



infotell
call center

**Создаем эффективный
сценарий для типовых
ЗВОНКОВ**



Федеральный колл-центр
Infotell был создан в 2004 г.
в Санкт-Петербурге

• ПРОЕКТОВ В ЗАЛЕ - 248

• ОПЕРАТОРОВ БОЛЕЕ - 330

• СРЕДНЯЯ СТОИМОСТЬ ЛИДА - 409 Р.

ВЫПОЛНЕННЫХ ПРОЕКТОВ ПО ВСЕЙ РОССИИ - 9 011

СРЕДНЯЯ КОНВЕРСИЯ ХОЛОДНЫХ ЗВОНКОВ - 4,97%





Сценарий разговора – это

- Ресурс для достижения поставленных целей.
- Пошаговая инструкция для качественной работы телемаркетологов.
- Информационная база по продукту проекта.
- Эффективный инструмент продаж.
 - Возможность получения логичного конечного результата для дальнейшей работы с клиентом.

Сценарий строится, исходя из:



Сценарии для Входящих и Исходящих звонков различаются:



Сценарий Горячей Линии – «вопрос» + «ответ» + «алгоритм» действий

Приветствие

- Обозначение готовности ответить на все вопросы



Работа с информацией

- Ответы на вопросы
- Алгоритмы действий в различных ситуациях



Выход на результат

- Довольный клиент
- Требуется дополнительная работа с клиентом

Сценарий Исходящего звонка – диалог с применением технологии продаж

Приветствие

- Начало разговора
- Определение ЛПР

Установление контакта

- Знакомство
- Разрешение на продолжение разговора

Выявление потребностей

- Обозначение цели звонка
- Несколько вопросов для понимания потребности

Презентация

- Несколько предложений с учетом потребностей

Отработка возражений

- Обозначение выгод для ЛПР
- Преимущества продукта

Выход на результат

- Новый клиент
- Потенциальный клиент
- Не наш клиент

Работа с секретарем – важная часть сценария!

Секретарь – «враг» или «друг» телемаркетолога? Всё зависит от того, как будет построен сценарий разговора. Работа секретаря – принимать все входящие звонки и обеспечивать поддержку работы компании, а работа телемаркетолога – выйти на ЛПР и добиться положительного результата.

Существует много тактик, приёмов, способов прохода секретарей:

- Предъявление аргументов - логический способ
 - Эмоциональный способ
 - Ссылки на нормы
 - Бумеранг
 - Поговорки, пословицы, изречения, цитаты
 - Метафоры, поговорки
 - Легенда
- Сдвиг в прошлое, сдвиг в будущее
 - Мысли - цели
 - Повторение и смягчение
 - Смена роли клиента/наезд
 - Приведение примеров
 - Подмена и/или разделение возражения
 - Игровая провокация



Работа с ЛПР – часть сценария, от которой зависит результат!

Клиент отличается одной особенностью: он очень часто возражает всеми возможными способами! «**Меня это не интересует**», «**Я работаю с другой компанией**», «**Мы в этом не нуждаемся**», «**У нас всё есть**», «**Я подумаю**», «**Перезвоните через год**», «**Нет денег**», «**Дорого**», «**Надо посоветоваться**» и многое другое.

Алгоритм обработки возражений:

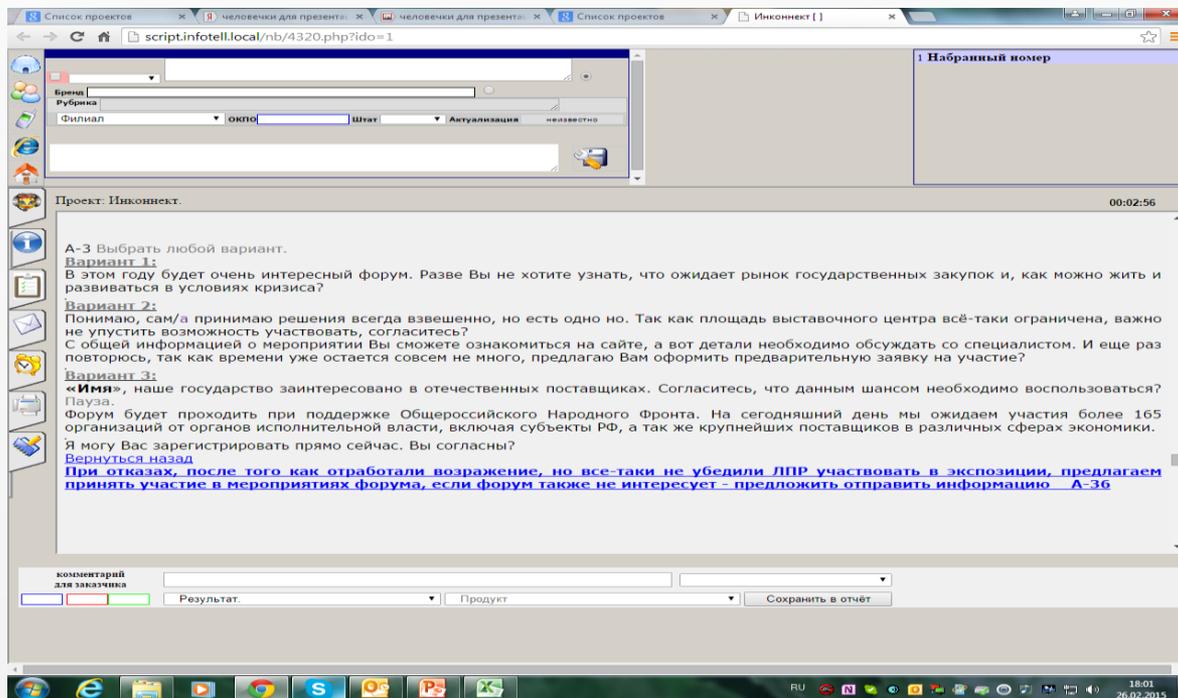
1. Выслушать.
2. Если есть необходимость, проверить, правильно ли вы поняли.
3. Задать уточняющий и/или наводящий вопрос.
4. Проверить на истинность, если есть подозрение, что возражение ложное.
5. Проверить на значимость, если есть подозрение, что возражение второстепенное.
6. Ответить.
7. Удостовериться, что вопрос решен и переключить внимание.



Результат звонка – маркетинговый инструмент!

- Результат показывает степень заинтересованности в продукте
- Результат дает возможность увеличения базы клиентов
- Результат показывает ситуацию на рынке по спросу на продукт
- Результат дает возможность дальнейшего развития
- Результат показывает эффективность работы операторов
- Результат дает возможность оценить качество сценария

Как выглядит сценарий в Infotell



Список проектов | челoveчки для презента: | челoveчки для презента: | Список проектов | Инконекст []

script.infotell.local/nb/4320.php?ido=1

Набранный номер

Проект: Инконекст. 00:02:56

A-3 Выбрать любой вариант.

Вариант 1:
В этом году будет очень интересный форум. Разве Вы не хотите узнать, что ожидает рынок государственных закупок и, как можно жить и развиваться в условиях кризиса?

Вариант 2:
Понимаю, сам/а принимаю решения всегда взвешенно, но есть одно но. Так как площадь выставочного центра всё-таки ограничена, важно не упустить возможность участвовать, согласитесь?
С общей информацией о мероприятии Вы сможете ознакомиться на сайте, а вот детали необходимо обсуждать со специалистом. И еще раз повторюсь, так как времени уже остается совсем не много, предлагаю Вам оформить предварительную заявку на участие?

Вариант 3:
«Имя», наше государство заинтересовано в отечественных поставщиках. Согласитесь, что данным шансом необходимо воспользоваться?
Пауза.
Форум будет проходить при поддержке Общероссийского Народного Фронта. На сегодняшний день мы ожидаем участия более 165 организаций от органов исполнительной власти, включая субъекты РФ, а так же крупнейших поставщиков в различных сферах экономики.
Я могу Вас зарегистрировать прямо сейчас. Вы согласны?
[Вернуться назад](#)
При отказах, после того как отработали возражение, но все-таки не убедили ЛПР участвовать в экспозиции, предлагаем принять участие в мероприятиях форума, если форум также не интересует – предложить отправить информацию [А-36](#)

комментарий для заказчика

Результат. Продукт Сохранить в отчет

18:01 26.02.2015



Кейс «Поиск клиентов»

Цель: Выявить заинтересованных клиентов в услугах сертификации

ВХОД – Обход секретаря:

С-1 Меня зовут «имя». С кем я могу поговорить по поводу разрешительной документации?

Если спрашивают «Кто Вы?»: «XXX».

Если спрашивают, по какому вопросу: Я звоню из Всероссийского Центра разрешительной документации. Хочу обсудить вопрос в области обязательной сертификации и декларирования продукции и услуг, а также проведения «Специальной Оценки Условий Труда». С **Вами** могу поговорить по этому вопросу?

Нет, не со мной: Подскажите, пожалуйста, а с кем я могу поговорить на эту тему?

Нам это не нужно/Не интересно/Занимаются юристы/Уже всё есть/Работаем с другими:

Вариант 1: Я понимаю, дело в том, что в настоящее время есть ряд документов, наличие которых обязательно для любого юридического лица. Мне необходимо проконтролировать наличие этих документов, поэтому соедините, пожалуйста, с руководителем или с ответственным лицом, для него это важная и необходимая информация.

Вариант 2: Это очень хорошо, значит, мы сможем более детально обговорить со специалистом обязательные процедуры для Вашей компании. С кем я могу сейчас поговорить?



Кейс «Поиск клиентов»

Цель: Выявить заинтересованных клиентов в услугах сертификации

Презентация ЛПР:

Добрый день, я звоню по вопросам разрешительной документации. Меня зовут «Имя», «XXX». Вам удобно разговаривать? Как могу к Вам обращаться? (записать)

Да/Что Вы хотите?/Говорите:

Вариант № 1:

«Имя», я хотел(а) бы узнать у Вас, оформляете ли Вы сертификаты или декларации на свою продукцию или для своих клиентов?

Вариант № 2:

«Имя», скажите, пожалуйста, Вам уже рассказывали о преимуществах наличия у компании сертификата менеджмента качества ИСО?

НИЧЕГО НЕ НУЖНО: А-01 «Имя», я понимаю у Вас рабочее время расписано по минутам, но могу я узнать, почему именно и что Вам не интересно?

Сейчас нет денег/ пока нет денег А-15

Работаем только по тендерам А-5

Компания прекратила/ прекращает свою деятельность/ банкрот А-21

Пришлите предложение А-7

К списку вопросов и возражений

Категоричный отказ/Бросили трубку К-8



Кейс «Поиск клиентов»

Цель: Выявить заинтересованных клиентов в услугах сертификации

НИЧЕГО НЕ НУЖНО:

[Сейчас нет денег/ пока нет денег](#)

«Имя», я понимаю, кризис. Согласитесь, Вам в любом случае необходимы разрешающие документы, а наши цены одни из самых низких по России, к тому же у нас действует гибкая система взаиморасчётов и специальная система скидок – до 50%, что позволит Вам сейчас получить максимально выгодные условия, при этом быть уверенным в качестве предоставляемых услуг.

Если получены ответы на вопросы по документации:

«Имя», давайте я переведу Вас на своего руководителя, и Вы более подробно обсудите возможные варианты сотрудничества?

[Согласны на перевод](#)



Кейс «Программа лояльности»

Цель: Выявить уровень удовлетворенности услугами компании

ВХОД:

Здравствуйте/ добрый день! (пауза для ответа абонента). Меня зовут «Имя», менеджер службы качества по обслуживанию клиентов ХХХ.

Соедините, пожалуйста, с «Имя». Скажите, что звонит «Имя», компания ХХХ.

Кто Вы?/Что Вы хотите?/Если не знаем имя ЛПР: Мы хотим задать несколько вопросов по качеству обслуживания клиентов ХХХ. Мы с вами уже работаем. Соедините меня, пожалуйста, с «Имя»/ С кем я могу поговорить?

Общение с ЛПР :

Рады приветствовать Вас, как одного из лучших клиентов компании ХХХ. Это менеджер службы качества по обслуживанию клиентов ХХХ «Имя». Можете ли Вы уделить пару минут и ответить на несколько вопросов? Ваш ответ очень важен для нас.

Что за вопросы?: Вопросы о качестве работы нашей компании.

Что Вы хотите?: Мы проводим исследование, насколько Вы информированы о наших товарах. Разрешите задать Вам несколько вопросов. Наша беседа не займет много времени.

В целом Вы удовлетворены работой ХХХ Скорее да, чем нет?



Кейс «Программа лояльности»

Цель: Выявить уровень удовлетворенности услугами компании

Оцените, пожалуйста, насколько Вы удовлетворены работой нашей Компании по каждому из аспектов сотрудничества по 10-бальной шкале (где 10 полностью удовлетворен, 1-полностью не удовлетворен).

- 1) Общая оценка Вашей удовлетворённости XXX как поставщиком
- 2) Конкурентоспособность ассортимента XXX по критерию цена-качество
- 3) Уровень наценки (вашего заработка) Уровень наценки - это наценка от Вашей цены (цены клиента) до Рекомендованной розничной цены.
- 4) Срок отсрочки платежа
- 5) Быстрота обработки заявок
- 6) Способность XXX поставить нужное Вам количество продукции (% выполнения заказов)
- 7) Быстрота рассмотрения запросов по возвратам
- 8) Проведение акций для конечного потребителя
- 9) Проведение мотивационных программ для вашего торгового персонала
- 10) Своевременность и качество презентации новинок XXX
- 11) Частота и качество обучения по продукции XXX ваших продавцов и менеджеров
- 12) Рекламное сопровождение мест продаж (стенды, информационные материалы)
- 13) Общая оценка качества и профессионализма работы вашего менеджера XXX

Мы готовы записать Ваши предложения и пожелания для XXX, чтобы в дальнейшем улучшить сотрудничество с Вашей Компанией и повысить результаты продаж.

Получены ответы: Спасибо. Ваши ответы ценны для нас и станут основой для дальнейшего развития нашего сотрудничества.



Кейс «Продажа»

Цель: Продать абоненту подключение к каналу «Наш Футбол»

ВХОД:

Здравствуйте, компания «Ростелеком», меня зовут Имя.

Скажите, пожалуйста, у Вас уже подключено цифровое телевидение от компании Ростелеком? (если да, предлагаем пакет наш футбол, если нет, предлагаем подключение ЦФ ТВ)

Сейчас у Вас появилась возможность подключить дополнительный канал «Наш футбол».

Как я могу к Вам обращаться?

Ничего не надо

А что именно не надо? Я же вам еще ничего не предложил(-а)

То есть вы не интересуетесь футболом, и смотреть самые зрелищные игры лидеров чемпионата/игры любимой команды не готовы?

Хорошо, тогда могу я поинтересоваться, каким образом вы отслеживаете игры Премьер-лиги?



Кейс «Продажа»

Цель: Продать абоненту подключение к каналу «Наш Футбол»

Продолжение разговора

Наверняка, Вы знаете, что в России, по аналогии с Европой, специально для ценителей футбола создан канал «Наш футбол», на котором в прямом эфире транслируются все 240 матчей чемпионата? **«Имя Отчество абонента»**, Вы уже слышали о таком канале?

Нет, не слышал, расскажите подробнее:

«Наш футбол» - это единственный в России специализированный канал, посвященный российскому футболу. В эфире канала: эксклюзивные прямые трансляции всех игр чемпионата — 240 матчей за сезон; ток-шоу обо всех матчах тура; авторские программы популярных ведущих и комментаторов; регулярные передачи о клубах Премьер-лиги и многое другое. Сетка вещания канала разработана таким образом, чтобы болельщики, пропустившие матчи и программы в рабочее время, могли их посмотреть в повторе.

В данный момент канал показывается в цифровом качестве в отличие от прежних трансляций федеральных каналов в обычном качестве.

Именно сейчас мы предлагаем подключение канала «Наш футбол» всего за 149 рублей в месяц!

Готовы подключить канал прямо сейчас?



Кейс «Горячая Линия»

Цель: Прием звонка, сбор информации, обработка жалоб, работа с обратным звонком

Горячая линия компании «xxx». «Имя». Здравствуйте!

Какая информация Вас интересует? (Выслушать абонента)

О компании / Сайт / Контакты / Адреса / Ориентиры:

Информация о компании А-1
Где на сайте можно найти ассортимент товара? 3-1.3
График работы ГМ Т-1
Контакты гипермаркетов (телефон/E-mail) Т-3
Где находятся ГМ и как добраться А-2

Услуги / Карты / Сертификаты / Купоны:

Услуги по установке кухонной мебели и межкомнатных дверей А-62
Как записаться к дизайнеру Д-4
Услуга «Доставка по звонку» УЗ-1
Можно ли купить подарочный сертификат 3-1.1
Карты постоянного покупателя А-60
Услуга «Точно и срочно» - Важно предлагать, если клиент интересуется доставкой товара А-48
Услуги/Предоставление услуг А-7

Акции в гипермаркетах / Скидки:

Сервис «XXX» А-67
Акция «XXX» Ж-1.9
Акция «Бесплатная доставка» А-22

Блок «Вакансии»/Вопросы по вакансиям:

Звонок по вопросу вакансии 3-3

Звонки в офис:

Звонок по вопросу сотрудничества 3-4
Звонок от поставщиков А-34
Вопрос по справкам с места работы, копии трудовой книжки МР-1
Звонок из банка по поводу занятости сотрудника (кредит) ЗБ-1
Звонок по справкам НДФЛ, расчет декрета, уволенных ДУ-1
Вопросы по актам сверки / счет фактурам / Просят предоставить накладную и счет фактуру на отгрузку товара / Сформировать счет на оплату товара АС-1.1
Предоставление добавочных номеров ДБ-1
Хотят проверить остаток денег на счете/Хотят сделать счет фактуру/Просят предоставить наши реквизиты/Вопросы по КПП А-45
Непредусмотренный вопрос по переводам в офис СК-1

Просят соединить с кем - либо А-80

Вопросы по товарам / Желают заказать:

Интересуются наличием, стоимостью товара / интересуются заказом товара / задают вопросы по товару 3-0.1

Покупатель физическое лицо ждет возврат на его банковскую карту А-43

Возможна ли до комплектация товара ДК-1

Возврата товара Д-1

Купленный товар не работает/Ремонт товара Д-2



Кейс «Горячая Линия»

Цель: Прием звонка, сбор информации, обработка жалоб, работа с обратным звонком

ЖАЛОБА:

[Жалоба / Претензия](#)

[Жалоба от оптовых покупателей](#)

[Жалоба, адресованная администрации офиса, генеральному директору](#)

[Жалоба на доставку](#)

[Жалоба / Претензия](#)

Уточните, пожалуйста, к какому гипермаркету относится Ваша жалоба? (Записать в комментарий).

Уточните, пожалуйста, что конкретно у Вас произошло? (Записать в нижний комментарий).

Если жалоба, касается конкретного сотрудника: Уточните, пожалуйста, имя и фамилию данного сотрудника или может быть Вам известна должность? (Записать в нижний комментарий).

Оставайтесь, пожалуйста, на линии, сейчас я соединю Вас с **клиентским отделом** гипермаркета.

Обратный звонок:

Здравствуйте!

Меня зовут «имя», Вы звонили по телефону нашей Горячей Линии.

Компания «**название компании из списка**», я готов(а) ответить на Ваши вопросы, что Вы хотели узнать?

Уверенному бизнесу,
уверенный голос!
Спасибо!



КОНТАКТЫ

Корчагина Анастасия

Руководитель отдела
по развитию бизнеса



8 953 371 06 99
8 (812) 335 20 20



ОТДЕЛ ПРОДАЖ:
Санкт-Петербург



korchagina@infotell.ru