

Генеральному директору компании ООО «Компания АСУ ХХI век»
Ретивых Сергею Николаевичу
От Павла Васильевича Волкова
Генерального директора ГК «Деловой сервис»

ОТЗЫВ О ПРОЕКТЕ

Группа компаний «Деловой Сервис» занимается снабжением предприятий, торговых центров, гостиниц, общепита моющими средствами, оборудованием и инвентарем для клининга. Мы являемся официальными дилерами TM Vileda, Merida, Dr. Shine, IPC и FIORENTINI. Работаем в этом направлении год.

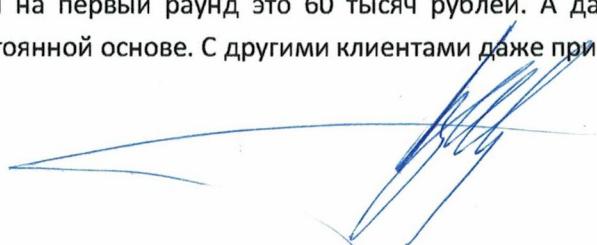
До обращения в компанию «АСУ ХХI Век» уже имели опыт холодных звонков, звонили сами. Изначально смотрели технологии, как это делать, разработали текст звонка, после этого наняли человека, который занимался непосредственно холодным обзвоном, то есть договаривался на встречу для дальнейшей продажи. В этом специфика нашего бизнеса - основная продажа происходит на встрече в ходе демонстрации работы моющих средств и оборудования. У нас также есть опыт продаж только по телефону, но вопрос в том, что **новым клиентам, которые не работали с определенным оборудованием или моющим средством, по телефону не продать**. Для них мы как раз организуем личную презентацию, бесплатно очищаем загрязненный участок, чтобы они могли наглядно оценить разницу и принять решение по факту. Это цель холодного обзыва, как нашими силами, так и в ходе совместного проекта с «АСУ ХХI Век».

Идея передать холодный обзвон на аутсорсинг пришла внезапно, когда мы дошли до определенной планки в обзвоне – встреч назначалось меньше и случился некий ступор. Тогда мы поняли, что нужно двигаться дальше. Я начал смотреть информацию о различных call-центрах в Интернете. Выбирал среди нескольких компаний, но остановил выбор именно на «АСУ ХХI Век», так как компания давно на рынке, имеет опыт в этой сфере, и звонки, скрипты – основное направление, наряду с другими смежными продуктами для развития продаж. Так же подкупило фиксация в договоре нижнего значения привлеченных клиентов.

В ходе проекта мы прозванивали разные компании - рестораны, кафе, пищевые предприятия, медицинские центры. До обращения в компанию «АСУ ХХI Век» работали по большей части с пищевыми предприятиями. По факту за проект больше всего клиентов было из ХоРеКи - порядка 70%. Это было ожидаемо, так как изначально наша стратегия построена таким образом, что на крупные предприятия нашего региона мы выходим другим способом, используем другой подход к ним, через различные службы. Дойти в холодном звонке до ЛПРа таких предприятий достаточно проблематично.

В работе с клиентами из ХоРеКи тоже есть свои минусы - они могут идти на контакт в холодном звонке, а большинство отказов давать как раз на встрече – «дорого», «мы подумаем» и т.п. Это уже специфика таких клиентов, которая во многом зависит от владельца бизнеса.

Тем не менее с переданными клиентами, на данный момент их 28, у нас есть сделки. Самая крупная сделка, с кафе-рестораном «Грядка». Первая сделка проведена на 10-15 тысяч рублей, но оцениваю потенциал, и на первый раунд это 60 тысяч рублей. А дальше планируем поставку моющих средств на постоянной основе. С другими клиентами даже при небольших заказах сделки



все равно совершаются, пусть пока не грандиозные, но прибыль все равно идет, бюджет пополняется. Дальше будем их развивать.

В сотрудничестве с компанией «АСУ ХХI Век» понравилось то, что мне регулярно предоставляют записи всех телефонных разговоров, я их скачуваю и тщательно прослушиваю каждого клиента. Это отличный инструмент для дальнейшей работы с ним и в целом для понимания потребностей целевого сегмента.

Также важно, что изначально при продаже мне услуг у нас была фиксация в договоре клиентов, гарантия конверсии не менее 5%.

И отмечу, что очень хорошо работает обратная связь: как только я что-то писал, сотрудники «АСУ ХХI Век» мне тут же отвечали. Это клиентоориентированность, очень облегчает взаимодействие, это супер. Быстро исправлялись и корректировались необходимые моменты, т.е. я четко понимал, что call-центру очень сложно объяснить, как у нас происходит холодная продажа, чем мы конкретно занимаемся, для чего нужна встреча. Тем не менее за 3-4 дня мы поправили сценарий. Передача отчетной информации тоже осуществлялась оперативно, она была полная, отчеты действительно информативные.

Неудобным оказался момент, связанный с заведением отдельной тестовой почты конкретно для отправки писем call-менеджерами. То есть мы получили еще один ящик для обратной связи с клиентами, а отвечать приходилось с рабочей почты. Этот момент был изначально не согласован. Также хотелось бы, чтобы с нами заранее согласовали call-менеджера, который будет представлять нашу компанию: первая девушка, которая звонила по нашему проекту, разговаривала с московским акцентом, а клиенты из регионов это четко слышат, другие девушки звонили уже без акцента. И еще пожелание по динамике обратной связи: мне, как собственнику бизнеса, эффективнее было бы получать отчеты перед выходными, а не в понедельник, чтобы можно было заранее выстраивать планы. Пока приходится перестраиваться.

В целом, это основные нюансы работы. Проект еще идет, сделки по переданным лидам есть, кому-то поставили тестовые образцы, обзвон продолжается, далее, возможно, появятся дополнения по итогам.

Павел Васильевич Волков

Генеральный директор ГК «Деловой сервис»

Подпись

Дата: 06.08.2019г.

