

Кейс «Повышение эффективности входящих и исходящих продаж»

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

Опыт использования
роста эффективности продаж

Пилотный проект



для исходящих продаж за
месяц в крупном российском
банке, входящем в топ 5

Консалтинг



для входящего телемаркетинга
крупного оператора
телекоммуникационной индустрии

Внедрение



для линии продаж услуг
в крупном аутсорсинговом
контактном центре



Целевая аудитория

Корпоративные и аутсорсинговые контактные центры.



Назначение

Повышение прибыльности и доходности компании за счет повышения уровня конверсии (Conversion Rate) входящих / исходящих продаж.









Основные задачи





- С точки зрения эффективности и результативности входящих/исходящих продаж проанализировать и определить зоны оптимизации процесса продажи, используя инструменты комплекса Smart Logger II
- Разработать и внедрить рекомендации по работе с персоналом, процедурам, бизнес-процессам
- Выявить лучшие практики, автоматизировать контроль соблюдения сценария продаж и работы с возражениями

Описание услуги

Состав работ с использованием средств аналитики комплекса Smart Logger II:

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

Состав работ с использованием инструментов автоматической оценки качества Smart Logger II:

-  Контроль основных зон развития по соблюдению сценария продажи
-  Контроль навыков ведения и управления диалогом
-  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 по лучшим и «отстающим» продавцам для сравнения, данные из CRM (интеграция или экспорт) по результату звонка (состоялась ли продажа)

Инструменты и методы

Речевая аналитика

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

- Нарушений следования сценарию исходящих/входящих продаж по сотрудникам/направлению
- Нарушений в работе с возражениями по сотрудникам/направлению
- Наиболее и наименее эффективных приемов путем сравнения текстов успешных и неуспешных звонков, диалогов успешных и неуспешных операторов для определения лучших практик
- Зон развития в навыках презентации услуг/продукта по сотрудникам/направлению
- Тематик входящих обращений для увеличения числа предложений, например, за счет снижения непрофильных обращений на группу продаж при переводе на вторую линию и т.д. (актуальность данного пункта зависит от специфики проекта)

Автоматическая оценка

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

- Соблюдения важных этапов сценария продаж
- Длительности пауз и инициативности сотрудника в диалоге
- Использования лучших приемов и практик

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

