

РЕКОМЕНДАТЕЛЬНОЕ ПИСЬМО

Компания «ПЛКСистемы» занимается производством современного промышленного коммутационного оборудования Ethernet собственного бренда «ЛАНТАН». Работаем с 1995 года.

Холодный обзвон решили использовать, поскольку наши продажи были построены не совсем оптимальным образом. Теорию холодного обзвона мы знали, но на практике никогда этим всерьез не занимались, только обрывочно и в фоновом режиме.

Сперва мы купили на сайте «АСУ XXI век» комплект «Сценарий своими руками» и методический материал «Как организовать отдел активных продаж в своей компании». Затем мы купили услугу «Разработка и тестирование сценария VIP».

Перед написанием сценария аналитик со стороны «АСУ XXI век» обследовала нашу организацию: выясняла особенности продаж, определила целевой сегмент клиентов, обозначила конкурентную среду и подсказала идею для оптимального торгового предложения. Все работы велись удаленно, в формате онлайн-встреч, что было очень удобно.

В ходе тестирования за два рабочих дня колл-менеджеры АСУ назвали нам 23 клиента, а общая конверсия по проекту составила 65,71 процентов.

Затем технологию обзвона по сценарию переняли наши специалисты. Сейчас у нас в штате три колл-менеджера, которые работают строго по сценарию и назначают телефонные переговоры для двух менеджеров по продажам. Такая модель для нас оптимальна. Колл-менеджеры успевают сделать в день около 50 звонков, на 150 пока выйти не получается, к сожалению, но где-то 4-5 контрагентам назначают переговоры. Грубо говоря, 10 % конверсии сейчас точно наши.

Девушки колл-менеджеры, у которых до этого вообще не было опыта холодных звонков, сначала восприняли работу по сценарию в штыки, но через несколько дней поняли, что если переходить в нужные места сценария и не обращать внимание на некоторые эмоциональные всплески от ряда клиентов, то эта схема отлично работает.

В проекте понравился сам подход к холодному обзвону, для меня это было в новинку. Сценарий позволяет работать даже человеку, который совсем не разбирается в теме, и это даёт результат. Понравился хитрый ход, что если не хотят соединять, то соединяться через бухгалтерию: якобы нам нужен акт сверки, и потом говорить, что нас неправильно переключили, и на самом деле нужен человек, с которым секретарь не соединяла. Такой обход секретаря, как главного Цербера, через другие подразделения, в целом интересен и явно полезен.

Я оцениваю проект разработки сценария VIP положительно, потому что в очередной раз убедился в том, что нельзя априори отвергать тот или иной способ продажи, надо постараться беспристрастно его протестировать, и потом принимать решения. Такой критический взгляд на свои прежние подходы к продажам — полезен. Рекомендую компанию «АСУ XXI век» всем компаниям, которые давно хотят попробовать чего-то новое в продажах, но по разным причинам все еще не решаются.

Генеральный директор
ООО «ПЛКСистемы»



Астафьев И.М.