

Маркетинг при помощи умных телефонных роботов

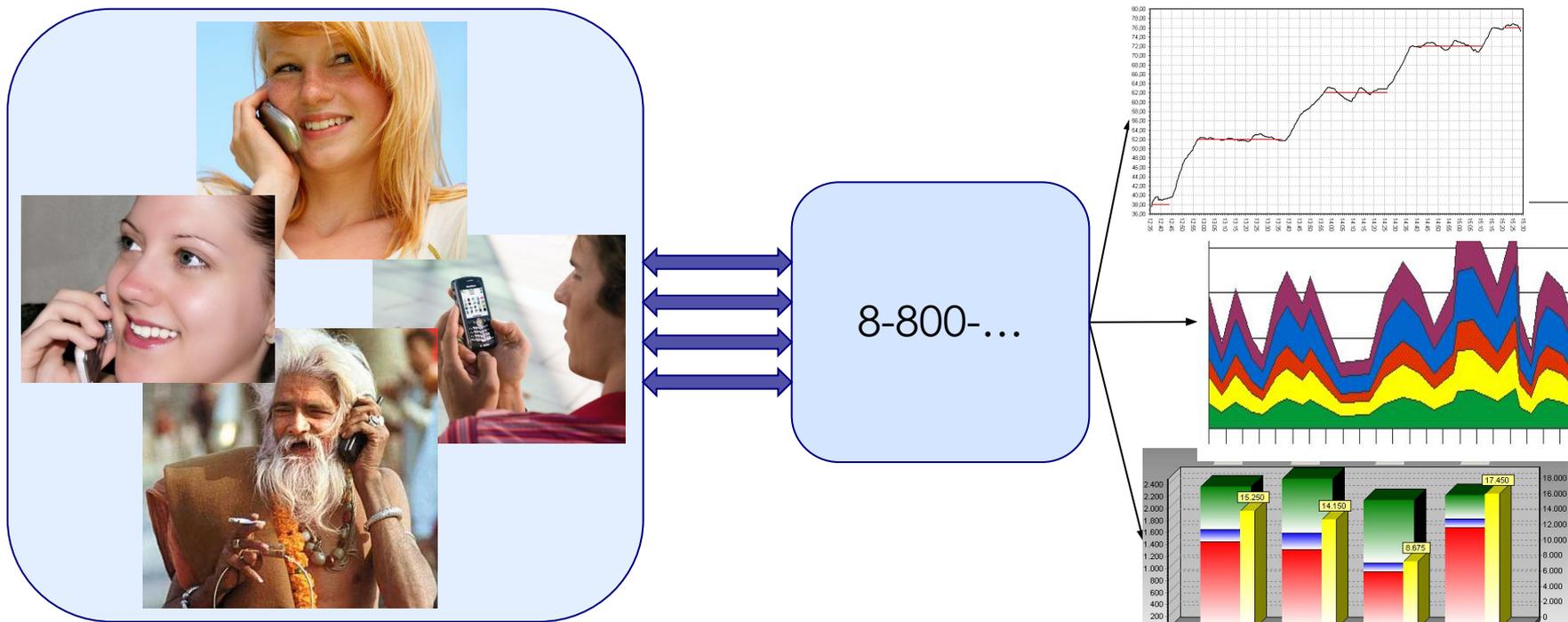
PRStudio

студия интерактивной
рекламы и PR

Введение

- "Телефонные роботы" – это система интерактивного голосового сервиса.
- Это инновационная и очень эффективная система работы как с текущими, так и с потенциальными клиентами.
- Это возможность небольшими усилиями обрабатывать большие клиентские базы.

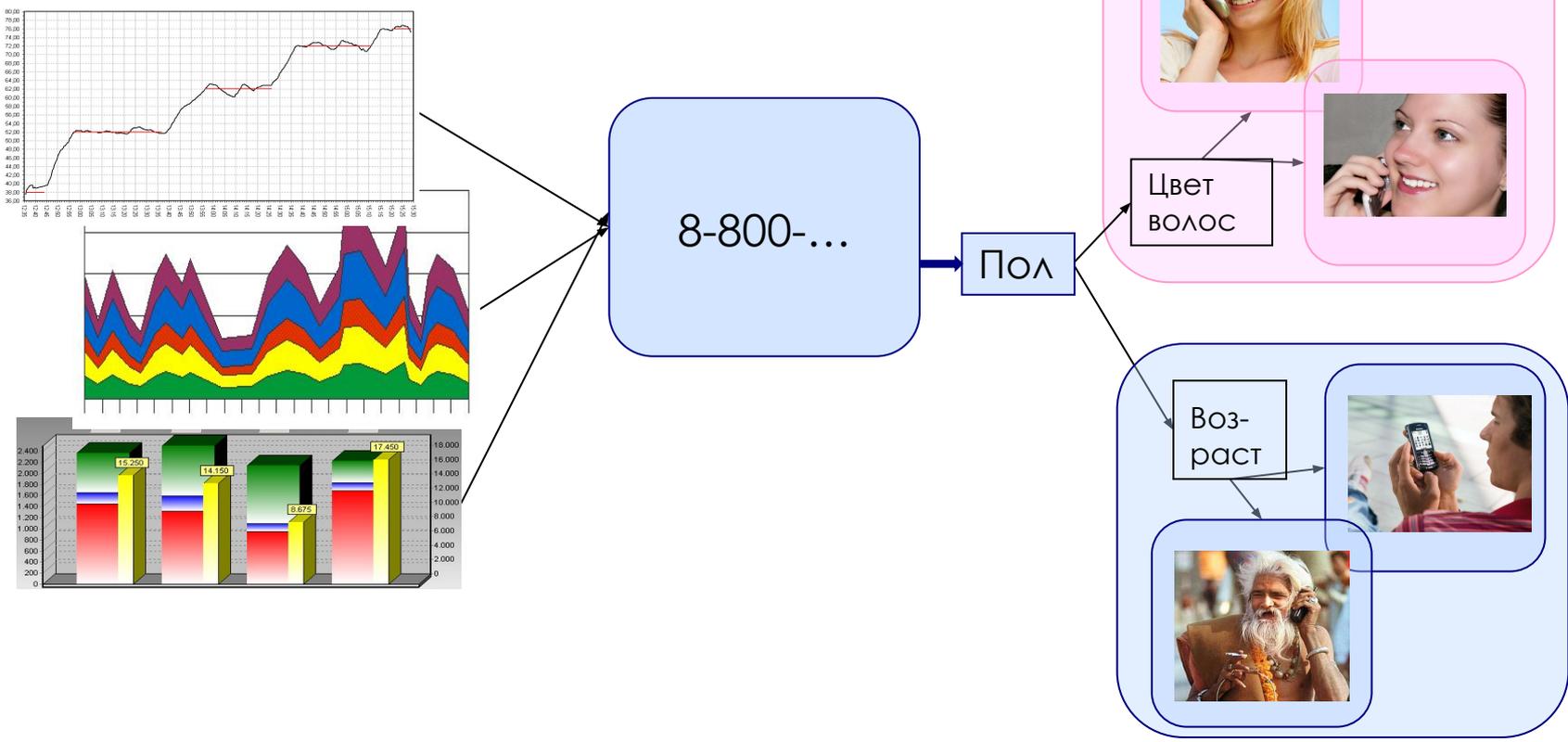
Как это работает?



Абоненты звонят на бесплатный номер, общаются с системой IVR (интерактивный голосовой сервис), статистика их общения отображается в панели статистики в режиме он-лайн.

Наши сервисы позволяют обрабатывать сотни тысяч обращений без потерь, даже если ответы пользователям персонализированы.

Как реализуется индивидуальное общение?



Вы сами можете задать то количество и список критериев, по которым общение с разными пользователями будет разным.

Что могут делать наши телефонные роботы?

- могут собирать большие массивы данных в телефонных опросах намного быстрее и дешевле, чем обходятся обычные операторы;
- могут собирать данные, репрезентативные любым типам генеральной совокупности, часто это даже не влияет на цену проекта*;
- могут собирать данные по "холодным контактам" и при этом не раздражать участников: у нас они НЕ звонят сами, мы организуем входящий поток респондентов к нам на линию, так надежнее в плане соблюдения законов, и этичнее в плане отсутствия спама и несанкционированных обзвонков;
- могут проводить рекламные опросы с тестированием персонала розничных сетей на знание продукта конкретного бренда;
- могут обзванивать клиентов для приглашения на семинары и/или поздравления с новым годом и др. праздниками (по "теплым контактам" возможны исходящие обзвоны);
- для ускорения сбора данных могут начислять деньги на телефон абонента за каждый ответ или за прохождение анкеты в целом, 99% начислений проходят за 2-3 минуты, 1% - до 24 часов.

* Квотные нормы разрабатываются под проект консультантами PRStudio и научных организаций-партнеров компании, для некоторых проектов эта услуга оплачивается дополнительно.

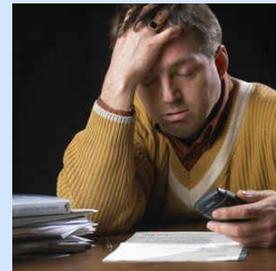
Основные плюсы в применении телефонных роботов: они...



...не уходят на обед на 3 часа



...не опаздывают



...не впадают в стресс

8-800-...



...не курят ежечасно



...не хамят клиентам



...не берут больничный

Если вам приходилось организовывать колл-центр, вы прекрасно знаете, как мало людей желает работать операторами и как сложно их удерживать, обучать и мотивировать. Теперь вы можете переложить часть работ на роботов.

Основные ограничения применения телефонных роботов и SMS-маркетинга

- мы не работаем с любыми видами спама (исходящие обзвоны, СМС-спам и пр.);
- все акции регистрируются и лицензируются везде, где положено, так что минимальный срок на внедрение и лицензирование - от 4 недель, мы не делаем акции нелегально;
- мы не подключаем единичные контентные акции, и не зарабатываем на трафике - этот тип работ относится к рынку контент-провайдеров, мы же работаем только на рынке мобильного маркетинга, большие массивы отдаваемого контента у нас бывают, но только в рамках спонсирования рекламодателями, нелегальный контент не используется.

Дополнительные возможности телефонных роботов

- интегрированы с каналами SMS и WEB;
- минимальный отклик входящих звонков по опросам составляет 22% от приглашаемых респондентов;
- индивидуализированное общение: обработка всего потока SMS и звонков может производиться персонально, индивидуально, в зависимости от поведенческих и пр. предпочтений клиента;
- хит продаж в этой области - интегрированная с SMS-система, которая позволяет продавцам розничных систем получать бонусы за количество проданного товара конкретного бренда или модели товара;
- вы можете стать нашим дилером и продавать проекты от своего имени, звуковые обращения в наших собственных акциях никак не брендированы - такие акции мы делаем для всего круга наших дилеров, что является хорошей помощью в продвижении, ваши клиенты распознаются по выданным кодам доступа к акции.

Пример эффективного сценария акции для b2b-рынка*

- Шаг 1. Продавцы розничной сети (магазинов, аптек, бутиков и т.п.) получают приглашение принять участие в акции на знание продукта в виде обычной печатной продукции. Звонят телефонному роботу, проходят тест.
- Шаг 2. Продавцы получают приглашение поучаствовать в акции по начислению бонусов за продажи вашего товара от робота или в отчетной SMS с результатами теста.
- Шаг 3. Продавцы включаются в акцию, продают товар, периодически консультируются с роботами по функциям товара, фиксируют каждую сделку через телефон горячей линии или SMS.
- Шаг 4. Продавцы получают вознаграждение на телефон моментально, либо накапливают бонусы, которые могут поменять на ценные призы.
- Шаг 5. Продавцы могут получить разную обратную связь в конце акции. Например: наиболее часто запрашивающие консультации получают приглашение на тренинг по продукту. Наиболее успешно продающие получают приглашение на корпоративный выезд на Канары.
- Шаг 6. Те продавцы, которые хотят попасть на семинар по продукту, оставляют свои пожелания по дням недели, месту (у себя или у вас) и пр., система автоматически формирует отчет по их дальнейшим предпочтениям.
- Шаг 7. ... Периодически акции стоит повторять, набрав базу своих респондентов (узкопрофильную базу людей, продающих именно ваш продукт), вы можете проводить с ними опросы, поздравлять их с праздниками, устраивать тематические акции. Подписанные абоненты лояльны ко многим проявлениям активности со стороны рекламодателей.

* Сценарий не обязательно делать именно в таком виде, это лишь примерный алгоритм подобных акций. Кстати говоря, управляющие торговых сетей, как правило, хорошо относятся к подобным акциям, ведь эти акции непосредственным образом связаны с увеличением продаж этих же сетей, что выгодно всем участникам процесса дистрибуции товара от производителя к потребителю.

Контакты

PRStudio – студия интерактивной
рекламы и PR

107113, Москва, Сокольнический вал,
дом 1Б

тел/факс +7 (495) 223-35-75

info@prstudio.ru

www.prstudio.ru