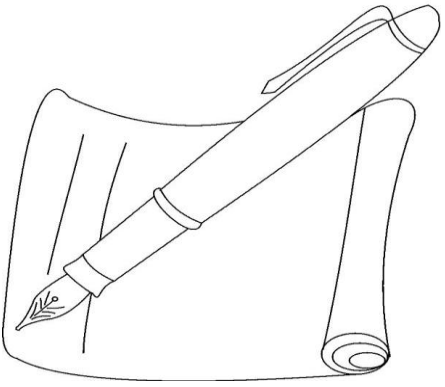

Алгоритм звонков

для менеджера по активным продажам

1. **Звонок по новому большому резерву:**
   1) Уточнить:
      - Чей резерв (какого менеджера)
      - Актуален ли он
      - Какова вероятность заказа (тендер, постоянный клиент и т.п.)
      - Уточнить сроки принятия решения
      - Поинтересоваться (аккуратно) кто заказчик (хотя бы отрасль)и для какого мероприятия данный заказ.
   2) Если в резерве что-то сделано некорректно или вызывает вопросы, уточнить данные моменты (ех: не весь товар в резерве; вопросы при расчете нанесения; …) при необходимости помочь откорректировать резерв или предложить замену товара.
   3) Спросить, чем можем помочь, чтобы эту вероятность увеличить.
   4) Если клиент попросит о скидке или если видно ,что это поможет – по возможности ее предоставить (возможность зависит от суммы заказа и маржи товара в заказе)
   5) Если будут какие-то другие вопросы от клиента – ответить и помочь по возможности (сроки, нанесение, доставка и т.п.)
   6) При заказе около 200 000 руб – можно со своей стороны предложить клиенту скидку (предварительно поняв, поможет ли это в принятии решения).
   7) Далее отслеживать резерв и держать связь с клиентом

   Цель звонка: Стараться превратить резерв в заказ.

2. **Звонок по слетающему резерву:**
   1) Выяснить, чей это резерв (менеджер)
   2) Сообщить, что резерв слетает и уточнить его актуальность.
   3) Если резерв нужен – продлить (или помочь клиенту продлить самостоятельно)
   4) Уточнить вероятность заказа и в чем мы можем посодействовать, чтобы заказ состоялся.
   5) Если что-то в резерве вызывает вопросы - обратить на это внимание клиента и выяснить ситуацию
   6) Если резерв неактуален , постараться выяснить, почему заказчик отказался от данного товара.

   Цель звонка: Стараться превратить резерв в заказ.

3. **Звонок «Вернулись» (зашел на сайт клиент, который давно его не посещал)**
   1) Выяснить , кто заходил на сайт (какой менеджер)
   2) Познакомиться , уточнить , почему долго не обращались
   3) Проверить и при необходимости откорректировать данные в карточке и кабинете клиента.
   4) Уточнить, нашли ли то, что искали. Помочь при необходимости.
   5) Уточнить, помнят ли условия сотрудничества, рассказать о новом в условиях, возможно, повторно отправить письмо с условиями.
   6) Постараться получить информацию о компании (если ее нет) – направления деятельности, перспективы.
   7) Далее отследить активность

   Цель звонка: Постараться наладить контакт, заинтересовать клиента, сделать для себя выводы о перспективности клиента.

4. **Звонок по подписанному, но не поставленному в работу заказу:**
   1) Выяснить, чей заказ (менеджер)
   2) Уточнить , почему заказ еще не в работе(не оплачен)
   3) Помочь, если это необходимо

   Цель звонка: Ускорить постановку заказа в работу , выявить ошибки в работе с заказом и их подправить (актуально для новых клиентов).

5. **Звонок неактивному клиенту:**
   1) Понять, существует ли компания, чем она занимается.
   2) Работает ли зарегистрированный сотрудник
   3) Если сотрудника нет, постараться узнать, кто занимается данным вопросом и пообщаться.
   4) Уточнить, сохранились ли пароли (восстановить при необходимости)
   5) Узнать, почему клиент неактивен, чем можем помочь
   6) Рассказать об условиях, прислать письмо
   7) Получить информацию о компании
   8) Отслеживать активность.
   9) Если компания более не существует или занимается другой деятельностью – заблокировать карточку (почистить базу).

   Цель звонка: Восстановить контакт с клиентом, постараться подтолкнуть его к сотрудничеству.

6. **Звонок по большой корзине:**
    1) Уточнить автора корзины
    2) Уточнить реальность заказа (тендер, пост клиент, коммерческое предложение, запрос…)
    3) Уточнить (аккуратно) для какого заказчика (отрасль) и мероприятия данный запрос
    4) Выяснить неточности, если есть
    5) Уточнить, что может повлиять на решение (при необходимости и по возможности предложить скидку), постараться помочь.
    6) При необходимости предложить альтернативную продукцию.
    7) Уточнить, когда будет решение. Возможно, предложить поставить резерв.
    8) Отслеживать данную корзину, держать связь с заказчиком.

Цель звонка: Постараться превратить корзину в заказ.