



**Контакт-центр как эффективный канал продаж:
ПОИСК НОВЫХ НИШ**



О чем пойдет речь?

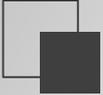
- 1** «Личный контакт имеет значение» - особенности продаж финансовых продуктов
- 2** «Рост продаж, полный контроль и сокращение расходов» - неожиданные выгоды на конкурентном рынке
- 3** «На все руки мастер» - многозадачность оператора при работе в b2b сегменте
- 4** «Рекрутинг, как продажа»



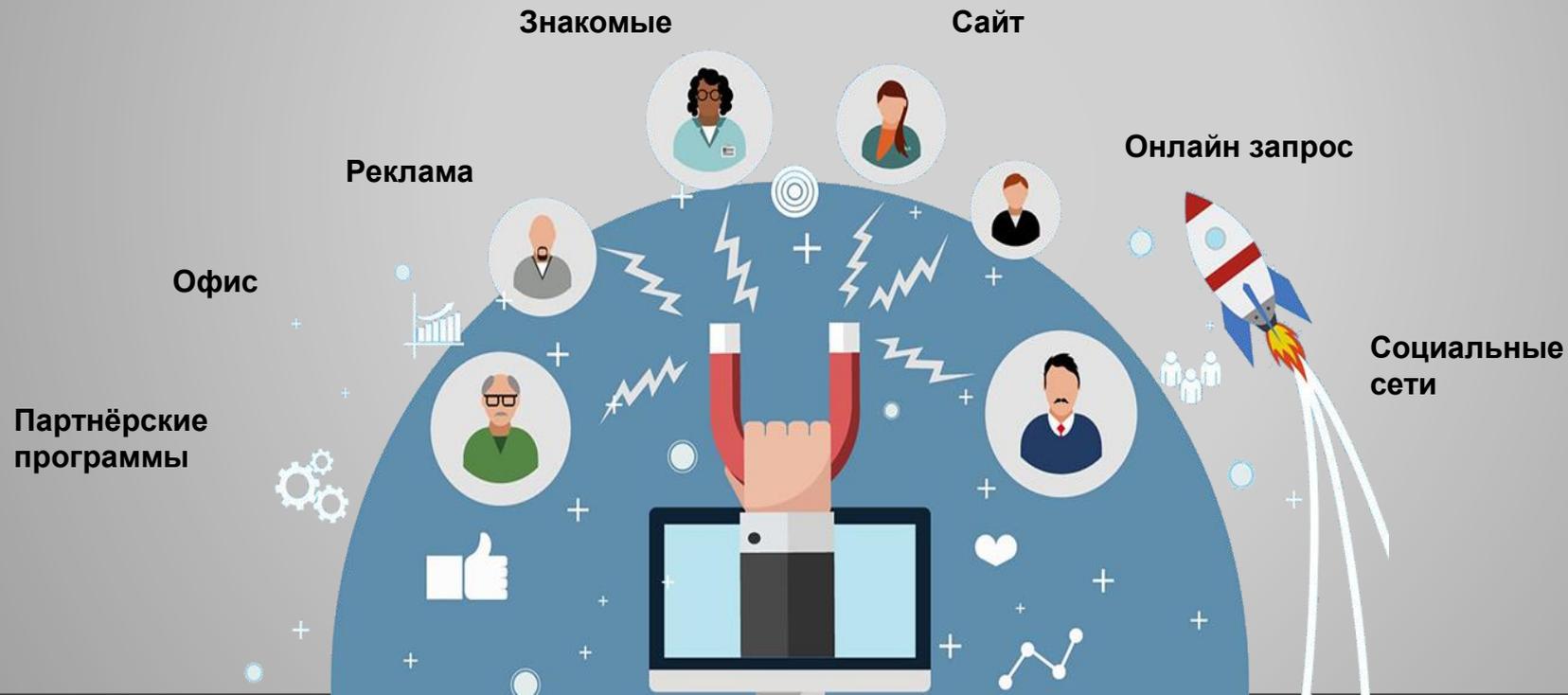
01

**Личный контакт
имеет значение**

Особенности продаж банковских продуктов

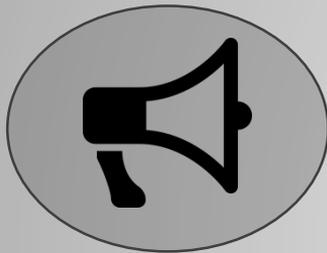


Источники продаж



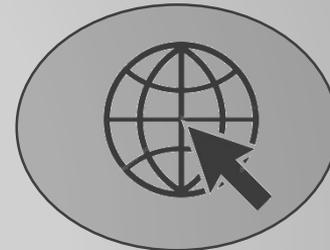
Эффективность в зависимости от канала

Реклама



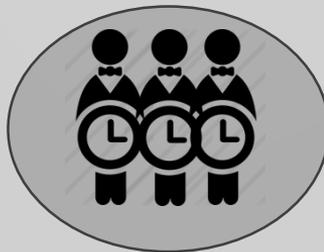
1%-2%

Сайт



3%-5%

Операторы КЦ

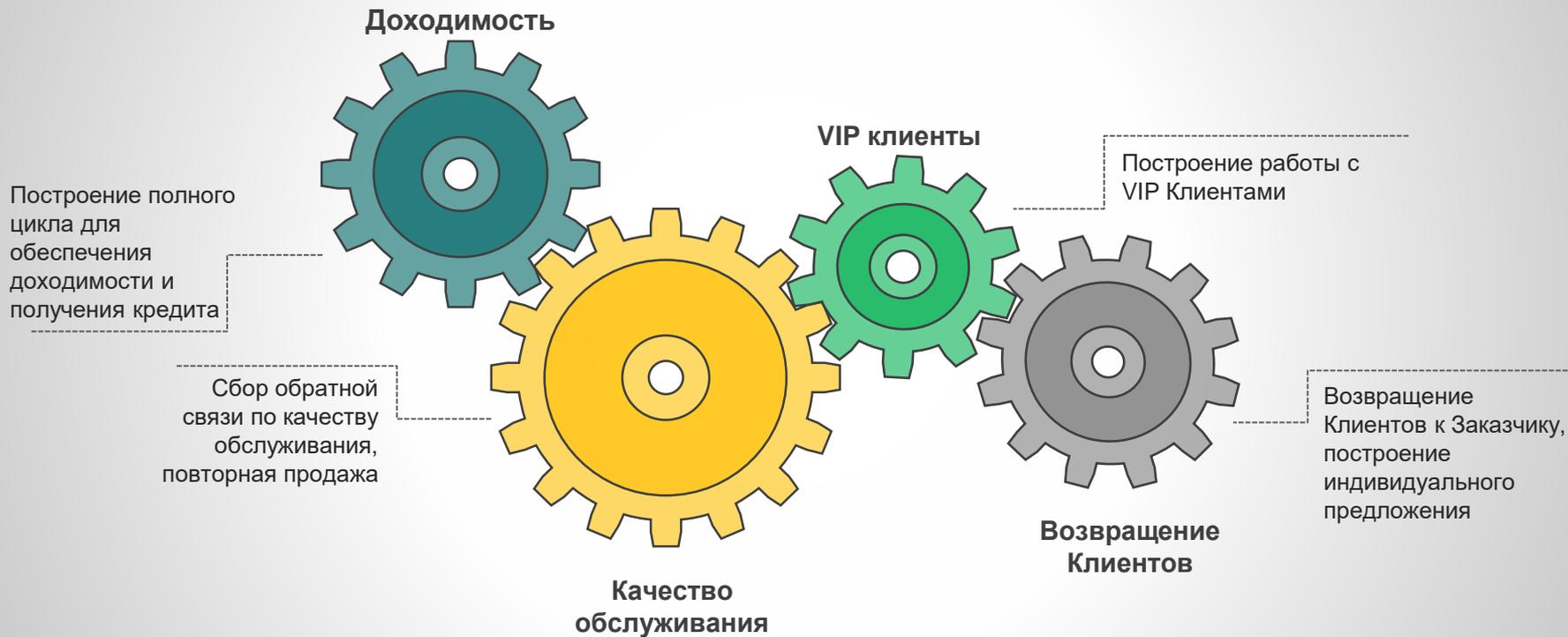


>13%-15%

*Среднестатистические данные за месяц

**% выданных кредитов по отношению ко всей базе

Оператор, как участник прямых продаж





02

Рост продаж, полный
контроль и сокращение
расходов

На примере кейса одного из проектов в сфере FMCG

Проблемы, с которыми сталкивается наш партнер

Большая доля не
Продуктивное время
Торгового
Представителя

От 40% времени, проведенного представителями в дороге

Увеличение расходов

12% выручки расходуется на высокие зарплаты представителей, машины, страховки, топливо

Низкий акцент на
развитие торговых
точек, падение продаж

<15% времени полевых представителей на масштабирование >50% торговых точек с нестабильными объемами заказов

Работа в паре «Оператор – Торговый представитель»

Члены команды должны знать, что они могут положиться друг на друга!

Работаем в паре с
несколькими ТП

Делимся
обязанностями

Рассматриваем друг
друга, как команду

Получаем ту же
мотивацию

Оператор =звонок

ТП= фактический визит



Сравнение эффективности работы оператора и Торгового Представителя

Торговый представитель (ТП)

Оператор контактного центра

✓ 49%



✗ 51%

5% летучки
46% дорога



✓ 90%



✗ 10%

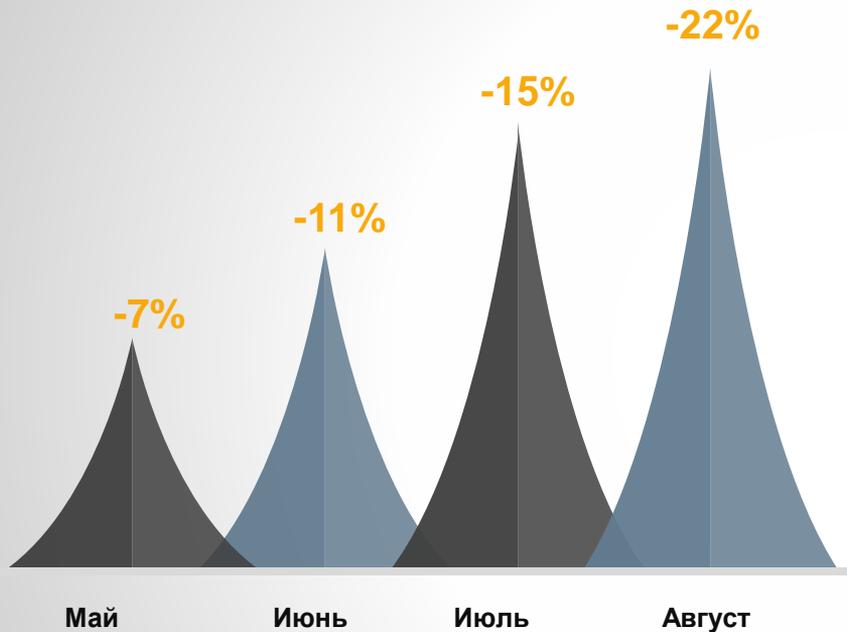
5% тренинги
5% перерыв

Какой результат на день?

52 ТТ на 1 ТП
6 ТТ в час
Объем продаж - 2080
литров в день

125 ТТ на 1 оператора
16 ТТ в час
Объем продаж от 5000 литров в
день

Влияние Контактного Центра (КЦ) на сокращение расходов партнера



*сокращение расходов Клиента 2019г. с момента подключения КЦ

Сокращение расходов с подключением КЦ:

- Подключение одного оператора позволяет уменьшить потребность в Торговых Представителях в 3 раза
- Сокращение расходов на тех. обслуживание, дорогу, обучение новых Торговых Представителей, мотивацию

Снижение загрузки Торгового Представителя позволяет:

- Уделяет больше времени проблемным Торговым Точкам
- Подключение новых Торговых Точек (расширение сети)
- Работа над качеством обслуживания Торгового Представителя с Торговой Точкой



03

**На все руки
мастер**

На примере кейса одного из проектов , работающих с b2b продажами

Обязанности оператора глазами Клиентов

Обработка тикетов, запросов с целью помощи Клиентам

Оффлайн работа

Осуществление исходящего звонка с целью продажи, информирования, анкетирования

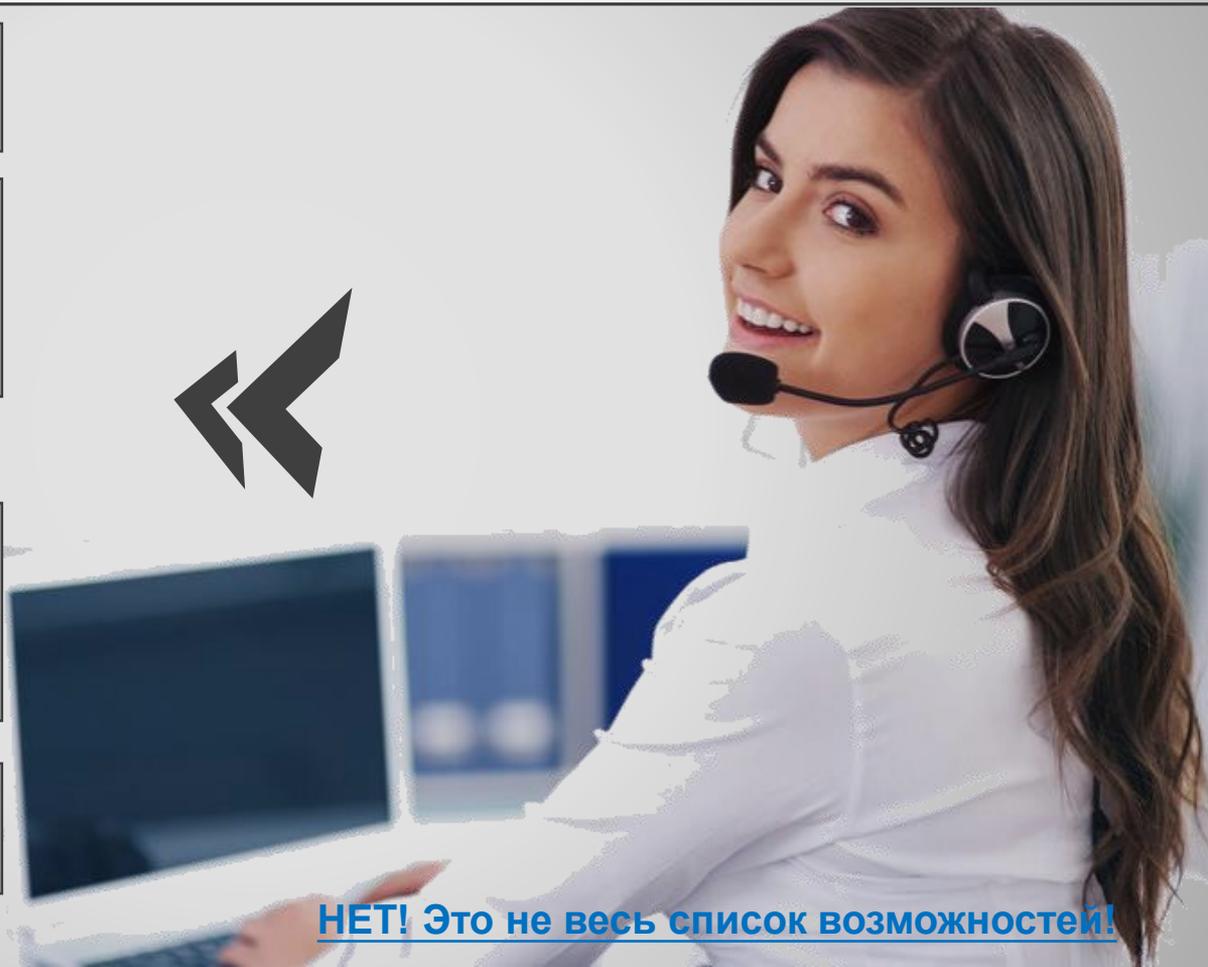
Исходящий звонок

Входящий звонок

Прием входящих звонков, их обработка

Не голосовой канал

Обработка запросов Viber, Telegram, чат



НЕТ! Это не весь список возможностей!

Многозадачность оператора на примере проекта b2b продаж

Звонок
потенциальному
Клиенту

1

Подготовка
коммерческого
предложения

2

Подготовка и
отправка макета

3

Выставление счета

4

Сопровождение клиента в
течении всей сделки

5

Закрытие сделки =
прибыль компании
Заказчика

6



Выгоды для компании партнера

Правильное построение мотивации дает возможность повысить прибыль заказчика. Одним из ключевых показателей проекта была сумма минимального заказа

Потребитель



От 50% прибыли для компании за счет многозадачности. Оператор выполнял работу: дизайнера, маркетолога, бухгалтера, менеджера по продажам, секретаря

Партнер



Индивидуальная работа, подбор нужного тарифа и продукта, выполнение потребностей Клиента

КЦ





04

Рекрутинг, как
продажа

На примере кейса международной компании

Профиль кандидата

Стандартные требования
Наличие образования, знание иностранных языков, опыт работы

Функционал
Основные обязанности, задачи, которые должен выполнять



Плюсы для продажи

Преимущества, которые предоставляет компания, наличие альтернативы, в случае отказа

Компетенции

Перечень качеств, которыми должен обладать кандидат, проверка соответствия



Задачи оператора



Поиск резюме

Поиск кандидатов по всем источникам



Определение Кандидата

Изучение резюме, определение кандидата



Звонок- продажа вакансии

Звонок кандидату, продажа вакансии, отсев не подходящих кандидатур



Приглашение в офис

Приглашение на итоговое собеседование

Результат работы рекрутеров



*Воронка среднего рабочего дня одного человека

Выгоды, которые получает партнер

ВРЕМЯ

- ✓ Скорость поиска кандидата
- ✓ Экономия времени на поиск и отбор подходящего кандидата
- ✓ Экономия времени на первичное собеседование



Экономия времени

Экономия ресурсов

Экономия расходов

РАСХОДЫ

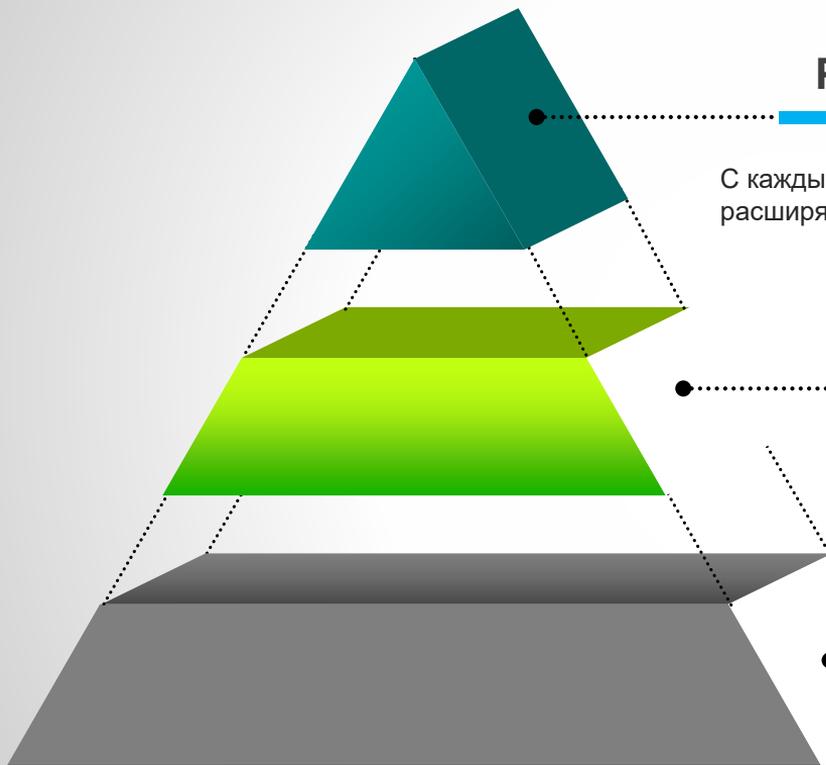
- ✓ Сокращение расходов на рекламу, поиск кандидатов
- ✓ Расходы на сотрудников, занимающиеся поиском кандидатов, собеседований

РЕСУРСЫ



- ✓ Экономия на найме доп ресурсов для поиска кандидатов
- ✓ Каждый сотрудник занимается своими обязанностями





Разнообразие

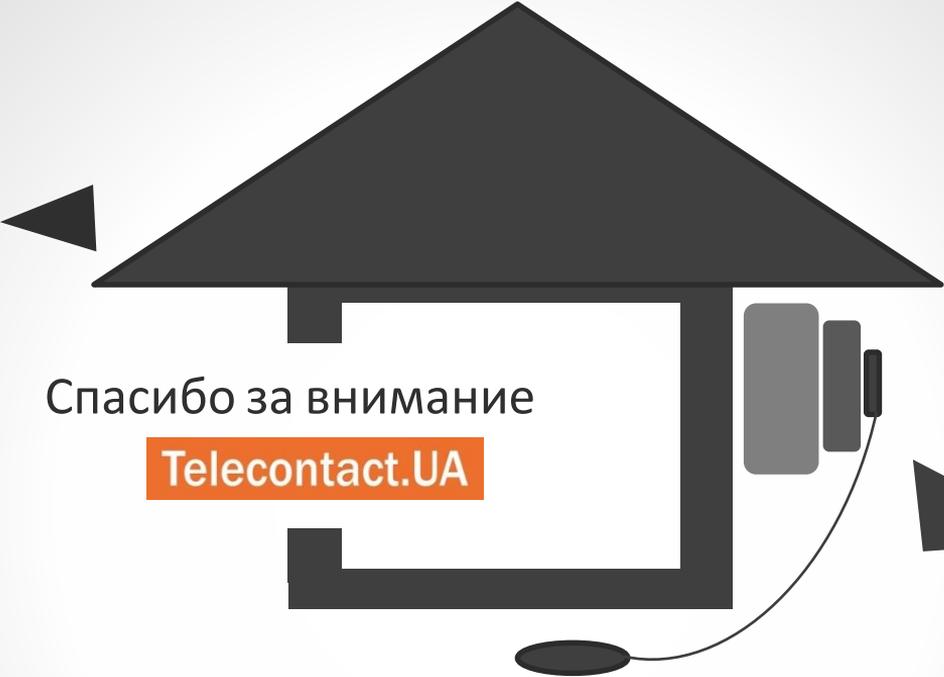
С каждым годом зоны применения работы оператора расширяются и становятся более разнообразными

Актуальность

Работа оператора была и будет актуальной в виду развития рынка труда и потребительского спроса

Выгода

Все больше Клиентов находят выгоду в работе с контактными центрами, которую измеряют и в результате и в экономии расходов

A stylized dark grey house icon with a large triangular roof. Inside the house, a mobile phone is depicted with a cord extending from the bottom. The background is light grey with several dark grey triangles scattered around the house.

Спасибо за внимание

Telecontact.UA

iu.rafalskaya@telecontact.ua

+380 (93) 521-91-75