



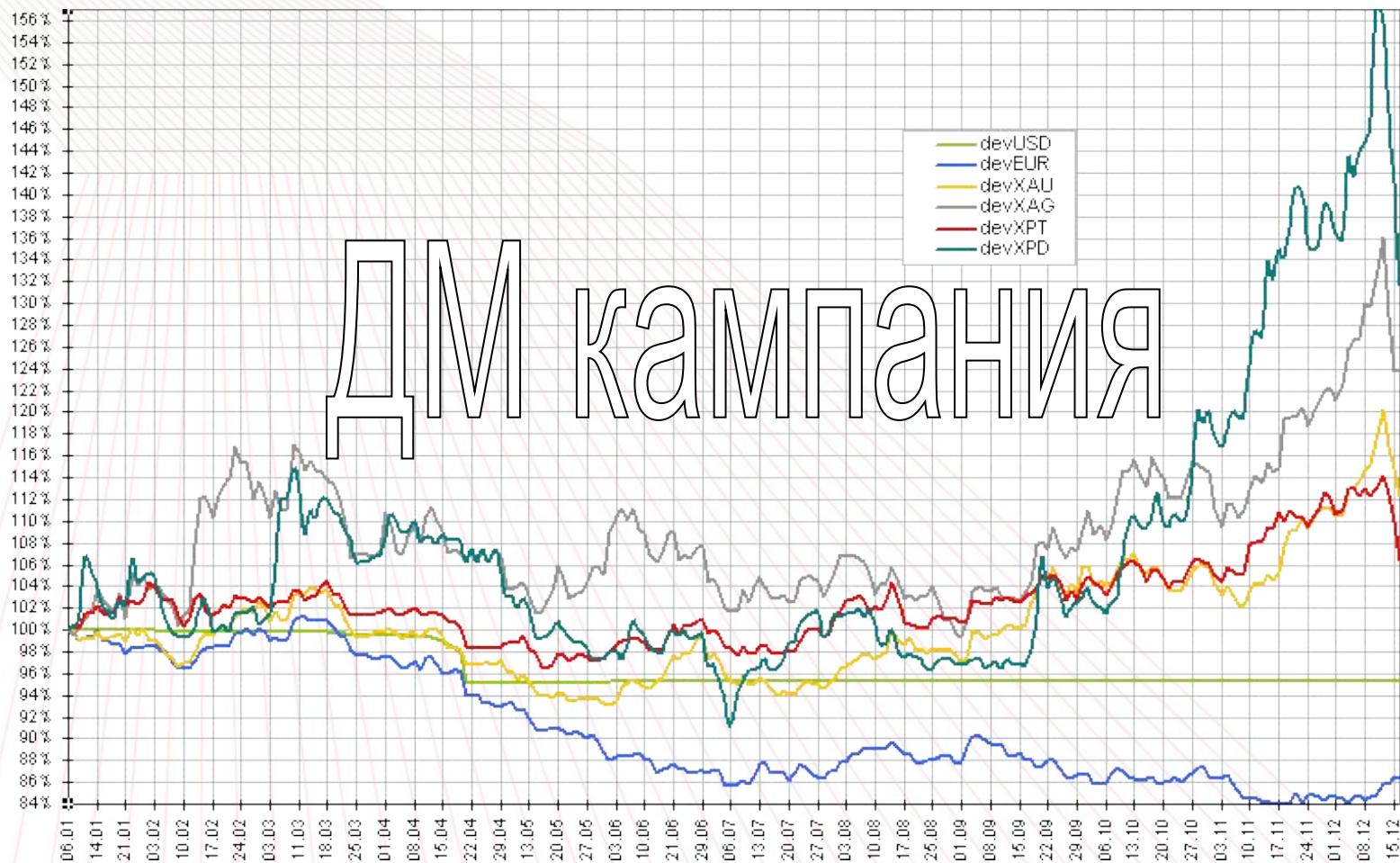
СЛУЖБА ОБРАБОТКИ  
ТЕЛЕФОННЫХ ЗВОНКОВ

[www.fortax.net](http://www.fortax.net)

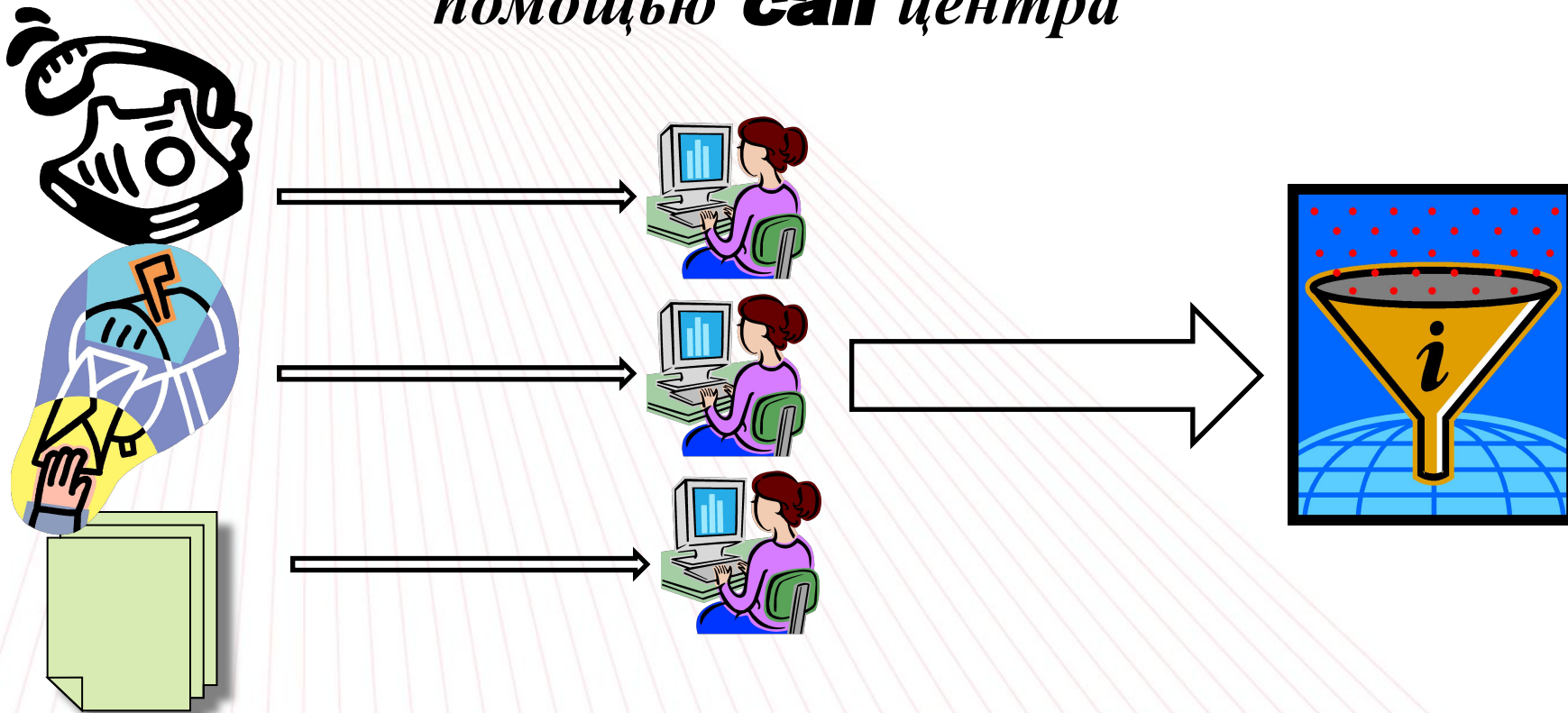
***Call-центр –  
инструмент оценки  
эффективности ДМ и  
рекламных  
коммуникаций***

- ✓ Пути оценки эффективности и результативности рекламных и ДМ кампаний**
- ✓ Способы обработки и анализа поступивших откликов**
- ✓ Оценка достижения сообщения целевой аудиторией. Подготовка к ДМ кампании.**

## ДМ кампания



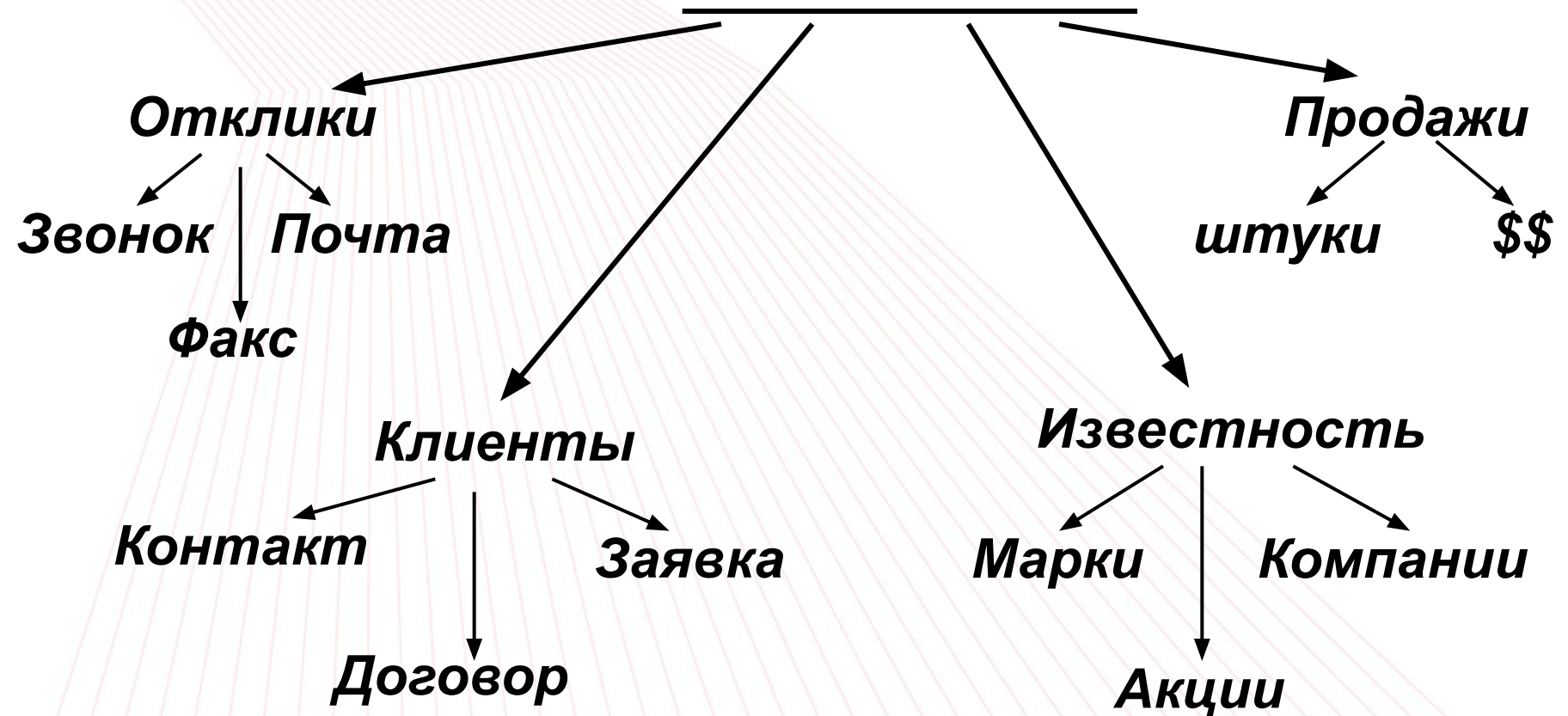
*Процесс получения информации с помощью **call** центра*



~~МНОГО ИЛИ БОЛЬШЕ ИЛИ  
МНОГО ИЛИ МЕНЬШЕ?  
МАЛО?~~

**ТОЧНО!**

## *Что измеряем и оцениваем?*



*Информация, получаемая с помощью  
**call** центра*

**1. Количественная статистика ACD**

**2. Данные CRM системы**



## 1. Количественная статистика АСД

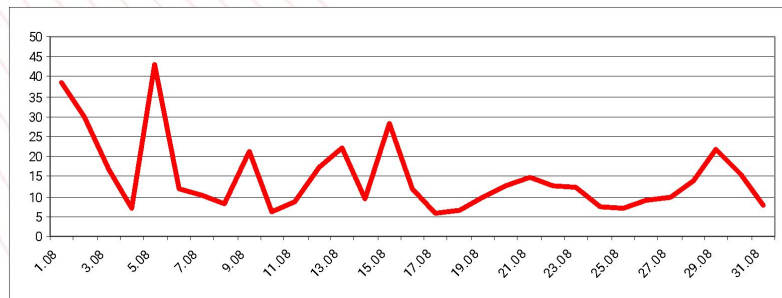
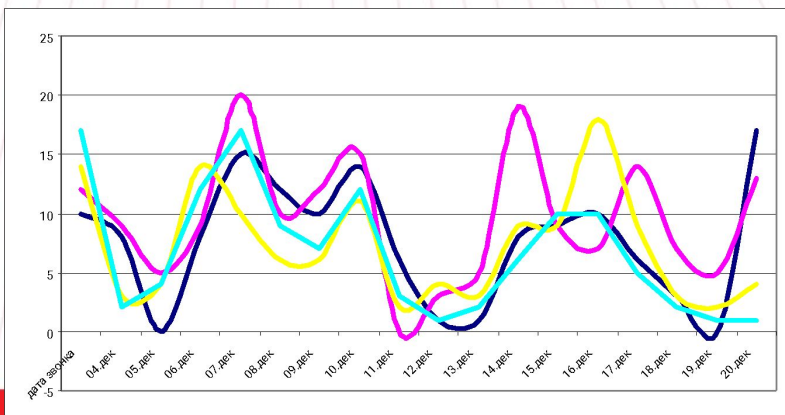
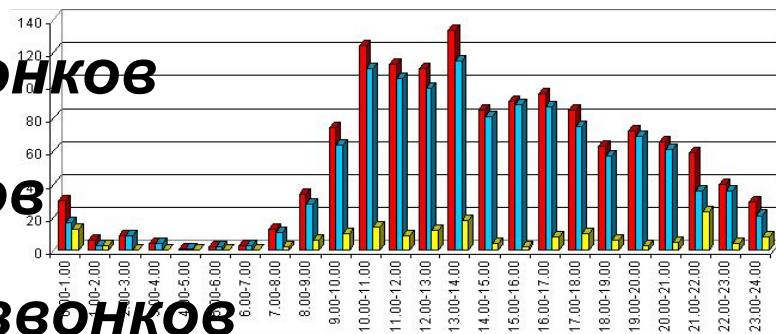
*Количество поступивших звонков*

*Количество принятых звонков*

*Количество не обслуженных звонков*

*Отклонение количества от среднего*

*Распределение во временном интервале*





## 2. Статистика CRM системы

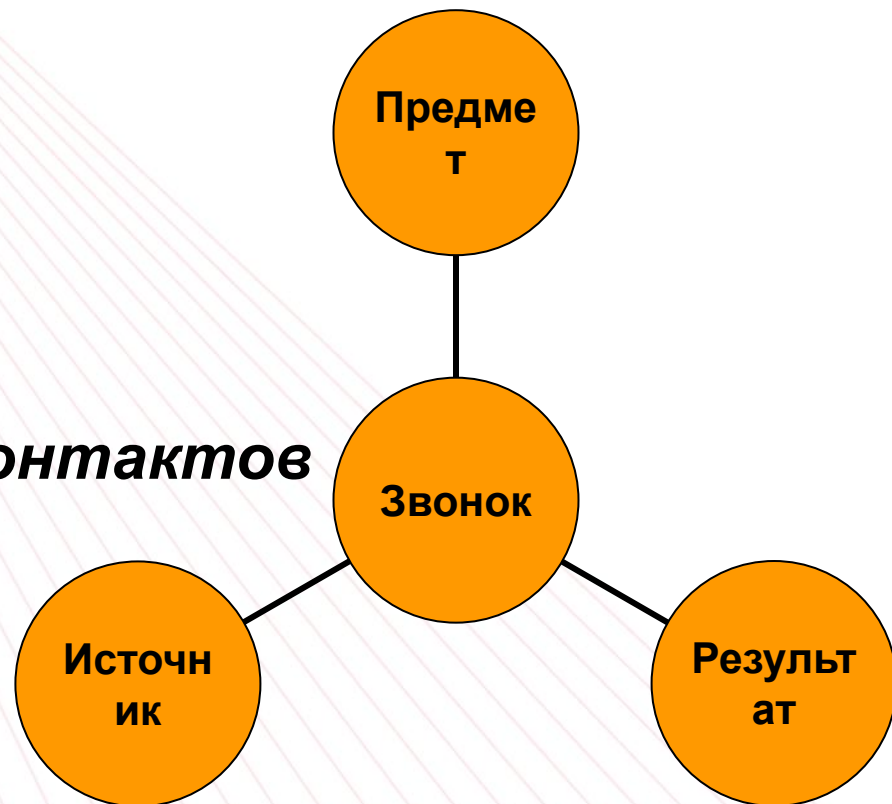
*Предмет звонков (FAQ)*

*Источники обращений*

*Результат контакта*

*Портрет абонента*

*Количество уникальных контактов*



## Показатели для оценки проведенной кампании

***CPC – cost per call (contact)***

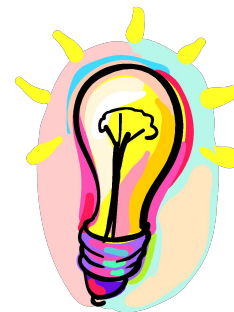
***CPM – cost per mail***

***CPO – cost per order***



## Как повысить вероятность достижения сообщения ЦА?

1. *Напоминание*
2. *Повод к ожиданию*
3. *Провокация интереса*
4. *Проверка*





СЛУЖБА ОБРАБОТКИ  
ТЕЛЕФОННЫХ ЗВОНКОВ

[www.fortax.net](http://www.fortax.net)

***СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!***

***Контактная информация:***

***тел.: (495) 980-50-30,***

***e-mail: [m.skvortsova@fortax.ru](mailto:m.skvortsova@fortax.ru)***