

РЕКОМЕНДАТЕЛЬНОЕ ПИСЬМО

В сферу деятельности компании «Ученый фитнес» входит организация учебных курсов, семинаров, разработка учебных программ, методик, технологий для обучения и профессиональной подготовки персональных тренеров, а также тестирование и аттестация персонала, помощь в трудоустройстве и подборе сотрудников, открытие кабинетов фитнес-диагностики разного уровня и многое другое.

Сфера нашей работы специфическая, а интернет-реклама дает недостаточно клиентов. Поэтому единственный выход, к которому мы пришли – это холодный обзвон. С услугами компании «АСУ XXI ВЕК» я был хорошо знаком по успешным проектам с предыдущего места работы. В целом, как клиент, остался доволен, поэтому решил обратиться повторно за внедрением «Центра Холодных Продаж».

Все работы по проекту велись удаленно. Это очень удобно, единственное: не помешал бы координатор, который будет все контролировать с нашей стороны – выполнение и сроки задач. Тяжело найти менеджеров на такие проекты, никто не хочет работать с холодными звонками, и конкретно искать звонарей – это нереально. Поэтому пришли к выводу, что лучше набирать сразу менеджера отдела продаж, который сам сделает холодные звонки, сам проведет встречи, и сам продает. Но на самом деле – это неправильно, но другого выхода мы не нашли.

В проекте понравился педагогический процесс обучения менеджеров: мы можем находиться удаленно и контролировать работу, вносить коррективы и в скрипты, и в техники продаж, поэтому я думаю, что это большой плюс. Также записываются звонки, их можно прослушивать. Из минусов – я бы сделал фильтрацию базы для обзвона по гендерному признаку.

Сейчас холодный обзвон делают три менеджера. У нас получается так: один координатор, он работает в графике с 10 утра до 8 вечера, и 2 менеджера, которые работают 5/2 – они работают по полдня – с 10 до 3, и с 3 до 8, то есть холодные звонки нон-стоп, без выходных.

В проект обзвона было внесено 1100 партнеров, обработано 90%, **конверсия по встречам где-то в районе 7-8%, и по продажам где-то 1-2%**. Сами менеджеры довольны, что пользуются «Центром холодных продаж» и отмечают удобство программы.

В месяц менеджеры прорабатывают 200 клиентов: 100 продлений и 100 новых. Новых партнеров им негде больше взять, поэтому сейчас мы пошли в сторону увеличения частоты контактов с клиентской базой.

Компанию «АСУ XXI ВЕК» и их программные разработки советую организациям, для которых эффективность интернет-рекламы невелика, а сидеть на постоянных клиентах уже не представляется возможным, поскольку хочется увеличить прибыльность.

Генеральный директор



Ганжуров С. Г.

