

Практически каждый день я становлюсь объектом телефонных продаж. Что мне только ни предлагали: расчески оптом, компьютерные комплектующие, получение кредитной карты на льготных условиях, услуги риэлтора. Из этого далеко не полного списка выбор был сделан в пользу магазина dvd дисков и абонеента в солярий (предоставляемые скидки стали хорошим стимулом для обращения). Интересно то, что я бы никогда не стала их постоянным клиентом, если бы не вежливые операторы call-центра...

Сегодня о работе call-центра нам расскажет директор компании "Деловой Контакт Центр" Угрюмов Денис Александрович.

Денис Александрович, скажите, какие задачи решает call-центр?

От качества работы call-центра во многом зависит повышение уровня продаж и лояльности клиентов. Благодаря call-центру вы решите целый ряд задач, связанных с проблемой поиска, привлечения и удержания клиентов, а также с вопросами продвижения новых товаров и услуг.

Можно ли просчитать эффективность использования контакт центра?

Безусловно! Смотрите: менеджер вашей компании совершает в среднем 150 звонков в неделю, в результате назначается около 10-15 встреч (в день 2-3). До подписания договора доводится только 1 или 2 встречи в неделю. Большая часть времени квалифицированного специалиста тратиться при этом на «холодные звонки». В то время как один оператор Контакт-центра совершает до 200 результативных звонков в день, что составляет 7-10 дней работы менеджера. Исходя из статистики, это 15 встреч, из которых 1-2 могут дать положительный результат. Значит за неделю вы можете получить до 10 заключенных договоров от каждого менеджера. В целом, мировая практика показывает, что стоимость одного нового контракта составляет 25\$.

Возможно ли качественно беседовать с клиентами , не обладая глубокими знаниями предмета?

Конечно возможно! Прежде всего, каждый оператор проходит предварительный инструктаж по кампании, которую ему предстоит обслуживать. Затем, с помощью ваших специалистов разрабатывается подробный алгоритм всех возможных вариантов беседы. Из полученной схемы составляется программа, выводящая подсказки оператору при любом повороте разговора. Ну, и конечно же, в любой момент разговора оператор может соединить абонента с квалифицированным менеджером вашей компании, где бы он не находился.

Каким образом и в каких сферах можно использовать call-центр?

Контакт центр можно применять, например, для продажи товаров и услуг, организации "горячих линий", различных опросов. Основные наши клиенты - это финансовые компании, рекламные и маркетинговые агентства.

В последнее время, нам стали доверять обслуживание интернет представительств. На сайте указана контактная информация компании. Всегда приветливые и компетентные операционисты используют все возможности коммуникации, чтобы обеспечить максимум эффективности от общения с клиентами. Телефонисты обрабатывают все поступающие звонки, электронные письма, сообщения по icq. Коммерческие предложения высылаются незамедлительно, по первому требованию абонента. «Горячих» клиентов, готовых к заключению договоров, передают менеджерам. Таким образом получается удивительная картина. Фирма может состоять из одного менеджера и директора, выглядя при этом как большая организация. Обычно ее возможности превышают функции реально существующего офиса.

С помощью контакт центра можно решить проблему коммуникации продавца с большим количеством потребителей, что практически невозможно реализовать другими способами.

Учитывая то, что информация передается лично, рекламный бюджет расходуется только на целевую аудиторию. При обзвоне клиентов квалифицированный оператор расскажет о вашей компании и ответит на все интересующие вопросы. Грамотная речь и тактичное общение создадут благоприятное впечатление о вашей компании.