



**ЗОЛОТАЯ
РЫБКА**

ГК «Золотая рыбка»
191024, Санкт-Петербург, ул. Тележная, д. 9
тел.: (812) 327-83-53, факс: (812) 717-65-59
e-mail: email@goldfish.ru, www.goldfish.ru

Рекомендательное письмо.

ГК «Золотая рыбка» - активно развивающаяся Российская компания, один из лидеров зообизнеса в Северо-Западном регионе, присутствует на рынке более 20 лет. Компания имеет оптовое направление, розничную сеть и собственное производство товаров для животных.

Сотрудничество с компанией «АСУ 21 век» началось с посещения семинара по организации отдела продаж, на котором нам понравилась идея разделения этапов работы с клиентом между несколькими должностями. Раньше у нас был универсальный менеджер, который занимался поиском клиентов, «холодным» обзвоном и дальнейшим ведением работы с этими клиентами. После посещения семинара мы решили изменить подход к «холодному» обзвону и воспользовались предлагаемым компанией «АСУ 21 век» продуктом «Центр холодных продаж», который обеспечивает системный подход к обзвону, в частности работу по сценарию.

Внедрение call-центра в нашей компании в целом прошло довольно быстро и оперативно, особенно это касается написания и отладки сценария. Но возникали и трудности, связаны они были в основном с тем, что, несмотря на рекомендации специалистов «АСУ 21 век», нами не был выделен сотрудник для работы в качестве администратора call-центра, поэтому вся нагрузка легла на руководителя, чьи ресурсы времени и так очень ограничены.

Зато по окончании внедрения, во-первых, само собой, стало больше холодных звонков, сейчас call-менеджер делает за полдня в среднем 35-40 результативных звонков. Проверяем количество звонков где-то 1-2 раза в неделю с помощью отчетов.

Во-вторых, после внедрения сценария заметно улучшилось качество переговоров. Отслеживаем это прослушивая записи звонков. На первом этапе слушать приходилось более активно, сейчас уже меньше, так как сценарий отработан и мы добились того, что call-менеджер его придерживается.

Сам call-менеджер говорит, что сначала было тяжело, но сейчас работать стало проще, то есть call-менеджеру не нужно много думать, он может быстро и оперативно работать с клиентами, пользуясь инструментом «Центр холодных продаж». А для меня, как для руководителя, важно, что у нас есть записи звонков, которые можно прослушать и CRM-система, благодаря которой мы можем понять, как ведется работа, и я могу построить план на будущую работу с тем или иным клиентом, или группой клиентов.

Ну и самое главное, конечно, то, что после внедрения «Центра холодных продаж» у нас увеличилось количество покупателей, то есть количество компаний, которые стали нашими постоянными клиентами.

Заместитель генерального директора

ГК «Золотая рыбка»

Д.А. Мамышев