © 2025 -2026 - All rights reserved. Human dignity first.
Governance framework: GRM808 TRUST ID: 33135-4/2026 - Core Declaration (2026)

11.3. A tudományos nyitottság és a védett módszertan egyensúlya

A jelen nyilvános kiadás szándékosan nem tartalmazza a teljes módszer reprodukálásához szükséges részletes eljárásrendet. Emiatt külső fél a közzétett információk alapján nem tudja önállóan újraszámítani a védett összetett mutatókat.

Ez ugyan korlátozza a teljes módszer közvetlen reprodukálhatóságát, ugyanakkor lehetővé teszi, hogy szakmailag értékelhető legyen:

- maga a vizsgált jelenség;
- az adatállomány fő szerkezete;
- a kommunikációs életképesség fogalma;
- a nyilvánosan bemutatott vizsgálati szempontok;
- az összesített eredmények;
- valamint a kutatás korlátai.

A további tudományos megerősítés ezért két, egymást kiegészítő úton történhet.

Az egyik lehetőség olyan **egyszerű, nyilvánosan meghatározható kommunikációs változók** független vizsgálata, mint az ügyfélválasz megléte, a következő lépés rögzítése, a döntéshozó bevonása vagy a kommunikációs szünet időtartama.

A másik lehetőség olyan **ellenőrzött kutatási együttműködés**, amelyben a szükséges titoktartási és adatkezelési feltételek mellett független kutatók vagy szakmai partnerek hozzáférhetnek a védett módszertan meghatározott részeihez.

Így a kommunikációs életképesség alapfeltevése tudományosan vizsgálható marad, miközben a GRM808 részletes értékelési és átvilágítási módszertana továbbra is védett szakmai ismeret.

Az első többvállalati megerősítési szakaszban **5–10 egymástól független szervezet** bevonása lehet célszerű kiindulópont. A későbbi szükséges mintanagyságot azonban már statisztikai tervezés alapján kell meghatározni.

Jelenlegi kutatási státusz

> **Feltáró, visszatekintő, egy szervezet adatain alapuló esettanulmány.**
>
> A nyilvánosan bemutatott eredmények új kutatási kérdések megfogalmazását és az értékesítési kommunikációs átvilágítás módszertani fejlesztését támogatják. **Általánosan érvényes előrejelző modellt vagy iparági szabványt jelenleg nem igazolnak.**

A kutatás központi felismerése egy olyan, a hagyományos CRM-állapotok mögött részben rejtve maradó jelenség azonosítása, amelyet **kommunikációs életképességnek** nevezünk.

A kommunikációs életképesség azt fejezi ki, hogy fennáll-e még a két fél között olyan működő kapcsolat, amely képes az értékesítési folyamatot a döntés felé továbbvinni. Ez az állapot nem feltétlenül azonos azzal, hogy az ügy a CRM-ben melyik értékesítési szakaszban szerepel.

A **kommunikációs koherencia** ennek a jelenségnek a több szempontot egyesítő, rendszerezett és átvilágítható megközelítése. A vizsgált adatállományban különösen az ügyféloldali fogadókészség, a döntéshozói kapcsolat és a kommunikáció elhalásának kockázata mutatott érdemi eltérést a megkötött és elvesztett ügyek között.

A kutatás másik fontos következtetése, hogy **nem minden elvesztettként lezárt ügy azonos természetű**. Érdemes elkülöníteni egymástól a valódi üzleti veszteséget, a kommunikációs elhalást,

GRM808 Ethical Intelligence Infrastructure (EI) © 2025 -2026 - All rights reserved. Human dignity first.
Governance framework: GRM808 TRUST ID: 33135-4/2026 - Core Declaration (2026)

valamint azokat az eseteket, amelyek az adatok hiányossága miatt nem értelmezhetők kellő bizonyossággal. Ezek eltérő jelenségek, ezért eltérő vezetői választ is igényelnek.

Az **adatminőség stratégiai jelentőségű tényező**. Ha nem követhető vissza megbízhatóan, miért veszett el egy ügy, hogyan született meg egy sikeres üzlet, vagy milyen kommunikációs út vezetett a lezárásig, akkor a CRM ugyan megőrzi az ügy státuszát, de szervezeti tanulási értékének jelentős részét elveszíti.

Az értékesítési kommunikációs átvilágítás célja ezért nem a hibáztatás vagy a személyek automatikus minősítése. A cél annak láthatóvá tétele, hogy:

- mely ügyek jutnak el tényleges döntési helyzetig;
- melyek kezdenek kommunikációsan gyengülni vagy elhalni;
- hol szűnik meg az ügyféloldali fogadókészség;
- hol hiányzik a következő lépés vagy a döntéshozói kapcsolat;
- és mennyire alkalmasak a CRM-ben tárolt adatok arra, hogy a szervezet tanuljon a saját múltjából.

Záró tézis: a kommunikációs életképesség

> **A kommunikációs életképesség olyan, részben rejtett állapot lehet, amelyet a hagyományos értékesítési szakaszok önmagukban csak részben tesznek láthatóvá. A kommunikációs koherencia ennek rendszerezett és átvilágítható megközelítése.**
>
> A következő kutatási kérdés az, hogy **ugyanezek a mintázatok megjelennek-e egymástól független szervezeteknél és különböző iparágakban is**.

12.1. Mit állít a jelen kiadás?

A jelen nyilvános kiadás az alábbi megállapításokat támasztja alá:

- A vizsgált SOMACRM-adatállományban a kommunikációsan értékelhető, megkötött és elvesztett ügyek között **leíró különbségek** jelentek meg.
- A legnagyobb eltérések között szerepelt az **ügyféloldali fogadókészség** és a **kommunikáció elhalásának kockázata**.
- Az elvesztettként lezárt ügyek jelentős részénél **hiányzott a strukturált formában rögzített veszteségok**, ami számottevő adatminőségi problémára utal.
- A **kommunikációs elhalás** önállóan értelmezhető üzleti jelenségként jelent meg a vizsgált adatállományban.
- A kommunikációs életképesség és a kommunikációs koherencia szemlélete alkalmas lehet egy **értékesítési kommunikációs átvilágítási szolgáltatás**, valamint további kutatási és megerősítési program megalapozására.

12.2. Mit nem állít a jelen kiadás?

A jelen nyilvános kiadás nem állítja, hogy:

- létezik egy minden vállalatra érvényes, általános **nyerési képlet** vagy oksági törvény;
- a vizsgálatban használt belső mutatók általános **iparági viszonyítási értékek**;
- az eredmények alapján automatikusan minősíthető egy értékesítő, ügyfél vagy döntéshozó;
- minden kommunikációsan elhalt ügy biztosan megköthető lett volna;
- a jelenlegi eredmények önmagukban általánosan érvényes előrejelző modellt igazolnak;

GRM808 Ethical Intelligence Infrastructure (EI) © 2025 -2026 - All rights reserved. Human dignity first.
Governance framework: GRM808 TRUST ID: 33135-4/2026 - Core Declaration (2026)

- a nyilvános tanulmány tartalmazza a teljes módszer reprodukálásához szükséges **részletes pontozási, súlyozási, küszöbértékelési és műszaki megvalósítási eljárásokat**.

A nyilvános kiadás célja ezért nem egy lezárt és végleges módszertan kihirdetése, hanem egy **valós adatokon alapuló jelenség, kutatási irány és gyakorlati alkalmazási lehetőség** bemutatása.

> **A jelen tanulmány azt mutatja meg, mit látunk most az adatokban. A következő kutatási szakasz feladata annak vizsgálata, hogy ezek a mintázatok mennyire ismételhetők meg más szervezetekben is.**

GRM808 Ethical Intelligence Infrastructure (EI) © 2025 -2026 - All rights reserved. Human dignity first.
Governance framework: GRM808 TRUST ID: 33135-4/2026 - Core Declaration (2026)

Irodalomjegyzék

Dwyer, F. R., Schurr, P. H., & Oh, S. (1987). Developing Buyer-Seller Relationships. Journal of Marketing, 51(2), 11-27. https://doi.org/10.1177/002224298705100202

Moncrief, W. C., & Marshall, G. W. (2005). The evolution of the seven steps of selling. Industrial Marketing Management, 34(1), 13-22. https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2004.06.001

Park, J. E., Kim, J., Dubinsky, A. J., & Lee, H. (2010). How does sales force automation influence relationship quality and performance? The mediating roles of learning and selling behaviors. Industrial Marketing Management, 39(7), 1128-1138. https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2009.11.003

Peltier, J. W., Zahay, D., & Lehmann, D. R. (2013). Organizational Learning and CRM Success: A Model for Linking Organizational Practices, Customer Data Quality, and Performance. Journal of Interactive Marketing, 27(1), 1-13. https://doi.org/10.1016/j.intmar.2012.05.001

Trainor, K. J., Andzulis, J. M., Rapp, A., & Agnihotri, R. (2014). Social media technology usage and customer relationship performance: A capabilities-based examination of social CRM. Journal of Business Research, 67(6), 1201-1208. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2013.05.002

Järvinen, J., & Taiminen, H. (2016). Harnessing marketing automation for B2B content marketing. Industrial Marketing Management, 54, 164-175. https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2015.07.002

Wedel, M., & Kannan, P. K. (2016). Marketing Analytics for Data-Rich Environments. Journal of Marketing, 80(6), 97-121. https://doi.org/10.1509/jm.15.0413

Koponen, J., Julkunen, S., & Asai, A. (2019). Sales communication competence in international B2B solution selling. Industrial Marketing Management, 82, 238-252. https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2019.01.009

Hossain, M. T., & Gilbert, J. R. (2021). Satisfactory listening: The differential role of salesperson communication in (co)creating value for B2B buyers. Industrial Marketing Management, 98, 222-240. https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2021.08.010

Albrecht, R., Overbeek, S., & van de Weerd, I. (2023). Designing a Data Quality Management Framework for CRM Platform Delivery and Consultancy. SN Computer Science, 4, 742. https://doi.org/10.1007/s42979-023-02196-z

GRM808 Ethical Intelligence Infrastructure (EI) © 2025 -2026 - All rights reserved. Human dignity first.
Governance framework: GRM808 TRUST ID: 33135-4/2026 - Core Declaration (2026)

Nyilvános kutatási nyilatkozatok

Adatforrás és hozzáférés

A tanulmány a **SOMACRM korábbi CRM-adatainak összesített elemzésére** épül. Az egyedi értékesítési lehetőségekhez és feljegyzésekhez kapcsolódó nyers adatok üzleti, adatvédelmi és titoktartási okokból nem részei a nyilvános kiadásnak.

A tanulmány kizárólag **összesített, személyek és ügyfelek azonosítására nem alkalmas eredményeket** közöl. A nyilvánosságra hozott adatok célja a kutatási jelenség, a fő mintázatok és a módszertani következtetések bemutatása, nem pedig az egyedi ügyek rekonstruálhatósága.

Érdekeltségi nyilatkozat

A kutatás a SOMACRM saját értékesítési adatállományának vizsgálatából indult, a bemutatott módszertani megközelítés pedig a **GRM808 Értékesítési Kommunikációs Átvilágítás** fejlesztési és kutatási környezetéhez kapcsolódik.

A tanulmány ezért **szervezeti és módszertani érdekeltség mellett készült**. Az eredmények tágabb érvényessége ebből következően nem feltételezhető automatikusan. Annak megállapításához, hogy a feltárt mintázatok más szervezetekben és iparágakban is megjelennek-e, független, illetve több vállalat bevonásával végzett megerősítő vizsgálatok szükségesek.

Etikai és adatvédelmi nyilatkozat

A nyilvános kutatási kiadás nem tartalmaz olyan nyers CRM-adatot, amely természetes személyhez, konkrét ügyfélhez vagy egyedi értékesítési ügyhöz visszavezethető lenne.

A módszer célja az **értékesítési folyamatok diagnosztikai vizsgálata és a szervezeti tanulás támogatása**. Nem személyprofilozásra készült, és nem használható automatikus, érzékeny személyi döntések kizárólagos alapjaként.

Az elemzés során alapelv az adatminimalizálás, a célhoz kötöttség, a visszakövethetőség és az emberi felülvizsgálat fenntartása.

Jelenlegi kutatási státusz

A jelen kiadás **feltáró, visszatekintő, egyetlen szervezet adatain alapuló esettanulmány**, valamint egy védett módszertani megközelítés nyilvános áttekintése.

A közölt mutatók és kategóriák a vizsgált adatállományon belüli **leíró eredmények**. Nem tekinthetők általános iparági viszonyítási értékeknek, és nem igazolnak minden szervezetre alkalmazható előrejelző modellt vagy ok-okozati összefüggést.

Ilyen erősebb állítások csak további, **előre megtervezett, több vállalat bevonásával végzett megerősítő vizsgálatok és megfelelő statisztikai elemzés** után tehetők.

A védett módszertan helyzete

A részletes pontozási, súlyozási, küszöbértékelési, besorolási, szövegelemzési, ellenőrzési és műszaki megvalósítási eljárások a **GRM808 védett szakmai módszertanának** részét képezik.

A nyilvános kiadás bemutatja:

- a kommunikációs életképesség vizsgált jelenségét;

GRM808 Ethical Intelligence Infrastructure (EI) © 2025 -2026 - All rights reserved. Human dignity first.
Governance framework: GRM808 TRUST ID: 33135-4/2026 - Core Declaration (2026)

- az alapvető vizsgálati szempontokat;
- a felhasznált adatállomány fő jellemzőit;
- az összesített kutatási eredményeket;
- a módszer alkalmazási értelmét;
- valamint a kutatás korlátait.

Ugyanakkor nem tartalmazza azokat a részletes belső szabályokat és eljárásokat, amelyek alapján a teljes átvilágítási módszer önállóan újraalkotható lenne.

Rövid nyilvános összefoglaló

Mit mutatunk meg?

A **kommunikációs életképesség** problémáját, a vizsgált adatállomány fő jellemzőit, a fogalmi modellt, a legfontosabb eredményeket, a kutatás korlátait és az értékesítési kommunikációs átvilágítás gyakorlati jelentőségét.

Mit tartunk védett szakmai módszertannak?

A részletes **pontozási rendszert, súlyozást, küszöbértékeket, szöveges értelmezési szabályokat, besorolási logikát, ellenőrzőlistákat és műszaki megvalósítási eljárásokat**.

> **A nyilvános tanulmány azt mutatja meg, mit és miért vizsgálunk. A védett GRM808 módszertan azt határozza meg, hogyan történik a részletes értékelés.**

GRM808 Ethical Intelligence Infrastructure (EI) © 2025 -2026 - All rights reserved. Human dignity first.
Governance framework: GRM808 TRUST ID: 33135-4/2026 - Core Declaration (2026)