

Телемаркетинг

от чего зависит успех проекта



Кто из Вас уже пользовался услугами телемаркетинга?

Кто считает, что это пустая трата времени и денег?

Кто считает, что это эффективный инструмент?

- Нет доверия к услугам агентств
- Нет опыта проведения кампаний через агентства
- Есть неудачный опыт проведения кампаний
- Непонятно как выбирать агентство
- Непрозрачная логистика оказания услуг
- Страх – заблуждение о большой цене
- Страх повышенного риска не окупаемости вложенных средств
- Страх повышенного риска неоправданности затраченного времени
- Стереотип о том: что мы так не работаем, мы не навязываем себя клиентам



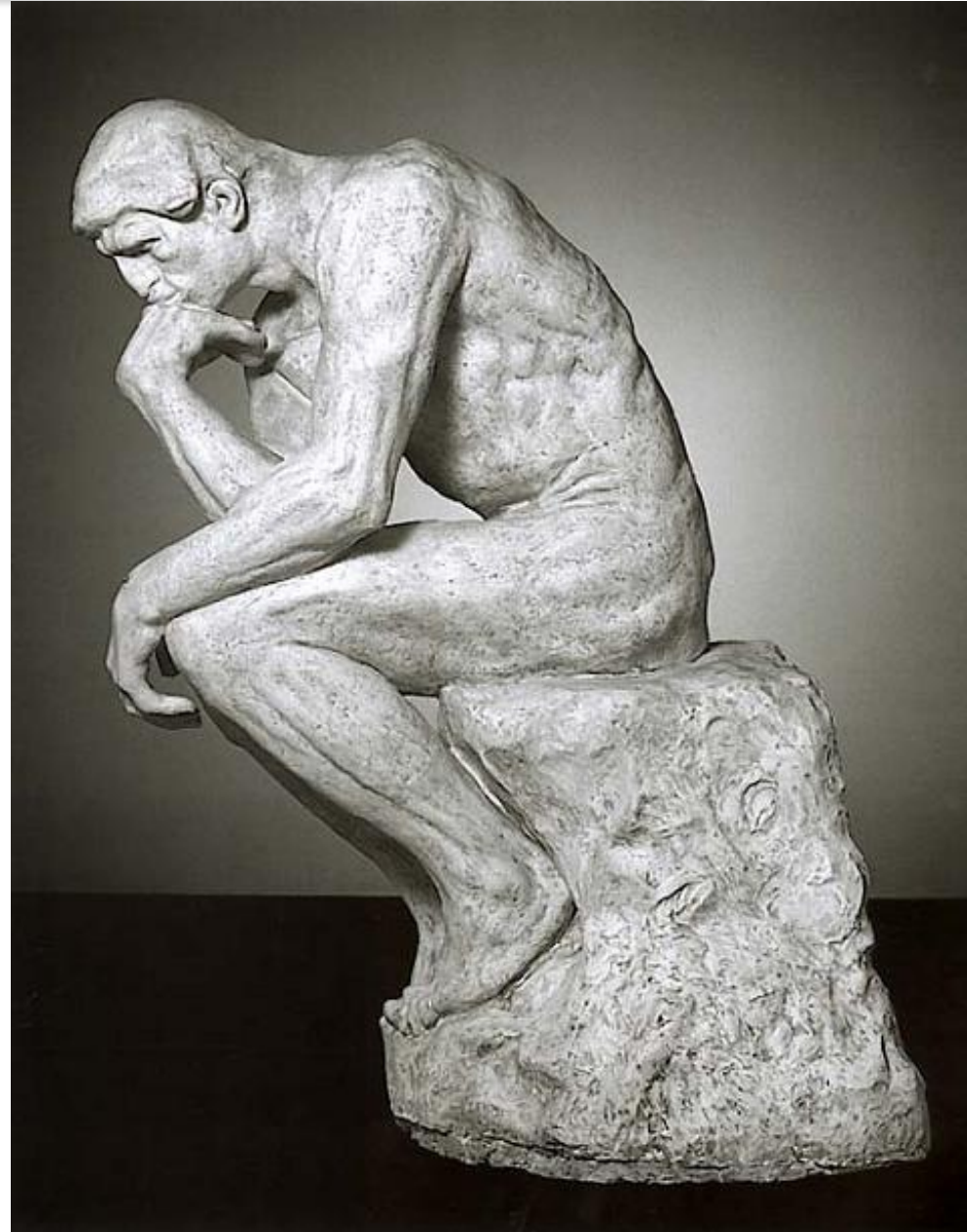
Реальные результаты и возможности

- База клиентов с актуализированными контактами – 250 компаний
- База клиентов с пометкой заинтересованности
- Записи ВСЕХ звонков профилирования
- Сценарий звонков профилирования
- Записи ВСЕХ звонков предложения ваших товаров
- Сценарий звонка с предложением вашего товара или услуги
- Деньги



Что делать чтобы получить результат если Вы решились попробовать?

- Определить цели и задачи
- Определить ответственного!!!
- Выбрать контакт-центр
- Запустить проект
- Пожинать результаты



Что делать чтобы получить результат если Вы решились попробовать?

- **Определить цели, задачи и Ваши ожидания от проекта!!!**

• ~~**ПРОДАТЬ что-либо**~~

- Сгенерировать спрос на ваши товары (услуги)
- Актуализировать базу данных
- Найти новых клиентов
- Пригласить на мероприятие
- Осуществить опрос удовлетворенности клиентов
-



Что делать чтобы получить результат если Вы решились попробовать?

Определить ответственного



Что делать чтобы получить результат если Вы решились попробовать?

- **Выбрать контакт центр**

- Количество проектов реализованных с компаниями вашей отрасли
- Количество операторских мест
- Количество совершаемых звонков в день одним оператором
- Автоматизированная передача результатов заказчику
- Возможность выбора клиентской базы
- Логистика оплаты (какие есть возможности)
- Безопасность
- Техническая обеспеченность
- Наличие службы контроля качества
- Наличие тренингов для операторов
- Описание внутренних процессов



Что делать чтобы получить результат если Вы решились попробовать?

- **Запустить проект**

- Согласование технического задания.
- Расчет сметы.
- Подписание договора.
- Подбор исходной базы контактов для обзвона.
- Разработка и согласование сценария актуализации (профилирования) базы. В основном эти сценарии стандартные и уже отработаны контакт-центром в предыдущих проектах.
- Профилирование «сырой» базы.
- Разработка сценария звонка по предложению Вашего продукта. Составить его поможет подрядчик.
- Обучение операторов – непосредственно в офисе контакт-центра, обязательно с участием Вашего представителя.
- Звонки.
- Прослушивание записей звонков первого дня.
- Изменение и согласование сценария звонка. И так каждый день, до конца проекта.
- Передача информации по «горячим» сделкам Вашему ответственному за проект.
- Завершение проекта.



- Четкая формулировка ваших задач и ожидаемых результатов
- Правильный выбор базы клиентов, телемаркетинг не работает на клиентов крупного бизнеса
- Правильный выбор предлагаемого товара. Чем проще товар, тем выше результат продаж
- Правильный выбор контакт центра, сравни вашему объёму бизнеса
- Оперативная обработка поступающих "горячих" сделок
- Постоянный жесткий контроль проекта с вашей стороны (обязательное наличие выделенного человека для

