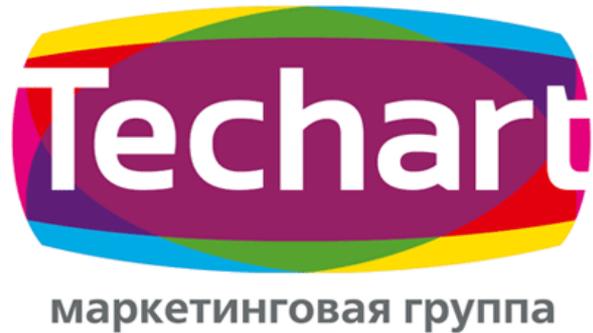


МАРКЕТИНГОВЫЙ КОНСАЛТИНГ И АУТСОРСИНГ



Аудит отдела продаж интернет-магазина: не теряйте свою прибыль

➤ *В условиях обостряющейся конкуренции не обойтись без эффективного отдела продаж*

Актуальность проблемы

Почему это нужно:

- Конкуренция (особенно в интернет-торговле) очень высока и постоянно растет
- Недостаточно только конвертировать трафик сайта в обращения
- Нужно еще уметь эффективно ПРОДАВАТЬ

Когда это нужно:

- Симптомы острой болезни - трафик сайта растет, обращения растут, а продаж нет
- Профилактика - ежемесячный аудит для повышения эффективности работы отдела продаж
- Симптомы роста - раньше вы продавали сами, а теперь наняли продавцов



Внешний и внутренний аудит отдела продаж



Внешний аудит

- использование метода «тайный покупатель» (Mystery Shopping)
- оценка качества работы отдела продаж по выбранным параметрам
- сравнение с конкурентами
- выявление новых инструментов в процессе оценки работы конкурентов
- выдача рекомендаций по повышению эффективности

Внутренний аудит

- работа «в открытую» внутри компании
- общение с сотрудниками отдела продаж и наблюдение за их работой
- знакомство с документооборотом и CRM
- выявление проблем и узких мест
- предложения по оптимизации и повышению эффективности отдела продаж

Инструментарий внешнего аудита



- Мобильные телефоны
- Средства записи разговора
- Регистрация адресов электронной почты
- Настройка системы аудита

Примерные параметры оценки качества при внешнем аудите

— Контакт

- насколько легко дозвониться
- время ответа на звонок
- время ответа на e-mail

— Работа с секретарем (если есть)

- доброжелательность
- понимание задачи
- быстрота переключения на нужного сотрудника
- правильность соединения

— Сбор маркетинговой информации *(только для звонков)*

- откуда о нас узнали
- если с сайта, то какой промо-код под телефоном

— Продажи

- мастерство и сценарий продаж
- опыт и профессионализм менеджера
- инициативность менеджера
- знание продукта
- умение выявить потребность
- возможность подвести покупателя к покупке другого товара
- корректность получения контактов
- сценарий дальнейших действий

— Post-сценарий

- через сколько перезвонили/написали
- сколько всего звонили и писали

Примеры рекомендаций после проведения внешнего аудита



— отвечать на звонок не более чем за 3-5 гудков

— отвечать на письменные запросы за несколько часов

— более тщательно выяснять суть запроса для переключения на нужного сотрудника

— сообщать о переключении

— быстро и кратко дать исчерпывающий ответ на вопрос клиента

— дать информацию о действующих акциях (скидки, подарки и т.д.) и других преимуществах покупки именно в этом магазине (бесплатная доставка и т.д.)

— предложить адекватную замену, если товара нет в наличии

— постараться взять контакты для последующего «доведения» до продажи

— повысить знание товарного ассортимента

— выработать умение давать «последнюю» цену для склонения к покупке

Внутренний аудит отдела продаж

План работы

- выявление всех процессов в работе отдела продаж (от обращения до продажи)
- изучение средств работы с заявками (e-mail, Excel, CRM)
- изучение регламента и должностных инструкций
- опрос сотрудников отдела продаж
- наблюдение за работой сотрудников отдела продаж
- оптимизация процессов и регламента
- корректировка должностных инструкций
- рекомендации по внедрению/доработке CRM
- рекомендации по улучшению взаимодействия с покупателями



< Кто должен выполнять аудит? >

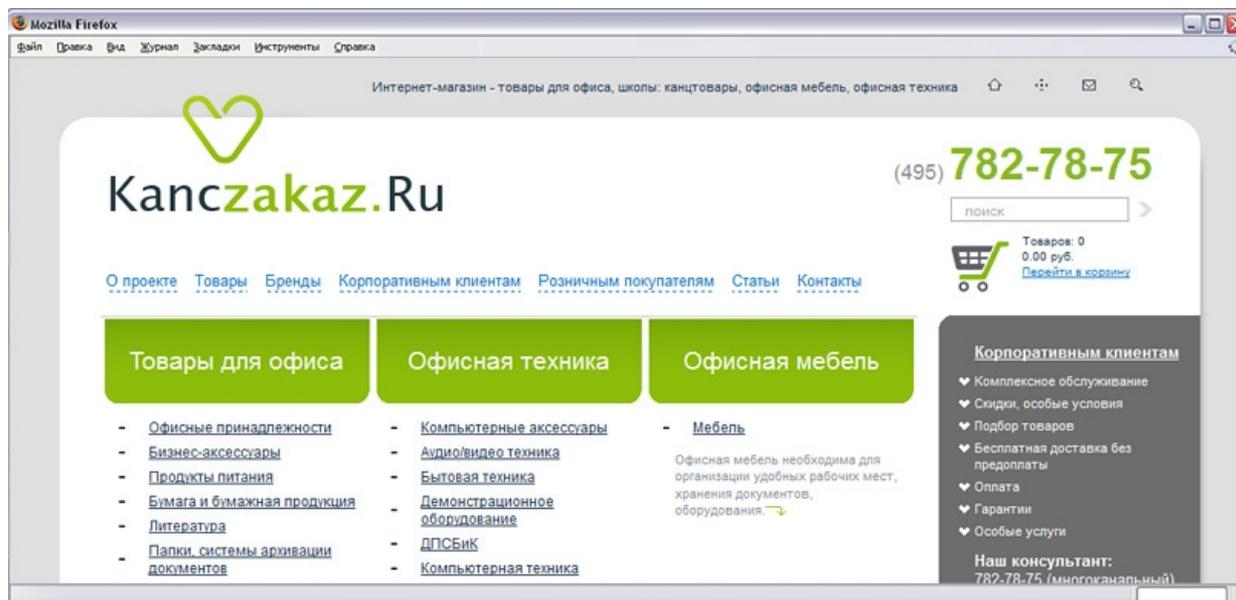
Внешний аудит

- отдел маркетинга, руководство (только e-mail)
- обслуживающая маркетинговая компания
- специализированная консалтинговая компания

Внутренний аудит

- руководитель отдела продаж
- отдел маркетинга
- специализированная консалтинговая компания

Особенности аудита интернет-магазинов



— Более просто, нежели услуги

— Большой акцент на приеме и обработке обращений, нежели на умении продавать

— Умение оперативно и профессионально предлагать товары-заменители



Спасибо за внимание. Пожалуйста, вопросы.

Маркетинговая группа «Текарт»

Борисов Андрей, проект-менеджер

e-mail: borisov@techart.ru
web: www.techart.ru
tel: (495) 790-7591 доб. 118

УПРАВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОВЫМИ ПРОЕКТАМИ

Research.Techart

маркетинговые исследования

Branding.Techart

брендинг, PR-поддержка

Photo.Techart

фотостудия, агентство,
фотобанк

Design.Techart

дизайн-бюро

Advert.Techart

рекламное агентство

Promo.Techart

комплексный интернет-
маркетинг

Web.Techart

интернет-решения