

## СЦЕНАРИИ ОБЗВОНА – решение для CRM, CALL-центров, проведения анкетирования



Является ли задача получения обратной связи от ваших клиентов актуальной для вас? Хотите ли вы знать, что они думают о ваших продуктах и услугах?

А может вас заинтересует возможность получить механизм оповещения ваших клиентов о новинках вашего бизнеса?

**Теперь Универсал 7 предлагает принципиально новое решение для организации директ-маркетинговых воздействий на ваших клиентов, построения коммуникаций!**

Как это работает?

### Формирование клиентской базы

На основании имеющихся справочников контрагентов, а также путем ввода новых менеджеры создают базу для планируемой маркетинговой акции. Во втором случае система предотвращает ввод дубликатной информации.

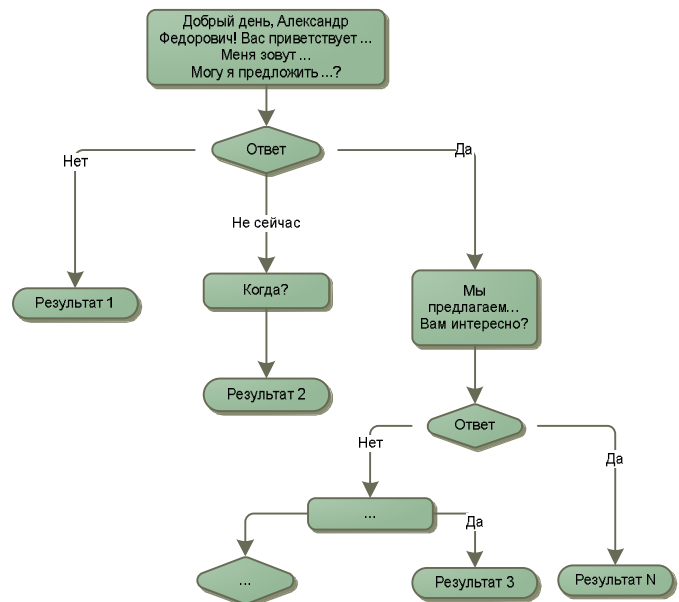
### Формирование заданий обзвона

Старший менеджер, просматривая сформированную клиентскую базу, по определенным им критериям отбирает контакты для обзвона и сразу распределяет их по менеджерам.

### Настройка сценария диалога

Собственно этот механизм и является "изюминкой" решения. Предстоящий разговор можно представить в виде дерева, в узлах которого диалог может пойти по той или иной ветке, закончиться после первого шага или дойти до успешного завершения.

Задача разработчика этого сценария предусмотреть все возможные пути развития диалога и формализовать его в документе Универсала.



### Выполнение обзвона

На основании предыдущих шагов для каждого менеджера сформирован перечень клиентских карточек для обработки. Для каждого клиента программа впишет контактную информацию в типовой сценарий разговора. Задача оператора – читать этот сценарий респонденту и регистрировать его ответы.

Каждый ответ будет запротоколирован в корпоративной базе для последующей обработки.

**А самое главное, регистрация ответа в процессе разговора может вызывать реакцию системы.** Приведем примеры.

При регистрации положительного ответа на вопрос "могу ли я прислать Вам дополнительную информацию?" система может тут же произвести отправку по e-mail подготовленного материала. При согласии клиента продлить пользование услугой можно выписать и отправить счет.

Можно просто автоматически уведомить о каких-то ключевых моментах данного разговора собственных коллег, откорректировать данные о клиенте и многое, многое другое!

Еженедельник  
26 февраля 2009 г. (четверг)

ФИО / наименование:

|                                            |                                           |                                           |
|--------------------------------------------|-------------------------------------------|-------------------------------------------|
| <b>Мироненко Александр Федорович</b>       | <b>Ракушкин Василий Иванович</b>          | <b>Сидоров Сергей Анатольевич</b>         |
| Ожидалась оплата 5152.00 грн. (16.02.2009) | Ожидалась оплата 298.00 грн. (09.02.2009) | Ожидалась оплата 814.00 грн. (07.02.2009) |
| Звонки: 2 0 0                              | Звонки: 0 0 0                             | Звонки: 0 0 0                             |
| Основной 80501234567                       | Основной 77777777                         | Основной 8 044 456 QR 74                  |

Типы событий

- Звонки
- Заключившиеся договоры
- План приема прений
- Дни рождения

Скрипт - исходящий звонок по базе "Стоматология"

Ваша фраза:  
Добрый день, Александр Федорович!  
Вас приветствует Центр клиентской поддержки Страховой компании "Дено".  
Меня зовут Петр.  
Поскольку Вы являетесь обладателем нашей дисконтной карты, я хотел(а) бы кратко ознакомит Вас с возможностями Программы лояльности.  
У Вас есть пара минут, чтобы прослушать информацию?

Варианты ответов:

- Позитивный ответ либо молчание.
- Откуда у Вас мой номер?
- Негативная реакция.

Длительность разговора: 00:27

Мироненко Александр Федорович  
Д.р. 12.05.1981  
Тел. 80501234567  
дом. 987-45-12  
E-mail yura@wgsoftpro.com

## Анализ акции

Результаты обзвонів можна аналізувати.

Перше – це ефективність роботи з клієнтами. Наприклад, можна зрозуміти, скільки було зроблено дзвінків в межах конкретного сценарія, скільки з них дійшло до вказаних фаз, скільки результативних (клієнту було вислано матеріал, з клієнтом заключено договір і т.д.)

Вторге – ефективність роботи менеджерів. Формується карта обзвонів – візуальне представлення процесу по часу. Наприклад, скільки дзвінків було зроблено тим чи іншим менеджером з можливістю деталізації по годинам і навіть по хвилинам.

Данне рішення було реалізовано і внедрено в СК "Здорово", Київ.

Если это решение заинтересовало Вас, пожалуйста, обращайтесь с вопросами:

[info@wgsoftpro.com](mailto:info@wgsoftpro.com)

С уважением,  
отдел продаж СофтПро