

РЕКОМЕНДАТЕЛЬНОЕ ПИСЬМО

Компания «МотоСкутер» на рынке с 1998 года. Мы являемся официальным дистрибьютором компаний «NGK», «Петрошина» и «Сонар». Реализуем запчасти для скутеров и мотоциклов, а также для бензопил, мотоблоков и прочей мотоциклетной техники.

Со временем у нас скопилась обширная база клиентов, которую следовало проработать. Для этого мы выбрали метод холодного обзвона: он позволял «прощупать» нашего потенциального клиента и подготовить плодородную почву для дальнейших переговоров и продаж.

Мы решили сотрудничать с компанией «АСУ XXI век» и выбрали услугу «Разработка сценария VIP», включающую в себя создание сценария и его тестирование специалистами компании. Перед написанием сценария мы совместно составили отчет об обследовании, в котором обозначили портрет целевого клиента и другие значимые для обзвона детали. Все работы велись удаленно, что было, в общем, очень удобно.

Затем нам отправили текст сценария на согласование. Сценарий был логичным и понятным, мы его утвердили, а затем колл-менеджеры «АСУ XXI век» приступили к тестированию. Конверсия по проекту составила **80 процентов**, но в нашей базе, как показала практика, оказалось много непрофильных организаций. Нам передали **24 целевых клиента**, готовых общаться с менеджером, а также **работающий скрипт**, который был дополнен по результатам звонков.

После тестирования мы взяли в штат сотрудника, в обязанности которого входили только холодные звонки. И он начал привлекать новых клиентов чуть ли не с первого звонка, вообще не имея опыта продаж в нашей сфере! Поначалу наш call-менеджер недотягивал по скорости работы со сценарием до уровня колл-менеджеров «АСУ XXI век». К этому необходимо привыкнуть в течение, хотя бы, пары дней. Сотрудник втягивался в работу плавно, но обучать его с нуля обрабатывать возражения и посвящать в тонкости продаж запчастей было бы значительно дольше.

Сейчас работаем по следующей схеме: любой новый менеджер наработывает себе базу с помощью холодного обзвона, а затем уже **повышает квалификацию** и



работает с теми клиентами, которых наработал. Но первый контакт с клиентом по-прежнему осуществляется только с помощью сценария холодного звонка.

Сейчас мы пополняем базу новыми контактами организаций для холодного обзвона. Будем ли мы и далее использовать этот метод? Безусловно, да.

Рекомендуем продукты и услуги «АСУ XXI век» всем компаниям, которые хотят получить эффективный инструмент для увеличения продаж и возможность в максимально сжатые сроки обучать новых сотрудников.

