

Ключевые факторы от которых зависит результат

ВидеOVERсия:

<https://yadi.sk/i/1hwYDbInPvFPSg>

Мы с вами много времени уделили тому как правильно общаться с клиентами. Однако, результат заключается не только в том, чтобы правильно говорить с клиентом, но и делать большое кол-во попыток, поскольку если очень круто общаться с клиентами, но делать мало звонков, то результаты будут минимальные.

Кол-во звонков, также важно, как и качество звонков.

100% результата, которые достигаются двумя главными множителями.

Активность от 1 до 10

Качество звонков от 1 до 10

- Если вы качественно общаетесь, у вас 10/10 уровень общение с клиентами, но делаете мало звонков, то вы получите $10 \cdot 2 =$ всего 20% результата
- Если вы много звоните, но не качественно, у вас будет $3 \cdot 10 =$ 30% результата

Помните об этом важнейшем и ключевом правиле и вам, как новичку нужно особенно много усилий прикладывать на активность и постепенно набивать руку, для того, чтобы повышать качество.

Но что же такое “Достаточное кол-во звонков?”

Основной для вас ориентир это общее время общение с клиентами по скрипту. Потому что где-то диалог может идти дольше, где-то короче, главное обеспечить совокупную выработку в размере не менее 180 минут телефонного трафика в день.

Помним, 1 балл активности = 18 минут чистого телефонного трафика, 10 баллов = 180 минут чистого телефонного трафика.

Если вы будете звонить, например, 54 минуты в день, это 3 балла активности, при изначальном качестве диалога 3-4 балла, то вы будете получать всего 9-12% результата, что, к сожалению, совсем не приведет к нормальным продажам.

Для вас, как для новичка, особенно важно показывать уровень активности на 9-10 баллов (162-180 минут чистого телефонного трафика), поскольку у вас изначально качество диалогов будет лишь на 3-4 балла.

Как посмотреть: Сколько именно я совершаю звонков?

Мы сделали для вас удобную аналитику, чтобы можно было в любой момент увидеть чистую статистику (нажать на иконку Трубочка в вашей CRM-системе)

Если видите значение меньше - нужно срочно усиливать и активизировать свою деятельность.

Разбор ежедневной воронки продаж.

Важно понимать, что результат строиться не только из “звонков”, но и качества общения с клиентами. Для того, чтобы понимать насколько качественно вы общаетесь с клиентами мы запустили большую структуру контроля качества, которая помогает прослушивать звонки. Тем не менее, вы сами можете быстро и легко понять - где именно у вас возникают “затыки”.

Ссылка на таблицу:

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1VFiqCMTII46FiYPIIPShQVa8acF7fpuxZLtS-otZtRU/edit#gid=0>

Целевые показатели в день, которые нужно сделать:

- 1) 40 проработанных клиентов в день. Считается показатель, где у вас состоялся полноценный диалог. Недозвоны/диалоги менее 1 минуты не считаются
- 2) 20 диалогов с ЛПРом. Здесь считаются диалоги, где вы прошли секретаря, вышли на Лицо принимающее решение и в диалоге уточнили должность и получили четкое подтверждение, что человек, с кем вы говорите - ЛПР
- 3) 5 принципиальных интересов от ЛПРов. Считаются принципиальные интересы. Принципиальный интерес означает не "Ну давайте, пришлите на почту, потом поговорим". Принципиальный интерес это когда вы четко прошли этап "Выявления потребности", сделали "Индивидуальный расчет, сколько наш продукт принесет дополнительной выручки клиенту" и клиент после предметного диалога заинтересовался
- 4) 1-2 установленных теста. Считается не просто "Отправленные доступы для подключения технологии", а именно "Установленный тест". Это означает, что вы должны добиться того, чтобы код был установлен на сайт клиента, только тогда этот параметр "идет в зачет"

Какие важные показатели нужно отслеживать в своей работе?

Важно! Это на примере звонков средних специалистов отдела продаж, кто проработал первый месяц

- 1) 50% всех клиентов, которых вы прозвонили должны превращаться в диалог с Руководителем
- 2) 25% всех диалогов, которые вы провели с руководителем должны превращаться в Принципиальный интерес
- 3) 30% всех диалогов с принципиальным интересом должны превращаться в установленный тест с подключенным кодом "
- 4) от 20% всех тестов должно заканчиваться получением оплаты от клиента
от 50% всех тестов должно заканчиваться получением оплаты для опытных менеджеров"

Если у вас хоть где-то показатели отличаются и отличаются существенно - именно это и является вашим ""затыком"", который мешает делать результат Необходимо детально пройти и изучить обучение на эту тему / провести разбор планерку с руководителем"