

# Кейс «Повышение эффективности кросс-продаж»

**Conversion Rate** (CR- Уровень конверсии, процент преобразования звонка в продажу)

**Offer Rate** (OR – Уровень предложений продажи, процент контактов с предложением дополнительной услуги/продукта от общего числа контактов)

Опыт использования для роста эффективности продаж

Пилотный проект



повышение эффективности кросс-продаж на входящих за месяц в крупном российском банке, входящем в топ 5

Внедрение



повышение продаж на входящей линии сети бытовой техники



## Целевая аудитория

Корпоративные и аутсорсинговые контактные центры.



## Назначение

Повышение прибыльности и доходности контактного центра за счет повышения процента предложений продаж (OR) и эффективности продаж (% конвертации звонка в продажу, CR).





## Основные задачи





- С точки зрения эффективности и результативности кросс-продаж проанализировать и определить зоны оптимизации процесса продажи, используя инструменты комплекса Smart Logger II
- Разработать и применить ряд рекомендаций по работе с персоналом, процедурам, бизнес-процессам
- С помощью комплекса Smart Logger II автоматизировать контроль за фактом предложения продажи в звонке, за соблюдением сценария продаж и работы с возражениями

## Описание услуги

### Состав работ с использованием средств речевой аналитики комплекса Smart Logger II:

-  Анализ бизнес-процессов контактного центра
-  Анализ обращений с использованием методик и инструментов ЦРТ
-  Определение основных зон развития
-  Разработка и предоставление рекомендаций
-  Анализ результатов
-  Подведение итогов

### С использованием инструментов автоматической оценки качества Smart Logger II:

-  Контроль предложения продажи, там где это необходимо, для 100% звонков
-  Контроль наиболее значимых нарушений сценария продаж
-  Анализ результатов и рекомендации по работе с персоналом
-  Подведение итогов

## Условия и форма оказания услуги

Услуга оказывается по согласованию сторон на площадке контактного центра или удаленно.

Определяется команда специалистов (руководителей, супервизоров), которые непосредственно будут применять рекомендации аналитиков ЦРТ, предоставлять данные о внедрении рекомендаций и результатах применения.

Заказчиком предоставляется:

- Информация о бизнес-процессах, процедурах, скрипты и сценарии диалогов исследуемой группы сотрудников
- Данные по целевым и динамическим показателям CR за различные промежутки времени
- Данные из CRM:
  - (интеграция или экспорт) по результату звонка (состоялась ли продажа)
  - (интеграция или экспорт) признака, что данному клиенту нужно предложить кросс-продажу (если такая информация есть в CRM)

## Инструменты и методы

### Речевая аналитика

**Основные этапы исследования – это речевой анализ текста фонограмм и выявление:**

- Диалогов, где должны быть предложены дополнительные услуги/продукты
- Нарушений процедуры предложения продаж по сотрудникам/направлению
- Проблемных зон в работе с возражениями по сотрудникам/направлению
- Нарушений в соблюдении текущего скрипта
- Зон развития в навыках презентации услуг/продукта по сотрудникам/направлению
- Тематик обращений для расширения возможностей предложений продаж, например, за счет снижения непрофильных обращений (зависит от специфики проекта)

### Автоматическая оценка

**Основные факторы применения – это оценка и контроль (в 100% диалогов):**

- Факта предложения продаж
- Наиболее значимых нарушений сценария продажи

### Санкт-Петербург

196084, ул. Красуцкого, 4  
Тел.: +7 812 325 8848  
Факс: +7 812 327 9297  
Отдел продаж: +7 812 325-88-48, доб.1  
stc-spb@speechpro.com

### Москва

109147, ул. Марксистская, 3, стр. 2  
Бизнес-центр "Таганский"  
Тел.: +7 495 669 7440  
Факс: +7 495 669 7444  
stc-msk@speechpro.com

