

РЕКОМЕНДАТЕЛЬНОЕ ПИСЬМО

Типография «Астролон» работает более 19 лет. За эти годы нашими постоянными клиентами стали такие крупные компании, как «Конфэшн», «Верность качеству», «Кондитерский комбинат Кубань», «Флора Кавказа», «Крымский содовый завод», «Майский чай» и многие другие.

Холодный обзвон мы решили использовать для того, чтобы увеличить продажи. Представление о том, что такое холодный звонок и общая информация об этом методе продаж была нам известна, но не хватало комплексности и стандартизации. Сейчас уже и не вспомню в точности, как мы вышли на компанию АСУ XXI век.

Мы воспользовались услугами «Написание сценария холодного звонка Стандарт», «Внедрение ЦХП Легкий старт», а также внедрение IP-телефонии. Работы по написанию сценария, внедрению ЦХП и телефонии велись полностью удаленно. Недостатков такой работы я не обнаружил, мы старались четко следовать обозначенному плану, но не всегда удавалось, ведь помимо работы по проекту была и текущая наша загрузка.

К сожалению, процедура внедрения ЦХП по тарифу «Легкий старт» не предусматривала подробного обучения, которое нам хотелось бы получить. Но этот недостаток был компенсирован текстовыми инструкциями по внедрению и детальными консультациями специалистов.

Сейчас у нас работает 1 колл-менеджер. Через программу я всегда могу посмотреть, сколько она сделала за день холодных звонков, сколько их потом переросло в теплые, проанализировать, сколько в итоге было передано менеджеру. Все паспорта теплых клиентов исправно приходят на почту, с карточкой, со всей информацией. Их обрабатывают два менеджера по продажам.

За месяц первый месяц работы колл-менеджеры передали менеджерам по продажам порядка **30-35 теплых клиентов**. «Центр Холодных Продаж» ускорил получение потенциальных клиентов, улучшил их обработку и процесс «утепления» холодного клиента.

До работы с АСУ XXI век наш отдел продаж не был разделен на колл-менеджеров и менеджеров по продажам. А когда нет деления зон ответственности, менеджер, по сути, не звонит по новым клиентам, никакую конверсию не делает, даже нулевую. А бывало так, что он прозвонил целый день и

А теперь колл-менеджеры у нас стремятся делать около 100 контактов в день, и в итоге выходит неплохая конверсия!

Планируем отточить некоторые технические моменты, дополнить сам сценарий. Там есть много моментов, это все вопрос времени и вопрос необходимости. Практика показывает, что для наиболее эффективной работы всегда нужно что-то улучшать, дополнять и экспериментировать.

В общем и целом, успехами проекта я доволен: мы получили отличный инструмент для повышения прибыли. Рекомендую компанию АСУ XXI век всем, кто только внедряет холодные звонки у себя в компании, а также тем, кто хочет повысить эффективность уже существующего отдела продаж.

