

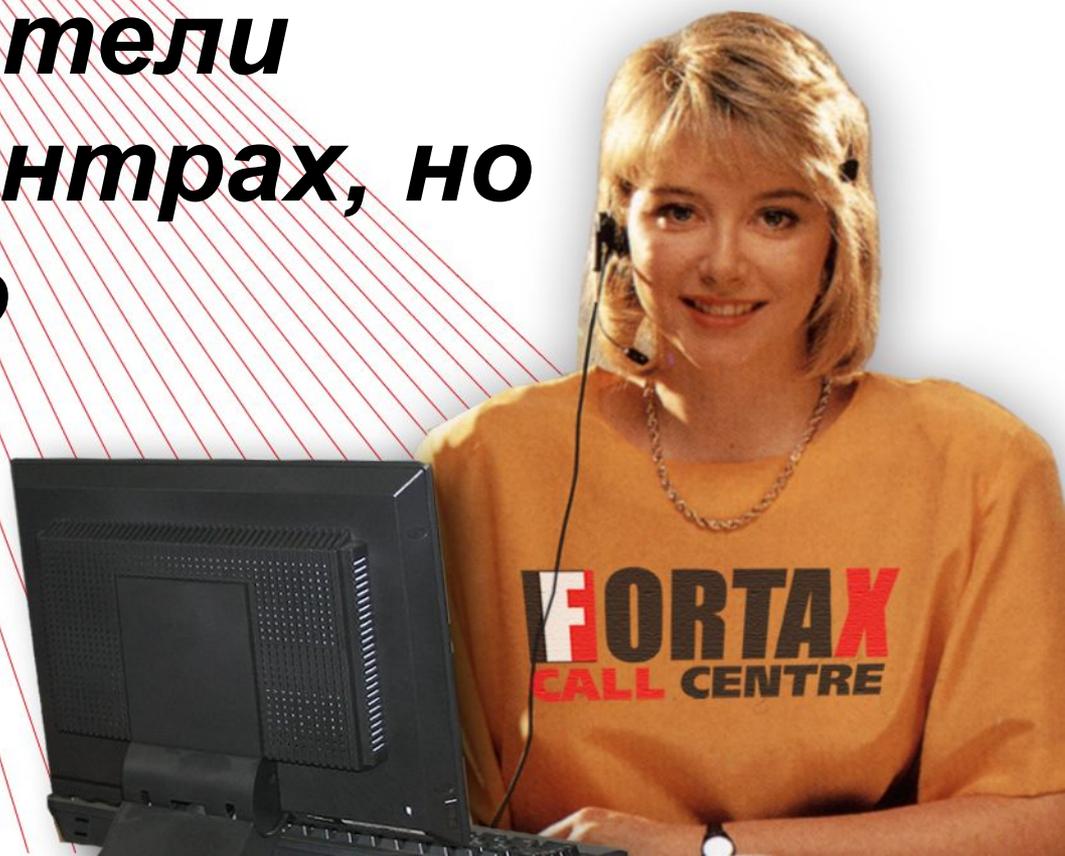
FORTAX
CALL CENTRE

СЛУЖБА ОБРАБОТКИ
ТЕЛЕФОННЫХ ЗВОНКОВ

www.fortax.net

***Все, что вы хотели
знать о Call центрах, но
не знали у кого
спросить...***

Третья бизнес-встреча,
Даев-Плаза,
Москва, 09 июня 2005 года

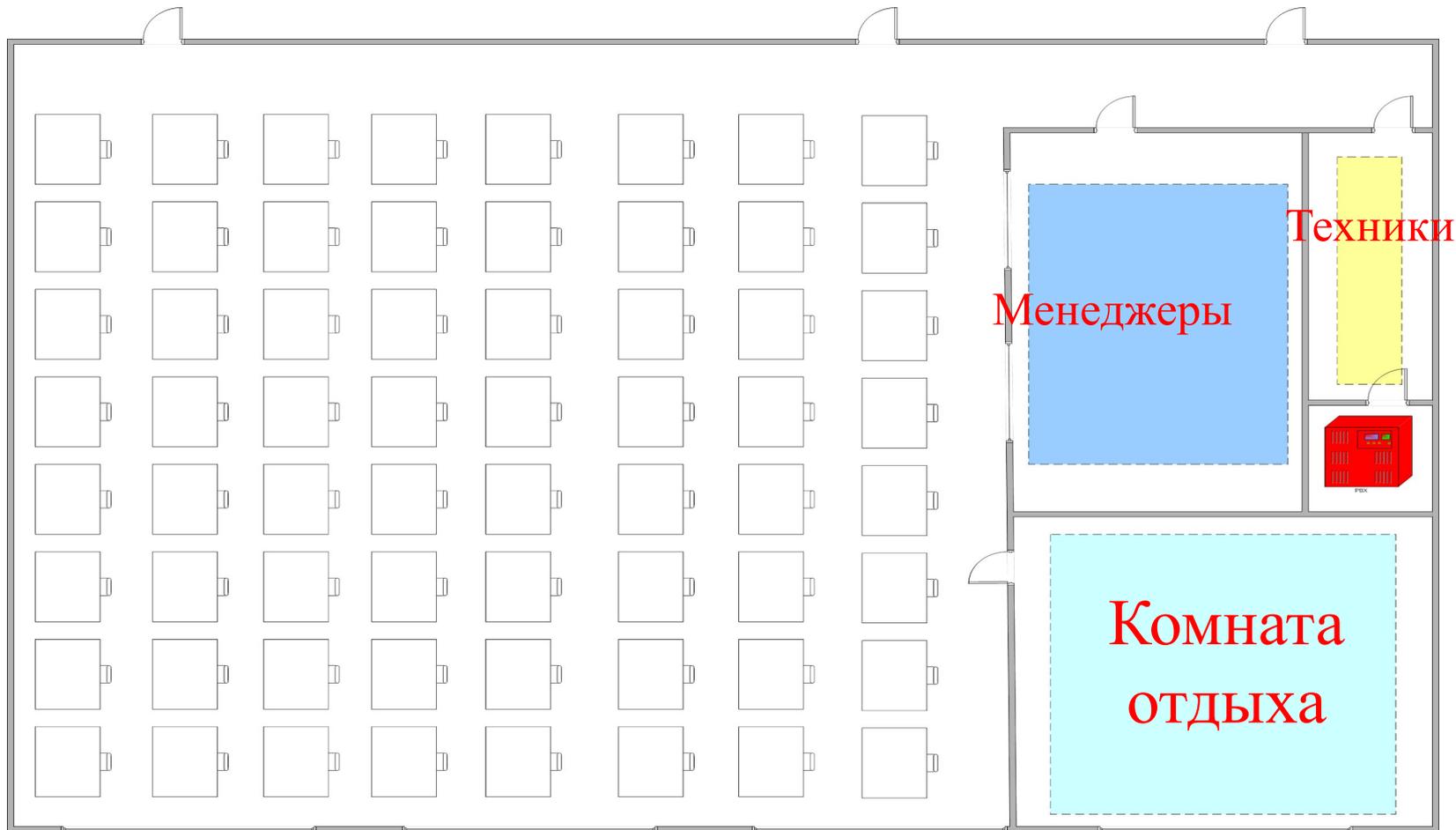




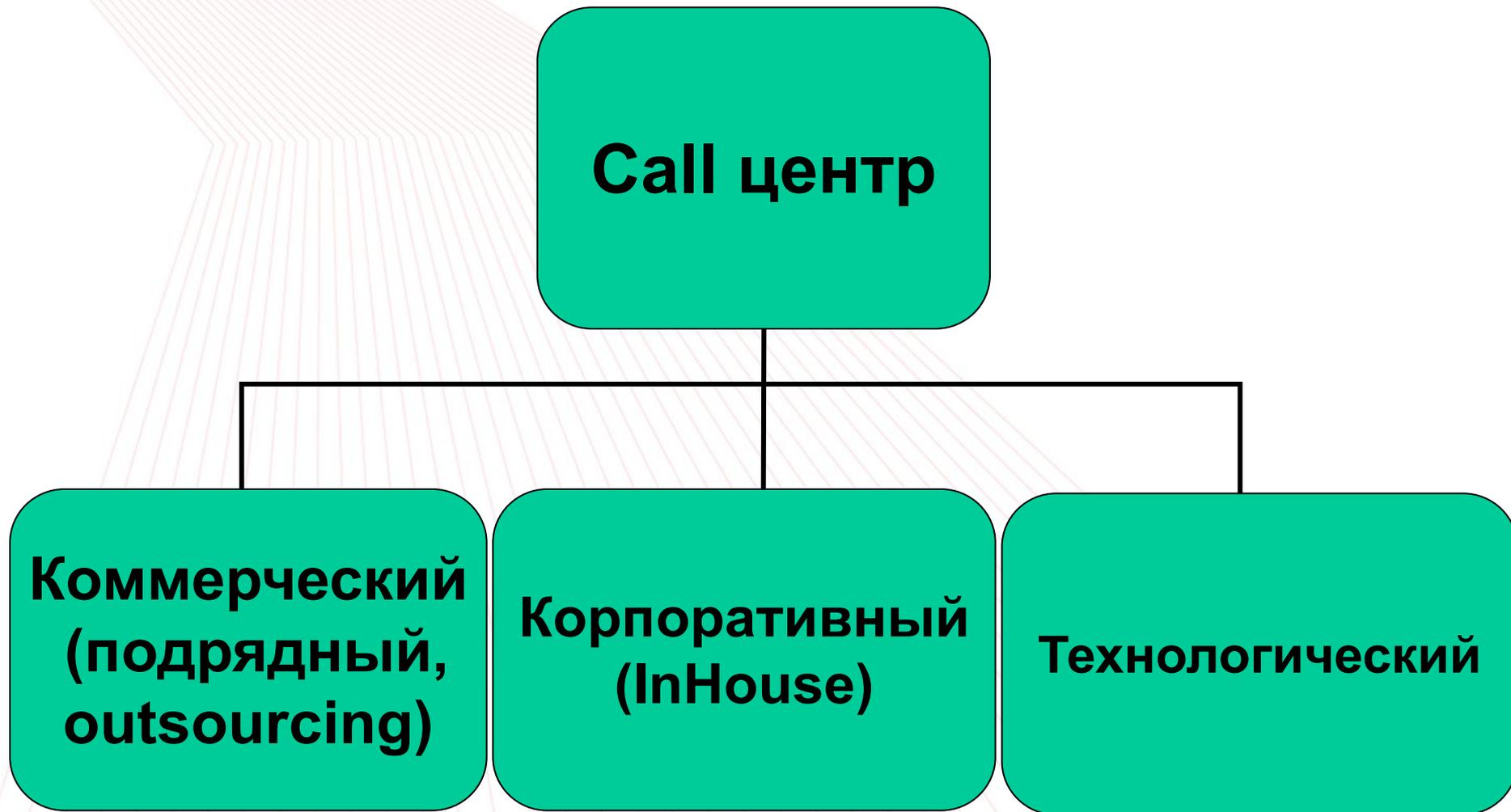
- Классификация call центров
- Услуги outsourcing call центра (с примерами реальных проектов)
- Как организована работа outsourcing call центра
- Из чего складывается стоимость услуг outsourcing call центра





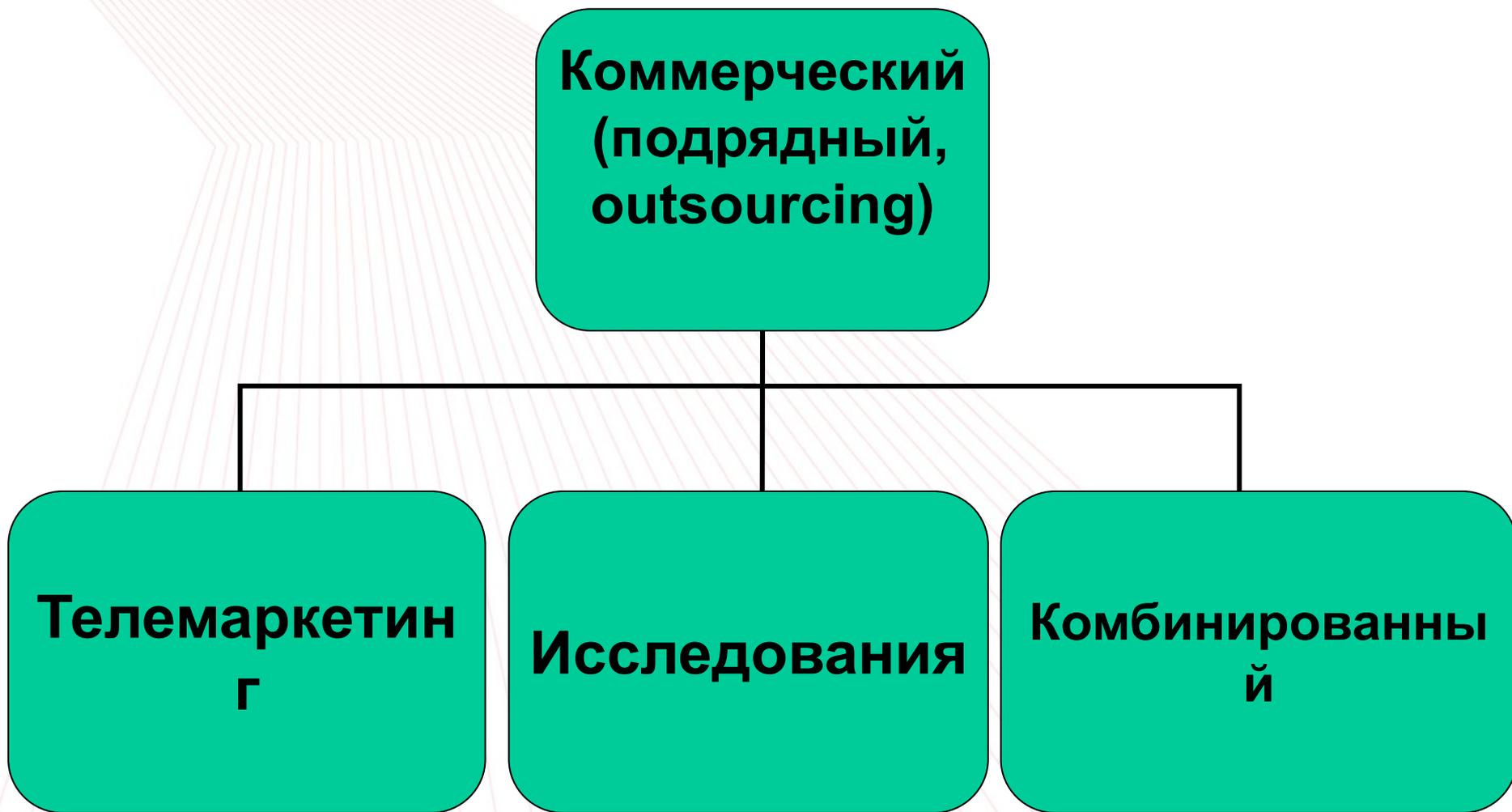


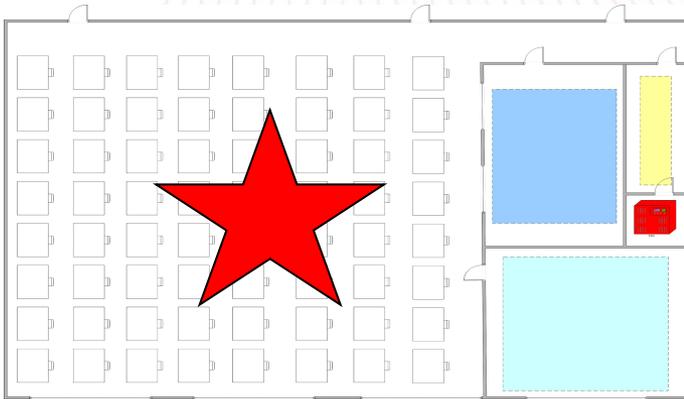
*Схема помещений типового **Call** центра*



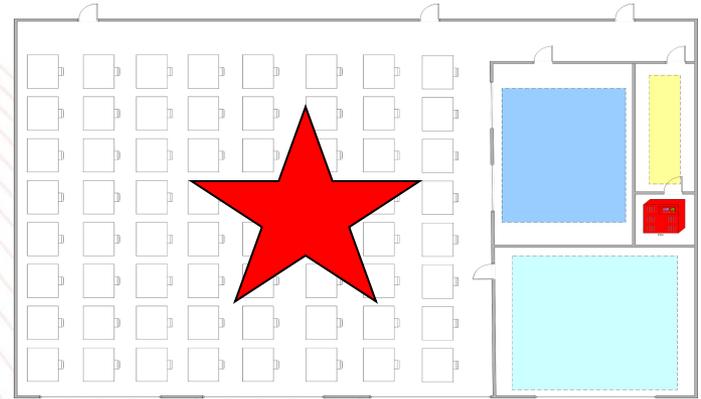
Основная причина создания корпоративного (InHouse) call центра - **автоматизация внутренних бизнес-процессов компании:**

- Снижение издержек
- Формализация бизнес-процессов
- Контакты с клиентами, требуют корпоративных «знаний» компании
- Высокий уровень конфиденциальности информации





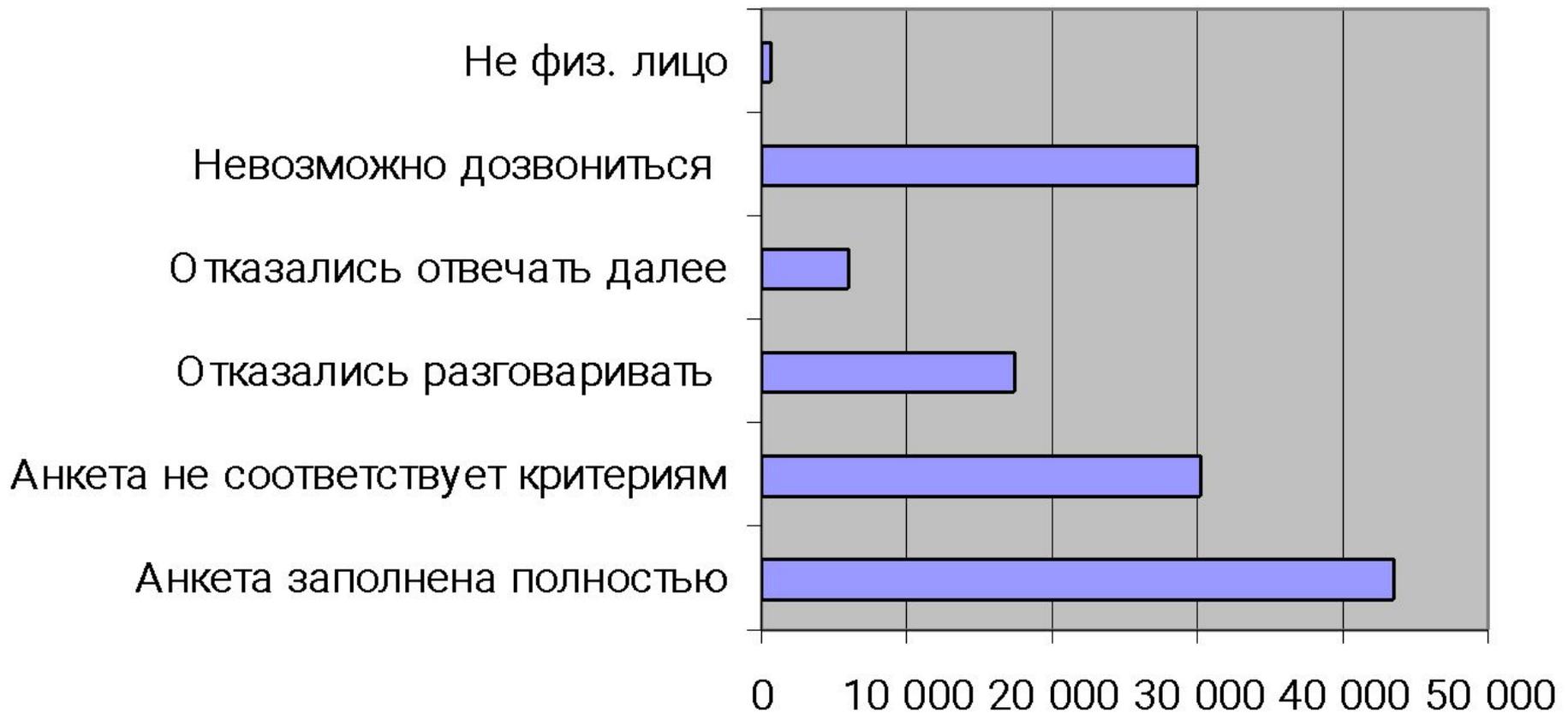
InHouse



Outsourcing

Результат	Количество	%
Анкета заполнена полностью	43 599	34,05%
Анкета не соответствует критериям	30 136	23,53%
Отказались разговаривать	17 533	13,69%
Отказались отвечать далее	6 059	4,73%
Невозможно дозвониться	29 966	23,40%
Не физ. лицо	769	0,60%
Итого	128 062	

Количество операторов	40
Продолжительность проекта, дней	30
Количество анкет на одного оператора, в день	36
Количество звонков на оператора, в день	107
Средняя продолжительность разговора, минут	4



Проект по проведению социологического опроса москвичей.

База для проведения опроса – 4900 контактов

Полностью заполненных анкет – 1500

Среднее время одного интервью – 20 минут

Результативность 31%

Интерфейс электронной анкеты.

Главбух-4: Контакт № 6863 - Microsoft Internet Explorer

Файл Правка Вид Избранное Сервис Справка

← Назад → Поиск Избранное Медиа

Адрес: <http://dc1/outbound/glavbuh4/frames.asp> Переход Ссылки >>

Контакт № **6863**
Телефон **9805030**

[Отложить](#)
[Закреть](#)

[Приветствие](#)
[2. Главный бухгалтер](#)
[3. Бухг.издания](#)
[5.](#)
[6.](#)
[7.](#)
[10.](#)
[15.](#)
[16.](#)
[17.](#)

43. Оцените пожалуйста уровень компетенции, вежливости и ненавязчивости при предложении подписки на новые бухгалтерские издания?

	хорошо	средне	плохо	затруднясь ответить
уровень компетенции персонала	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
вежливость персонала	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ненавязчивость персонала	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

[Далее](#) [Назад](#)



4 71 34 Колбасо, М. М., учитель каллигр., Б; Гру-
зинская, 52, кв. 92.
5 03 56 Колбаскин, Н. С., бухгалтер зав. 1-я МЭШ.
Грох. п., Ботанич. пр., 5.

К

Колбасин И Г Кутузовский просп., 41	Г9 00 06 доб. 1 06
Колбасин И О Первомайская, 46/50	Е5 42 93
Колбасин П И Овчинниковская наб., 8-а	В1 76 19
Колбасин Ф И Новопесчаная, корп. 54	Д7 09 30
Колбасина Е А Павловская, 2/4	В2 17 99
Колбасникова Т Б Ружейный п., 1/21	Г1 65 93
Колбасо А М ул. Кирова, 22	Б8 42 09
Колбасов М З Остаповское ш., 65	Ж7 65 65

**КОЛБАСНЫЕ 3-ДЫ Моск. Мясоком-
бината**

№ 1 Михайловский пр., 3	
директор	271 21 10
зам. директора	271 93 17
бухгалтерия	271 96 16
№ 2 просп. Буденного, 21	
директор	265 36 30
отд. снабжения	265 59 98

4 71 34 Колбасо. М. М., учитель каллигр., В; Гру-
зинская, 52, кв. 92.
5 03 56 Колбешкий Н С, руководит. зав. 1-я МЭШ.
Грох. п., Ботанич. пр. 5.

Колбасин И Г Кутузовский просп., 41	Г9 00 06 доб. 1 06
Колбасин И О Первомайская, 46/50	Е5 42 93
Колбасин П И Овчинниковская наб., 8-а	В1 76 19
Колбасин Ф И Новопесчаная, корп. 54	Д7 09 30
Колбасина Е А Павловская, 2/4	В2 17 99
Колбасникова Т Б Ружейный п., 1/21	Г1 65 93
Колбасо А М ул. Кирова, 22	Б8 42 09
Колбасов М З Остаповское ш., 65	Ж7 65 65

**КОЛБАСНЫЕ 3-ДЫ Моск. Мясоком-
бината**

№ 1 Михайловский пр., 3	
директор	271 21 10
зам. директора	271 93 17
бухгалтерия	271 96 16
№ 2 просп. Буденного, 21	
директор	265 36 30
отд. снабжения	265 59 98

Актуализация базы клиентов

Цель: выявить лицо, которое отслеживает доставку тиража бесплатного издания и выяснить наличие специализированного оборудования.

План – 853 компании.

Продолжительность проекта 2 дня.

4 71 34 Колбасо. М. М., учитель каллигр., В; Гру-
зинская, 52, кв. 92.
5 03 56 Колбасикий Н С, грузинч. зав. 1-я МЭШ.
Грох. п., Ботанич. пр. 5.

К

Колбасин И Г Кутузовский просп., 41	Г9 00 06 доб. 1 06
Колбасин И О Первомайская, 46/50	Е5 42 93
Колбасин П И Овчинниковская наб., 8-а	В1 76 19
Колбасин Ф И Новопесчаная, корп. 54	Д7 09 30
Колбасина Е А Павловская, 2/4	В2 17 99
Колбасникова Т Б Ружейный п., 1/21	Г1 65 93
Колбасо А М ул. Кирова, 22	Б8 42 09
Колбасов М З Остаповское ш., 65	Ж7 65 65

**КОЛБАСНЫЕ 3-ДЫ Моск. Мясоком-
бината**

№ 1 Михайловский пр., 3	
директор	271 21 10
зам. директора	271 93 17
бухгалтерия	271 96 16
№ 2 просп. Буденного, 21	
директор	265 36 30
отд. снабжения	265 59 98

Подготовка - 1 день:

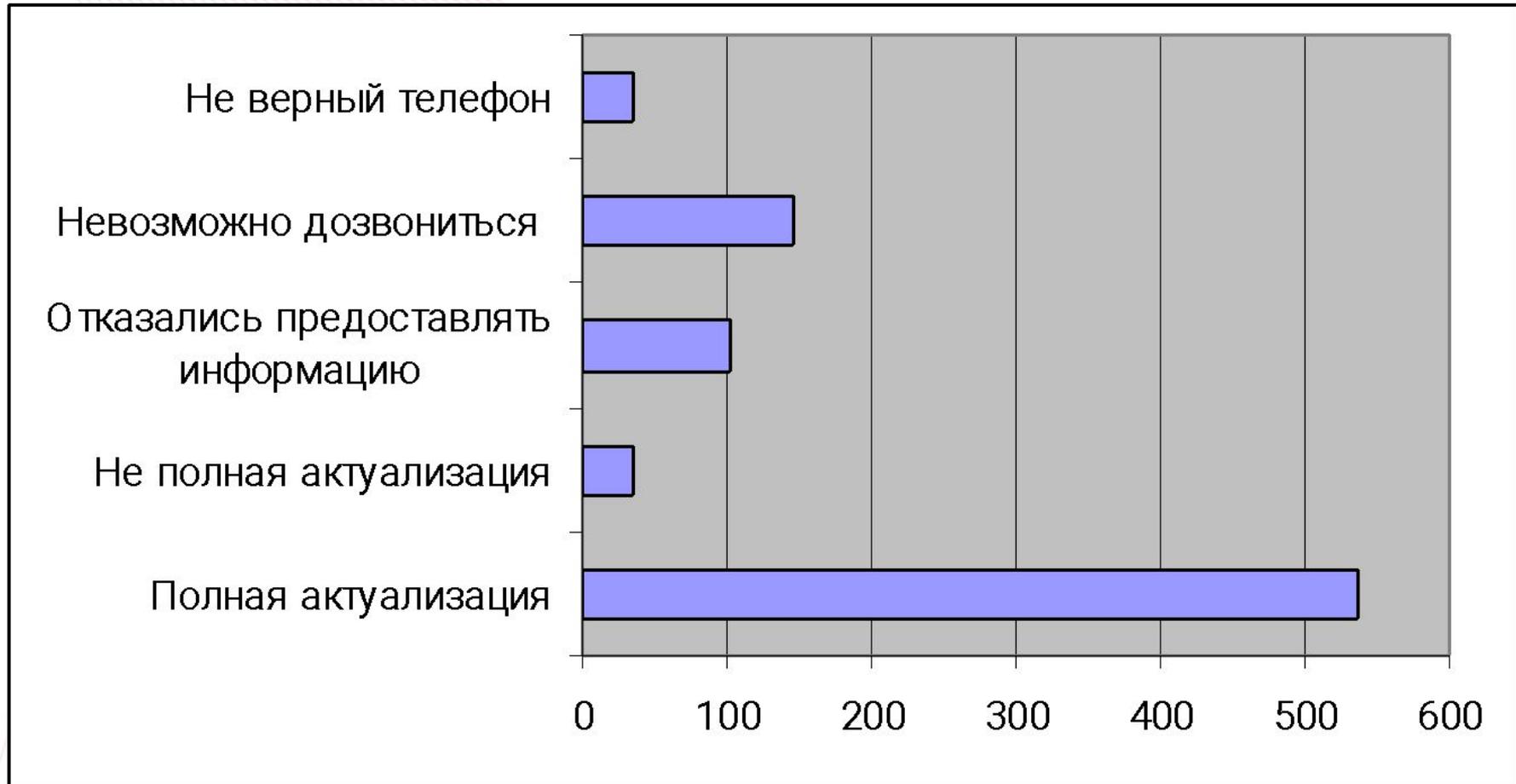
- Загрузка БД
- Составление сценария
- Тренинг

Количество персонала

- Операторов 5
- Супервизоров 1

Результат	Количество	%
Полная актуализация	537	63,00%
Не полная актуализация	34	4,00%
Отказались предоставлять информацию	102	12,00%
Невозможно дозвониться	145	17,00%
Не верный телефон	34	4,00%
Итого	853	

Количество операторов	5
Продолжительность проекта, дней	2
Количество анкет на одного оператора, в день	54
Количество звонков на оператора, в день	85
Средняя продолжительность разговора, минут	2



Проект для Издательского Дома

«А...».

Опрос точек распространения изданий.

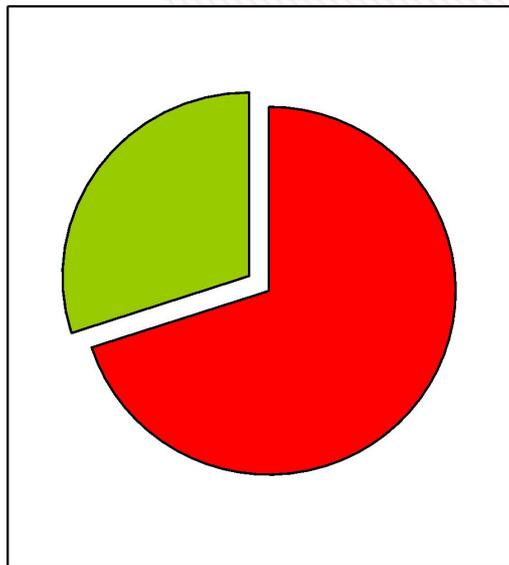
База для проведения опроса – 776 компаний

Полностью заполненных анкет – 595

Среднее время одного интервью – 4 минуты

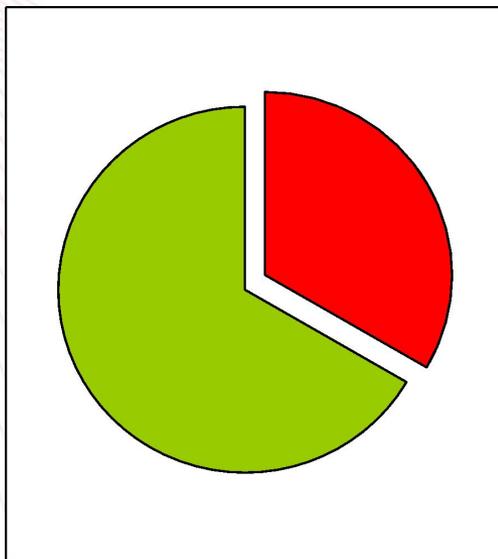
Результативность 77%





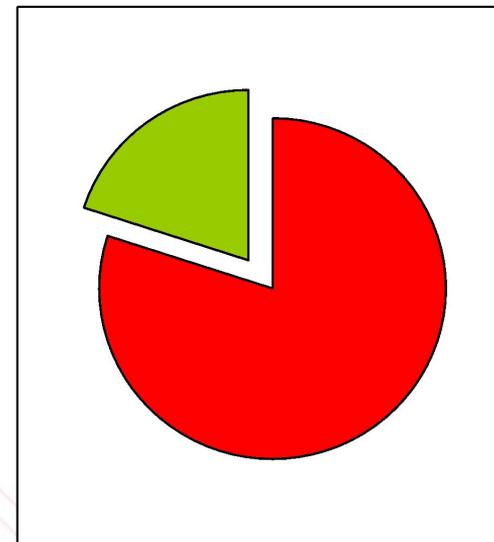
30%

заинтересованных



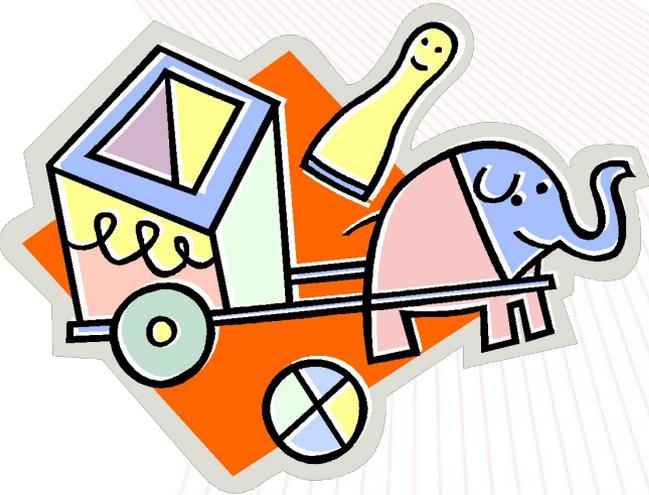
60%

счетов



20%

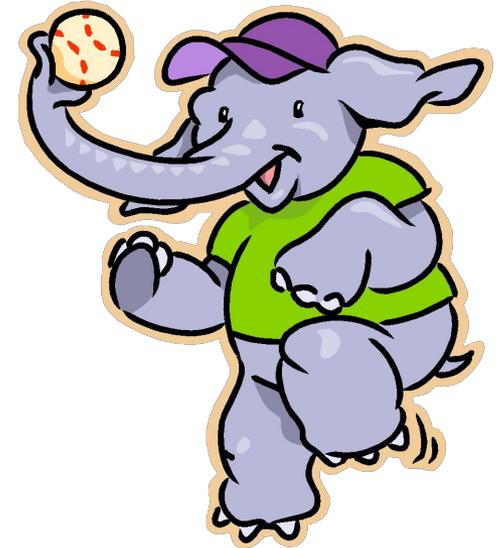
продаж



Товар
(услуга)



Целевая аудитория
(база данных)



Методика продаж
(профессионализм)

*Технология работы **call** центра*

- Многоканальность, способность обработать большое число вызовов
- Интеллектуальная маршрутизация вызовов
- Способность обрабатывать различные типы вызовов
- Интеграция с CRM системой
- Точная оценка эффективности каждого звонка

Психология работы call центра

- **Определения психотипа покупателя**
- **Поддержка**
- **Разговор на языке выгод**
- **Работа с возражениями**
- **Вербальная подстройка**
- **Улыбка и дружелюбие**
- **Закрепление совершенной покупки**



Телемаркетинг

Цель: пригласить (продать) участников на семинар «Все что вы хотели знать о Call центрах, но не знали у кого спросить».

План – 20 участников.

Продолжительность 2 недели (10 дней).

Задача

- обзвонить компании
- выявить «ЛПР»
- проинформировать о мероприятии
- при выявлении заинтересованности предоставить дополнительную информацию по e-mail или факсу.
- выставить счет, выслать договор
- проконтролировать оплату





Подготовка – 3 дня:

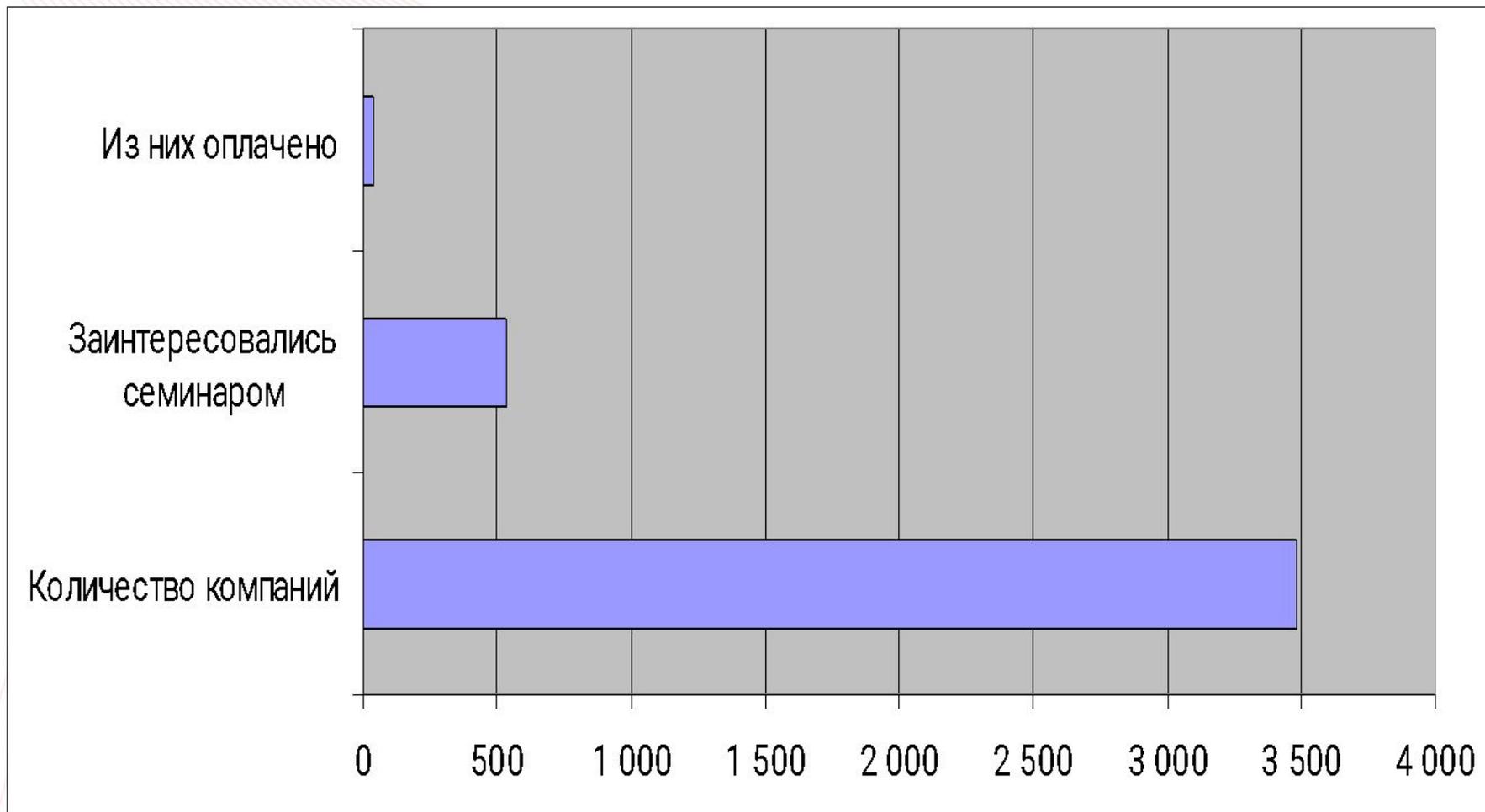
- выборка базы данных
- разработка сценарной логики и непосредственно сценария
- обучение операторов по проекту.

Количество персонала

- Операторов 5
- Супервизоров 1

Результат	Количество	%
Общее количество звонков	8 362	
Количество компаний	3 484	
Заинтересовались семинаром	534	15,33%
Из них оплачено	34	6,37%
План	20	
Выполнение плана	170,00%	

Количество операторов	5
Продолжительность проекта, дней	10
Количество звонков на оператора, в день	167
Количество продаж на оператора, в день	0,68
Средняя продолжительность разговора, минут	2



$$\text{Стоимость 1-ой продажи} = \frac{\text{Затраты на ТМ}}{\text{Количество продаж}}$$

$$\% \text{ себестоимости ТМ} = \frac{\text{Стоимость 1-ой продажи}}{\text{Стоимость продукта}}$$

Затраты на ТМ		\$3 000,00
Стоимость одного часа работы		\$10,00
Количество часов работы	$\$3000/\10	300
Количество дней работы	$300/8$	37,5
План продаж в день		3
План продаж за период	$37,5 * 3$	112,5
Планируемая стоимость 1-ой продажи	$\$3000/112,5$	\$26,67
Цена продукта		\$300,00
План поступлений	$300 * 112,5$	\$33 750,00
% себестоимости ТМ		8,89%

Исходящие звонки

Подготовка

Работа операторов: звонки

Завершение проекта





Подготовка

Информаци
я

Персонал

Тех.
ресурсы



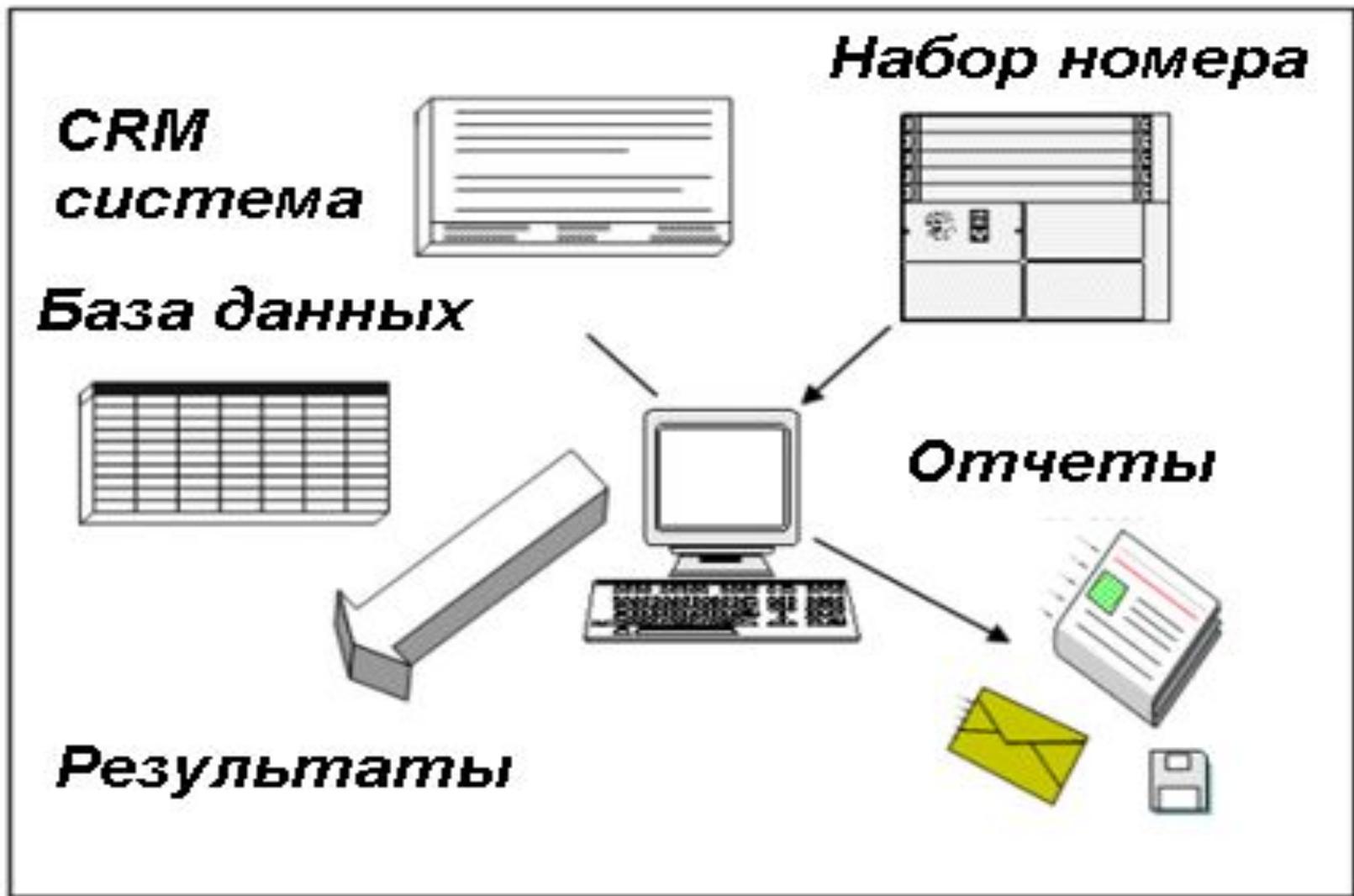
Звонки
Набор номера

Ручной
набор

Полу-
автомати-
ческий

Автомати-
ческий







Менеджер

Контроль
работы



Техник

Знания

Выработка

Техника

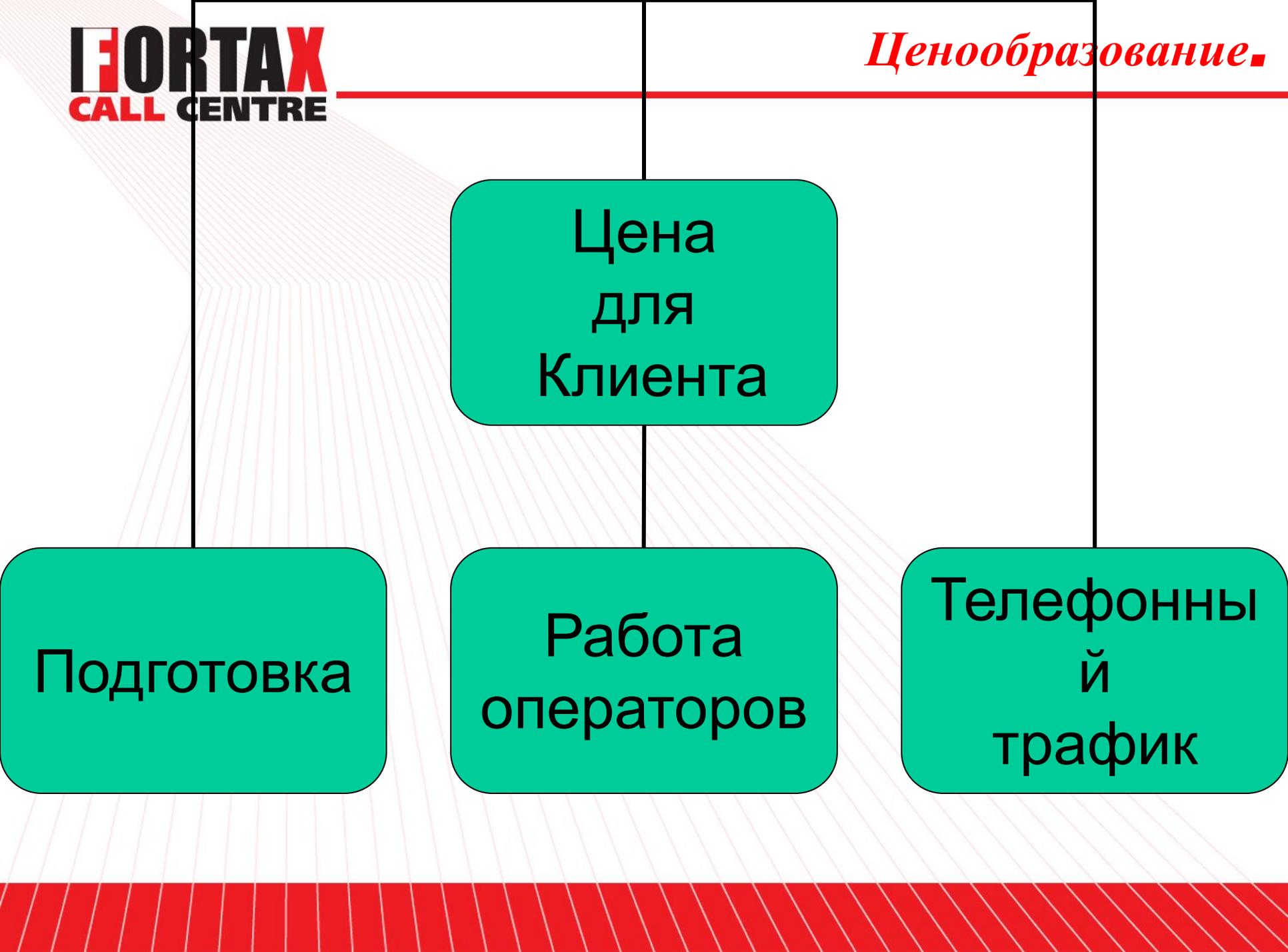
Завершение
проекта



Результаты

Отчеты

Аналитика



Телемаркетинг
Call центра

За результат

За время
работы

- Год основания: **2003**
- Входит в пятёрку лидеров рынка call-центров в России.
- Оборудование: Cisco IP Contact Center, **300/600** одновременных входящих/исходящих звонка
- Количество операторских мест: два зала на **55** и **72** рабочих места
- Количество реализованных проектов с момента основания: более **100**

- Управление Министерства по налогам и сборам РФ по г. Москве
- Всероссийский центр исследования общественного мнения (ВЦИОМ)
- Страховая компания РОСНО
- РосБизнесКонсалтинг (РБК)
- Hewlett-Packard
- ООО «Мобильные телесистемы»

- SAP
- Финансовая группа «Прадо»
- IT компания «Comptek»
- Издательский дом «Главбух»
- Газета «Ведомости»
- Газета «Большой город»
- Кадровое агентство «Арсенал»
- Банк «Уралсиб»

FORTAX
CALL CENTRE

СЛУЖБА ОБРАБОТКИ
ТЕЛЕФОННЫХ ЗВОНКОВ

www.fortax.net



СПАСИБО. ВОПРОСЫ?

Контактная информация:

тел.: (095) 980-50-30, e-mail: sales@fortax.net