

LEADGROUP 

PRESENTATION

! La dirección superior y secundaria de nuestra compañía y los operadores de los centros de llamadas trabajan en un programa leadgroup.su



La alta dirección de la oficina central hace tales ajustes y cuentas para los operadores y gerentes de región. El perfil y la configuración son diferentes entre las posiciones de los empleados.

Lo que es necesario para un centro de llamadas:

- **Para alquilar una oficina**

Las demandas en la oficina: debe estar situado en el centro, accesible para el transporte público, la restauración pública.

- **Condiciones de trabajo**

Al contratar operadores debe especificar que un centro de llamadas funciona todos los días, sin días festivos.

- **Internet**

Proporcionar acceso a Internet con la oportunidad de utilizar algunos proveedores de Internet. IP estático.

- **Telephony**

Para encontrar telefonía local Sip- proveedor. Para comprar teléfonos móviles, configura soft-phones y Team Viewer en todas las computadoras. Para realizar llamadas de pedidos devueltos y pedidos de «espera de pago».

- **Supervision**

Comprar auriculares para todos los ordenadores. Para instalar en línea- cámaras en el centro de llamadas.

- **Personnel**

Para nombrar operador senior. Para comprar un teléfono para comentarios, para crear una dirección de correo electrónico para comentarios. Contratar administrador de TI, gerente de recursos humanos, operadores de llamadas, operadores de retroalimentación y operadores para tocar conversaciones

- **Report**

Para hacer un informe sobre el salario del operador para un alto directivo en Rusia. Para hacer un informe sobre los bonos mensuales del operador.

- **Fine**

Establecimiento de multas por llegar tarde y por otros errores en el procesamiento de pedidos. *

* - los pedidos cancelados, los errores en el llenado de la dirección, el precio, etc.

Instrucción de viaje de negocios





HOJA DE RUTA para el candidato a Gerente de planificación y control

1 APRUV

Por apruv se entiende la proporción de pedidos de CC recibidos de entre los recibidos. Este indicador está disponible para el operador superior y el gerente a través de estadísticas, y también es el indicador principal que afecta el número de pedidos entrantes.

El aumento de apruv se logra mediante la implementación de una serie de medidas que incluyen el control del trabajo de los operadores, el análisis de la calidad del tráfico (webmasters, spam, cancelaciones, etc.), etc.

Por cada pedido, la compañía paga la cantidad aprobada a los anunciantes (generalmente 12-15\$ dependiendo del producto), la operación es irreversible, por lo que este indicador requiere atención especial y no tolera errores, de lo contrario, la compañía sufrirá grandes pérdidas.

La tasa mínima permitida de apruv es apruv en la cantidad de 40%, recomendada y óptima – 50%.

El cálculo de los gastos de 1 pedido por pedido se determina de la siguiente manera: los gastos mensuales del centro de llamadas se dividen por el número de pedidos confirmados durante el mismo período.

2 CHEQUE MEDIO

El segundo indicador más importante que afecta la rentabilidad del proyecto es el cheque promedio. El cheque promedio es la suma de todas las ventas de los operadores divididas por la cantidad de esas ventas durante un período determinado.

El aumento en el cheque promedio se logra mediante la realización de ventas adicionales. Para lograr el objetivo establecido, nuestra empresa vende principalmente productos de curso. Por lo tanto, después de la confirmación del pedido (apruva), el operador debe ofrecer al cliente no una unidad de bienes, sino un curso. La cantidad de bienes en el curso depende del objetivo establecido por el cliente.

El cheque promedio afecta directamente la rentabilidad general del proyecto y los ingresos de la empresa en general. Al aumentar el cheque de cada venta individual, el costo de pago a los anunciantes, el costo de envío, etc. permanece sin cambios, por lo que nos deshacemos de los costos incurridos en el pedido confirmado y vendemos los productos posteriores al día, sin pasar por estos costos. Además, el cheque promedio se puede aumentar aumentando el valor de los bienes.

El cheque promedio mínimo permitido se establece en la cantidad de 55\$, recomendado y óptimo – 70\$.

3 APSALE (PRE-VENTA)

Vender más productos de lo que el cliente originalmente quería. Digamos que al comprar tres artículos de este producto, el cliente recibe el Cuarto como regalo.

4 CRUZ-VENTA (CRUZ-VENTA)

Venta de productos adicionales (por ejemplo, a un cliente que desea comprar Pantalones para perder peso, también se le puede ofrecer comprar un Cinturón para perder peso, es decir, productos de la misma categoría). Énfasis en la venta de productos y servicios relacionados.

5 RESCATE

La recompra es el tercer y más importante indicador que refleja la calidad del trabajo de KC. Bajo la canjeabilidad de las mercancías en nuestra esfera es costumbre entender la proporción de los paquetes comprados por los clientes del número total de los pedidos confirmados durante un cierto período.

Este indicador está directamente influenciado por los indicadores mencionados anteriormente (Apruv, cheque Promedio). Sin embargo, debe evitarse el fraude por parte de los operadores y prevenirlo. Por ejemplo, en un esfuerzo por aumentar el Apruv, el operador puede confirmar los pedidos en bruto o procesarlos de manera deficiente, como resultado de lo cual estos pedidos no se canjean, el porcentaje de Recompra disminuye, pero lo más importante es que la compañía sufre un daño igual al valor del pedido (12\$-15\$) y el costo de envío. La misma situación se observa con un aumento artificial en la cantidad de bienes en el pedido para aumentar el cheque Promedio, lo que finalmente también conduce a una disminución en la Recompra.

Por lo tanto, de lo anterior se puede concluir que en el proceso de aumentar el porcentaje de Recompra, debe tener cuidado al aumentar el Apruv y el cheque Promedio, y también debe consultar con el cliente los datos (por ejemplo, la hora y la fecha convenientes de Recepción) que pueden ayudar al Servicio de mensajería a realizar su trabajo de la mejor manera posible.

La recompra promedio mínima permitida es del 60%, la recomendada y la óptima es del 80%.

6 SPAM

El spam se refiere a los pedidos en los que el número de cliente no es válido (demasiados dígitos en el número/ muy pocos dígitos/ el número no existe/ el número no se puede llamar). La proporción máxima permitida de spam del volumen total de pedidos entrantes es del 25%.



1 CANCELACIÓN

Las cancelaciones se refieren a los pedidos en los que el cliente, por cualquier razón, se negó a comprar el producto. Las causas pueden ser naturales (P. ej. caro; no puedo ordenar ahora, ordenaré más tarde; hizo un pedido para obtener asesoramiento, etc.), y puede ser falso (no ordenó; número incorrecto). Las razones falsas significan que el cliente no dejó una solicitud en el sitio, lo que significa que la fuente desde la cual dichos pedidos ingresaron al sistema para el apodo fabricó las solicitudes sin la participación de las personas enumeradas en las solicitudes falsas. La compañía ha desarrollado una lista fija de razones de devoluciones para facilitar el trabajo de los operadores. La proporción máxima permitida de cancelaciones del volumen total de pedidos entrantes es del 25%.

2 TRÁFICO

El tráfico es el volumen total de pedidos de llamadas recibidas en un período de tiempo determinado. Durante el proceso, debe asegurarse de que la cantidad diaria de tráfico que ingresa al centro de llamadas para su procesamiento no exceda la tasa permitida, ya que el exceso de límites afecta naturalmente a approve (los operadores no tienen tiempo para procesar el flujo de solicitudes entrantes). La tasa permitida está determinada por el límite GEO y es una cantidad específica para cada centro de llamadas.

3 VENTAS REPETIDAS

Por ventas repetidas se entiende el apodo de los clientes que han pedido previamente el producto en nuestra empresa. En este caso, los pedidos a ser llamados se clasifican en un estado separado y son procesados por el centro de llamadas. El cliente está invitado a comprar el mismo artículo con un descuento adicional. Es importante recordar que, si el cliente está de acuerdo, debe crear un nuevo pedido con un id único (número) en lugar de volver a crear un pedido existente en el sistema.

4 CRM

Sistema de gestión de relaciones con los clientes (CRM, sistema CRM, abreviatura de Inglés) Customer Relationship Management (Customer Relationship Management) es un software de aplicación para organizaciones diseñado para automatizar las estrategias de interacción con clientes (clientes), en particular para aumentar las ventas, optimizar el marketing y mejorar el Servicio al cliente mediante la preservación de la información del cliente y el historial de relaciones con ellos, establecer y mejorar los procesos comerciales y luego analizar los resultados.

5 COMPROBACIÓN DE RETROALIMENTACIÓN

Hay un sistema de retroalimentación en cada GEO: en caso de que el cliente no esté satisfecho con la compra o tenga alguna pregunta, puede comunicarse con el centro de llamadas al número de comentarios que figura en el paquete del cliente. Por parte de la oficina principal, es necesario verificar periódicamente la rapidez del trabajo del personal del centro de llamadas que responde a tales llamadas. Esto significa que, de vez en cuando, el gerente de GEO está obligado a llamar a los números de retroalimentación y verificar el tiempo durante el cual el operador responderá la llamada. En caso de que no haya respuesta a la llamada o el Teléfono esté apagado debido a cualquier circunstancia, es necesario averiguar las razones y tomar las medidas adecuadas.

6 AUTO-APRUV

En raras ocasiones, durante el funcionamiento del centro de llamadas, es necesario elevar el apruv de una manera antinatural (la mayoría de las veces para no perder el tráfico entrante). Esto significa que el gerente de GEO debe eliminar artificialmente una cierta cantidad de pedidos del estado de Procesamiento.

7 LID

Un lead es un pedido que ingresa al sistema por un apodo. Por ejemplo: "15 de noviembre recibí 20 clientes potenciales" = "15 de noviembre recibí 20 pedidos de procesamiento".

8 LANDING

Land significa el sitio de origen desde el cual los pedidos ingresan al sistema. Por lo tanto, cada pedido está asignado a una tierra específica en la que este cliente dejó la solicitud.

9 TRÁNSITO (PÁGINA DE TRÁNSITO)

La página de tránsito es la página de información del producto que precede a la transición al sitio para realizar un pedido directo del producto. El tránsito no contiene un formulario para completar la solicitud y es puramente de referencia, proporcionando al cliente información detallada sobre un producto en particular. Cada tránsito tiene un enlace para ir directamente a la tierra.

10 REEMBOLSOS

Las devoluciones se refieren a los paquetes enviados a los clientes que, debido a ciertas circunstancias, han sido devueltos a la empresa. Para aclarar las causas específicas de este fenómeno y optimizar el funcionamiento del centro de llamadas y el Servicio de mensajería, en caso de una reducción de la recompra o de forma permanente, se realiza una llamada de devolución. Los operadores del centro de llamadas se comunican con los clientes y descubren las verdaderas razones por las que el artículo ha regresado. La compañía ha desarrollado una lista fija de razones de devoluciones para facilitar el trabajo de los operadores.

Todos los pedidos que ingresan al sistema caen en el estado de Procesamiento. A continuación, los pedidos se ordenan por estado adecuado. Todos los Estados tienen su propio grupo, que debe coincidir con un pedido en particular. Por lo tanto, en este momento, el Sistema leadgroup incluye los siguientes grupos de estado: procesado, aceptado, enviado, entregado, cancelado, pagado, error/spam/duplicado, reembolso.

11 SCRIPT

Un script de ventas es un script de interacción con el cliente predefinido que comienza desde el momento del primer saludo hasta la ejecución de la acción de destino (confirmación del pedido). El objetivo del script de ventas es aumentar la probabilidad de que el cliente confirme el pedido.

El script tiene una base constructiva: el "esqueleto", por así decirlo, es un algoritmo de acción paso a paso prescrito que proporciona los posibles giros de la conversación y la reacción del cliente. Y lo que se basa en esta base son los módulos de voz listos para usar que, idealmente, se prescriben teniendo en cuenta el conocimiento de la psicología, los detalles del negocio y las prácticas de los vendedores más exitosos.

Cualquier script consta de cinco bloques informativos básicos. Este es el esqueleto de nuestro script, las frases de guía se colocarán en él.

1. **SALUDO.** Ya sea que esté hablando personalmente con un cliente o por teléfono, debe saludar. Además, asegúrese de presentarse y averiguar el nombre del cliente. Esto lo ubicará en una conversación adicional. Ejemplo: "¡Hola! Mi nombre es "nombre", ¿cómo puede contactarte?".

2. **DETERMINACIÓN DE LAS NECESIDADES.** Aquí, el gerente debe examinar más profundamente las necesidades y preocupaciones del cliente. Dicho esto, el vendedor ya debe tener una idea de lo que el comprador potencial necesita. Las preguntas para aclarar pueden ser: "¿Cuántos años tienes?", "¿Cuál es el problema con el que te enfrentaste?".

3. **PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO.** En esta etapa, el gerente tendrá que hablar sobre el producto. Al hacerlo, la presentación debe tener en cuenta las necesidades del cliente que identificamos en el paso anterior. Esto significa que el script debe tener varias opciones para la presentación del producto (para cada necesidad que pueda satisfacer). Las presentaciones del mismo producto en el primero y en el segundo caso serán diferentes. El script de ventas personales debe incluir posibles preguntas del interlocutor durante la presentación.

4. **RESPUESTA A LAS OBJECIONES.** La aparición de preguntas y objeciones al cliente es una señal de que está interesado en su propuesta. Esta es la parte más voluminosa del script. Debe contener todas las preguntas posibles del cliente y las respuestas a ellas.

5. **NEGOCIACIÓN.** Confirmación del pedido por parte del cliente. Refinamiento de los datos necesarios del cliente.

Trabajar con scripts

Un script es un texto escrito para que los operadores les ayuden a vender y ofrecer nuestros productos mientras hablan con los clientes.

«Saludo»

«Presentación del producto y cursos»

«Product information»

«Benefits»

«Cómo utilizar»

«Trabajar con las objeciones de los clientes»

«Precio»



Aprobar Апрыв

Para averiguar las razones de la baja calidad llamando a todos los proyectos; para comprobar cómo los operadores llaman órdenes.

Para conocer las necesidades de los clientes

Para dev las Razones de la Cancelación si los operadores han llamado a todos los pedidos y la mayoría de ellos están en el estado Conste

Escuchar grabaciones de pedidos para conocer el trabajo de baja calidad de los operadores

Para comprobar la información en un script. Haga cambios si es necesario.

Escuchar grabaciones de pedidos para conocer el trabajo de baja calidad de los operadores

**Si aprobar
es bajo**

Para comprobar la información en una página de destino. Hacer cambios si es necesario

Dev la eficiencia del trabajo de los operadores

Para dar bonificaciones por las cifras de aprobación

Para dar a los mejores operadores una tarea para organizar una clase magistral

Factura media



BONOS

Con el fin de estimular la calidad del trabajo del operador, la empresa paga los bonos en la cantidad de \$ 0,15 por cada Adicional. venta.



Venta adicional es la venta de bienes cuando en un pedido es más de 1 paquete. El bono en \$ 0.15 se cobra por cada artículo en el orden, excepto por el primero. Con el objetivo de prevenir el aumento artificial en el número de bienes en el orden, una condición obligatoria para el pago de la bonificación es de la compra de esta orden.



Además, nuestra empresa ofrece incentivos para el operador senior. El operador senior no se ocupa de la llamada, pero controla el trabajo del operador y la calidad del Trabajo del centro de llamadas. Es responsable de la consecución de los indicadores óptimos que se establecen por la alta dirección Ascom inc.

Por ejemplo, el Operador 1 ha aceptado: 120 pedidos para 1 Ud. 200 pedidos de 2 uds. EOR pedidos de 4 unidades. 180 pedidos de 5 uds. entonces su bono será: $120 * 0 * 0.15 = 0$ $200 * 1 * 0.15 = \$ 30$ $340 * 3 * 0.15 = \$ 100$ $180 * 4 * 0.15 = \$ 108$ Total bonus operador será \$ 291



Reglas de Disciplina

Funciones del operador:

- Para llegar a tiempo al trabajo (de acuerdo con el calendario de trabajo).
- Nuestro sistema nos permite controlar la llegada y la salida de cada operador, para que podamos comprobar, anotar y enviarlo a su operador senior.
- Si el operador llega tarde al trabajo, recibirá la penalización: - por cada 30 minutos – 4\$- por cada hora-8\$
- Cada operador tiene el descanso para el almuerzo en un tiempo determinado. Toma una hora para todos.
- Todos los operadores no deberían ir juntos a la hora del almuerzo.
- Para cualquier otra interrupción, el operador recibirá la penalización.
- Para ser educado con el cliente.
- El sistema nos permite comprobar y descargar cada registro, y si el operador tiene algún comentario, recibirá la penalidad.
- All operators must be very attentive when they accept the orders, for mistakenly confirmed orders the operators get the penalty:
1 order – 7\$

Each conversation of operator is recorded.

Reglas de Disciplina

Por violación manifiesta de las normas establecidas por los operadores, la empresa se reserva el derecho de aplicar las sanciones apropiadas contra ellos.

Bajo graves violaciones se entiende:

- confirmación del pedido sin procesarlo
- aumento artificial de la cantidad de mercancías en el orden
- dirección incorrectamente indicada del destinatario en el pedido

La tarea principal del operador senior es la calidad de las llamadas del operador. Y si las tasas de aprobación y la factura Promedio Es baja, entonces una multa del 30% se carga del salario del operador senior, y si la compra es inferior al 40%, el operador senior recibe la multa también. Cuando la compra está por debajo del 30%, la multa se cobra a los operadores.

En el primer Chris por el operador mayor, o el gerente personal, el operador es advertido. Para el siguiente error, 5\$ se cobra de la operadora. Con violaciones brutales sistemáticas se4 plantear la cuestión de su despido.

Errores en los pedidos

Los operadores hacen llamadas desde el servidor CRM, todos los registros de conversaciones se almacenan en el historial de pedidos. Por lo tanto, con el fin de aumentar el control sobre el trabajo de los operadores, el operador senior debe escuchar los registros de las conversaciones recibidas todos los días con el fin de averiguar el Chris a tiempo y resolverlo.

Cuando usted tiene el aumento del tráfico (el número de pedidos), usted debe asignar los trabajos adicionales para que el operador escuche los expedientes de conversaciones con los clientes.

Seminarios/presentaciones.

Con el fin de mejorar el trabajo de los call-centers, la Dirección de la Oficina central rusa tiene seminarios web sobre los problemas actuales. A veces es imposible sostener tales webinars debido a las barreras del idioma. En estos casos las presentaciones se traducen a un idioma extranjero y se envían a los call-centers.

WEBINAR

