

Тайный покупатель по сети ЦС. Выводы и рекомендации.

Виталий Никитченко,
Фирма «ІС»

*Совещание Центров сопровождения ІС,
24 сентября 2020 г.*



Ожидание и реальность

Центры Сопровождения – это партнеры фирмы «1С», являющиеся центрами привлечения и сопровождения пользователей ПП 1С в регионе. Партнеры, активно продвигающие сервисы 1С:ИТС, договоры ИТС уровня ПРОФ, выполняющие и стремящиеся к выполнению повышенных и суперповышенных требований ЦС.

Задача каждого Центра Сопровождения – постоянное увеличение клиентской базы, оказание пользователям ПП 1С широкого спектра услуг, формирование и поддержание у клиентов высокого спроса на сервисы 1С:ИТС, обеспечение высокого уровня лояльности клиентов: к самой компании-партнеру, бренду, продуктам и сервисам 1С.

– Основные положения о ЦС



Ожидание и реальность

Цель звонков:

- Убедиться, что Центры сопровождения качественно обрабатывают входящие звонки потенциальных клиентов.

Менеджеры по продажам ЦС:

- Проходят разнообразные курсы и обучения;
- Проходят Академию ИТС (наличие сертификата – обязательное требование ЦС);
- На ресертификациях показывают хорошие результаты при проведении деловых игры.

Директора и руководители отделов продаж и сопровождения:

- На мероприятиях (тренинги, совещания ЦС и пр.) прекрасно справляются с разбором записей звонков;
- На ресертификациях уверяют, что регулярно слушают записи звонков сотрудников и производят разборы ошибок, регулярно проводят деловые игры с сотрудниками.

Мы не ожидали, что всё будет идеально, но...



Надежда



Ожидание



Ожидание и реальность

Всего сделали **43** звонка. Из них:

Незачет: **26**

Зачет: **1**

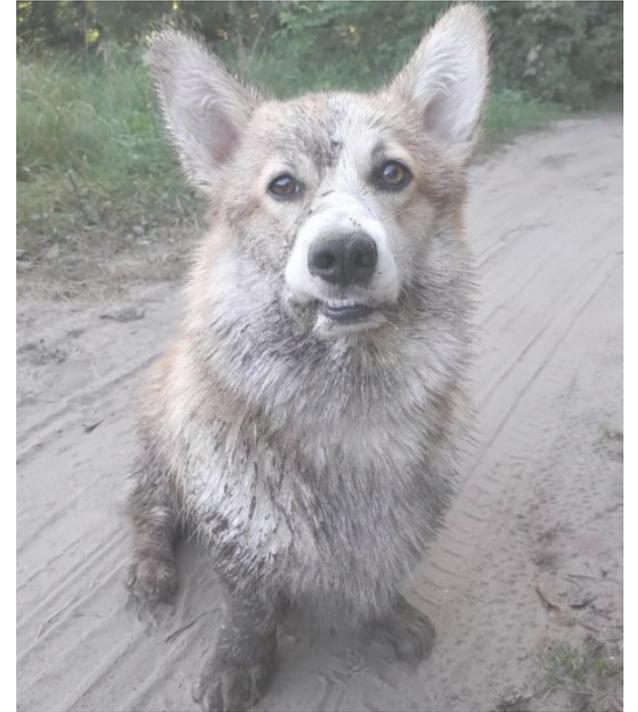
Зачет с доработками: **16**

Мы расстроились и сделали еще **15** звонков (итого **57**):

Незачет: **+ 9 (35)**

Зачет: **+ 5 (6)**

Зачет с доработками: **+0 (16)**



Реальность
ь



Успешно прошли тайного покупателя

1й этап:

- Камин, г. Калуга (единственный зачет!)

2й этап:

- 1С:Первый Бит, г. Воронеж (эталон),
- 1С:Первый Бит, г. Новосибирск (эталон),
- 1С:Сервистренд, г. Москва,
- Глобал Софт, г. Краснодар,
- Сан-Сити, г. Сочи.





Критерии оценок

Исходя из легенды, качественно отработанным звонком считалось составление предложения клиенту, которое включало в себя:



Правильно подобранный ПП;



Договор сопровождения уровня ПРОФ или Ритейл ПРОФ (или тарифный план на их основе);



1С-Отчетность для нескольких юр. лиц;



Сервис 1СПАРК Риски (если не предлагали – не считали грубой ошибкой);

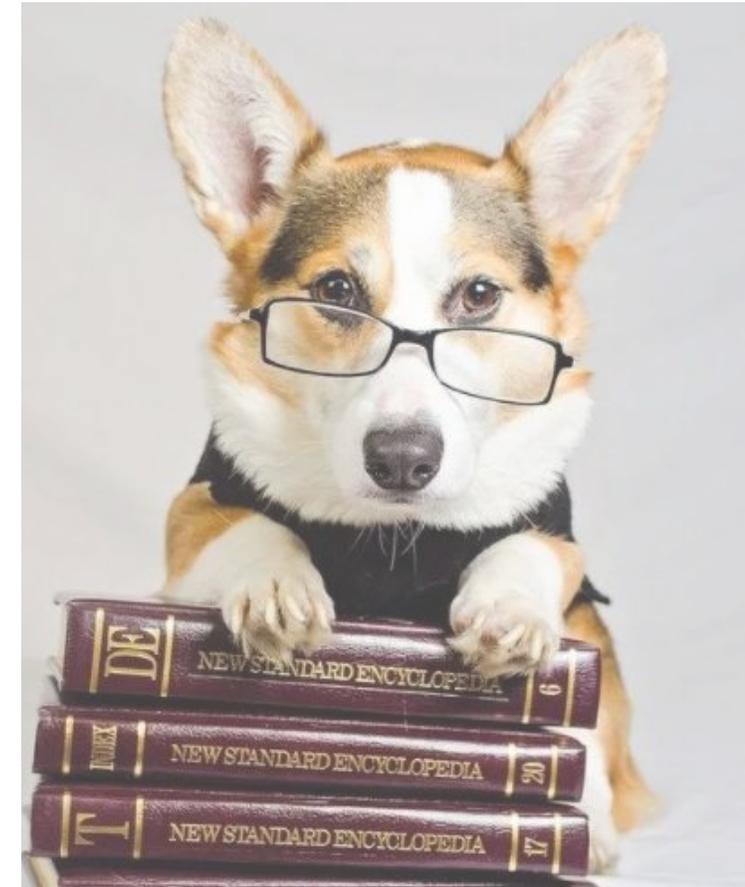


Критерии оценок

Результат звонка оценивался по системе зачет \ незачет. Мероприятие не засчитывалось, если в ходе разговора менеджер по продажам допускал **три и более ошибок** или хотя бы **одну грубую ошибку**.

Грубые ошибки – слова или действия, которые не позволят совершить продажу или затруднят ее, оставят негативное впечатление о компании, ПП 1С и т.п. (Например: Не взяли контакты, ИТС = «налог от фирмы 1С» и т.п.)

Ошибки – слова или действия, которые слабо повлияют на решение клиента, но при этом объем продаж будет неполным. В т.ч. в эту категорию попадают ошибки: сотрудник не представился, прислал КП позже обозначенного срока и пр.





Общие наблюдения

Почти все звонки проходили по одинаковому сценарию (у меня и коллег сложилось ощущение, что мы звонили в одну и ту же компанию).

1. Сколько у вас пользователей?

2. Будете 1С:Фреш?

3. Нет? Тогда Базовая или Техно.

4. ИТС – это обновления и сервисы (Бесплатная 1С-Отчетность на 1 юр. лицо, 1С:Контрагент и 1С-ЭДО). (Другие сервисы либо не назывались, либо просто перечислялось, что входит в состав ИТС)

5. Я пришлю вам КП, дайте почту, уточним телефон. (О времени следующего контакта договаривались немногие менеджеры)



Общие наблюдения

Предложение 1С:Фреш вместо базовой версии ПП – это хорошо! ЭТО НЕ ОШИБКА!

Но вместе с тем чувствовалось:

1. Менеджеры предлагали 1С:Фреш в том числе, чтобы не проводить презентацию ИТС \ договора со своей компанией.
2. Не знали, как донести до клиента ценность договора сопровождения со своей компанией.

Когда дело доходило до предложения договора ИТС, некоторые сотрудники вздыхали или говорили извиняющимся тоном, сочувствовали клиенту, что ему приходится заключать договор ИТС.





Ошибки

Сервисы просто перечислялись (без пояснений для чего они предназначены) или предлагались клиенту без выявления потребностей.

Перечисление названий сервисов ничего не даст клиенту. Сперва необходимо выявить его потребности, а потом делать адресное комплексное предложение.



Клиенту сразу предлагался самый дешевый вариант (базовый ПП или ИТС ТЕХНО). Договор уровня ПРОФ либо вообще не предлагался, либо упоминался в самом конце разговора.

Дешевое предложение не означает, что оно лучшее. Не решайте за клиента, что для него дорого, а что нет. Не надо предлагать клиенту сразу дешевое решение из-за опасения, что он уйдет. Выкинуть или сократить позиции всегда проще, чем что-то допродавать потом.

Темно-красные моменты соответствуют функциям работы с клиентом!



Ошибки

Менеджер предложил только те сервисы, которые входят в состав ИТС ПРОФ \ ТЕХНО.

А как же увеличение среднего чека? Кроме того, есть обязательные сервисы, которые клиент так или иначе обязан будет приобретать (ОФД, эл. отчетность, эл. подписи). Клиент может их купить в другом месте, пока сотрудники отдела сопровождения готовятся провести презентацию клиенту.



Возражение клиента: «У меня мало поставщиков, поэтому 1С:Контрагент не нужен» – не отработано.

У контрагентов могут меняться реквизиты. Если вовремя это не отследить, то придет уточнение от налоговой. 1С:Контрагент помогает всегда поддерживать сведения о контрагентах актуальными.



Ошибки

Менеджер по продажам не представился.

Представление сотрудника вызывает у клиента больше доверия + демонстрирует уровень вашего сервиса.



Сотрудник старается перевести всё общение к отправке коммерческого предложения

Если вам позвонил клиент – стоит с ним пообщаться, особенно если он говорит, что ему не понятно за что он должен платить деньги.



Грубые ошибки



Менеджер не выяснил, чем клиент занимается (вид бизнеса \ сферу деятельности).



Менеджер не выяснил дополнительные потребности клиента.

Клиент не всегда сам знает, чего хочет и что ему нужно. Перед тем, как делать предложение, следует тщательно собрать информацию о клиенте. Иначе можно продать совсем не то или не продать совсем.



Грубые ошибки

Менеджер по продажам: «ИТС – это обновления и сервисы».

Позиционируйте ИТС, как комплексную поддержку клиента от вашей компании. Демонстрируйте заботу о клиенте. Он должен понимать, что после покупки программы не останется с ней один на один. Вы сможете его научить работать в программе. Ответить на вопросы. Возможно, что-то даже сделать за пользователя. В комплексную поддержку входят сервисы для удобства и ускорения работы. (И, разумеется, такая помощь стоит денег).



Не была предложена 1С-Отчетность для нескольких юр. лиц.

Дополнительные юр. лица – возможность увеличить средний чек с клиента, улучшить результаты по нормативу «Количество действующих подключений по 1С-Отчетности».





Грубые ошибки



- Не выяснили, как к клиенту обращаться;
- Специалист был занят. У клиента взяли контакты и не перезвонили;
- Не было упомянуто ни слова про договор ИТС и сервисы;
- Не были подведены итоги встречи (не достигли договоренностей).

Алло! А я точно в Центр сопровождения звоню?





Редкие, но интересные ошибки

Менеджер по продажам перезванивал клиенту набегу, связь прерывалась.

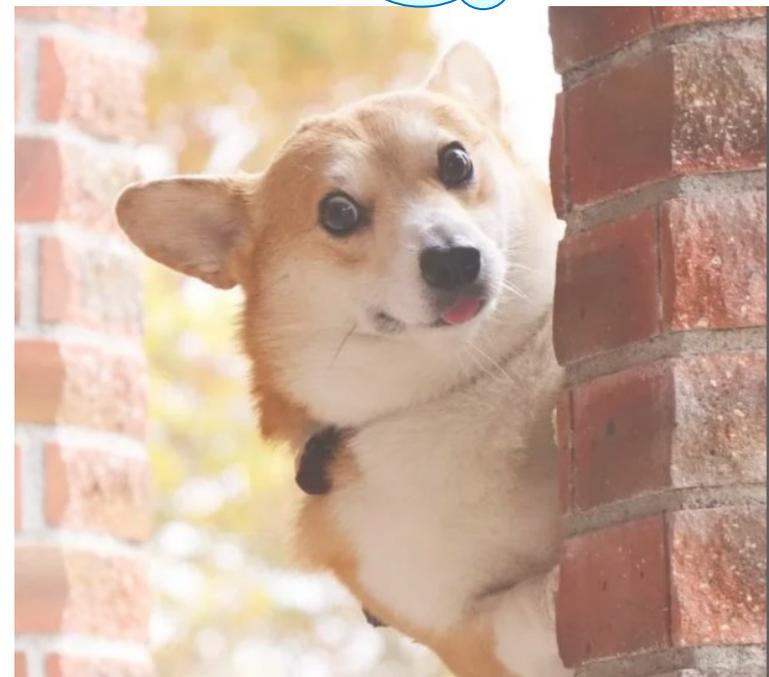
Если перезваниваете клиенту – обеспечьте необходимые условия, чтобы не пришлось прерывать разговор.

«После года ПРОФ возьмете ТЕХНО, если не понравится»

Заранее намекаете клиенту, что он может сразу рассматривать возможность приобретения другого договора. Тем самым теряется ценность вашего предложения. Кроме того, возникнут проблемы при продлении договора.



Что это
было?





Понравилось

Что понравилось	КОЛ-ВО ОТВЕТОВ
Предложили 8+4	9
Спросили, откуда узнали о компании	3
Предложили рассмотреть приобретение специализированного (отраслевого) ПП	2
Предложили дополнительные ПП (автоматизация других направлений)	2
Хорошо рассказали о том, зачем нужен партнер, и как он будет сопровождать	2
Бодрый позитивный голос	2
Когда клиент хотел "сорваться с крючка" предложили 2 часа бесплатного обучения	1





Вниманию директоров и руководителей



Терять клиентов в нынешнее время – непозволительная роскошь.

Терять деньги на этапе начала работы с клиентом – тоже.

Если ваши менеджеры по продажам:

- решают, что ПРОФ для клиента – это дорого;
- продают ТЕХНО или базовые ПП;
- стараются продать хоть что-нибудь;
- раздают скидки;
- и т.д.

– это либо ваше распоряжение, либо ваша недоработка. Потому что такие действия сотрудников сокращают доход вашей компании.



Вниманию директоров и руководителей

Проведите тайного покупателя **лично**. (Позвоните сами или попросите друзей, родственников).

Соберите записи звонков (у большинства ЦС запись разговоров ведется).

Проанализируйте звонки (лично или попросите дать независимую оценку дистрибьютора).

Убедитесь, что система мотивации менеджеров по продажам ориентирует их на продажу договоров ИТС версии ПРОФ, сервисов сверх ИТС (в т.ч. доп. лицензий ИС-Отчетности).

Посчитайте кол-во звонков от новых клиентов в вашу компанию, их конверсию в продажи.

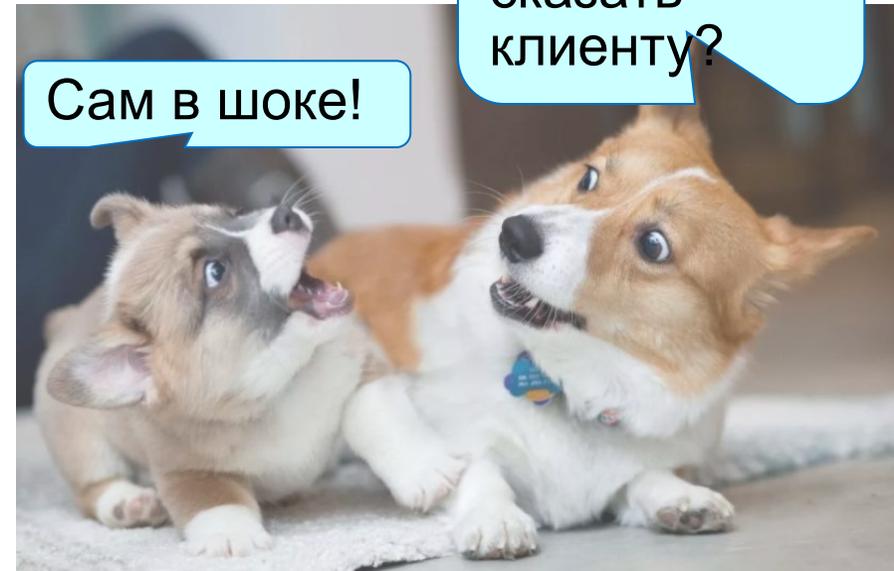
Осуществляйте **контроль** качества звонков регулярно, а не от случая к случаю (проанализируйте счета, выставляемые клиентам: если в счете нет ни одного сервиса – анализируйте запись разговора).



Обратная связь

По итогам проведения тайного покупателя фирмой «1С» Центрам сопровождения будут отправлены записи звонков и отчеты с выявленными ошибками.

Убедительно просим партнеров провести работу над ошибками!



Сам в шоке!

Как ты мог
такое
сказать
клиенту?



Выводы

Центры сопровождения показали не тот уровень работы с клиентами, который от них ожидается.

Предположительно: менеджеры по продажам умеют, но не стараются \ не хотят качественно обрабатывать звонки новых клиентов. Возможные причины: недостаток контроля со стороны руководства или неотлаженная система мотивации.

Ситуацию нужно срочно исправлять.

Фирма «1С», как вендор, хочет быть уверена в том, что лиды, которые передаются сертифицированным партнерам, будут отработаны должным образом.



Меры, которые будут введены с 2021 г. (по результатам тайного покупателя)

1. **Все ЦС** будут обзваниваться тайным покупателем фирмы «IC» минимум 1 раз в год.
2. Успешное прохождение звонка тайного покупателя будет необходимым условием для присвоения статуса ЦС.
3. Если после звонка тайного покупателя Центр сопровождения показывает неудовлетворительный результат, то он исключается из списка рекомендованных партнеров, не получает списки непродленных ИТС и другие лиды, предназначенные ЦС.
4. Повторная проверка тайным покупателем будет проводиться после направления письма менеджеру по работе с ЦС от лица директора или дистрибьютора о готовности партнера. Сроки проведения повторной проверки устанавливаются менеджером по работе с ЦС по своему усмотрению.
5. Если Центр сопровождения длительное время не выполнял нормативы и не прошел тайного покупателя в 2021 г. Статус ЦС у данного партнера будет отозван (даже в том случае, если ранее был согласован индивидуальный план).

Критерии оценки будут доведены до ЦС дополнительно, а необходимые изменения –



Дополнительная помощь

Для тренировки менеджеров по продажам рекомендуем обращаться за помощью к вашим дистрибьюторам.

Записывайтесь на «Практический онлайн-курс по продажам тарифов сопровождения и сервисов 1С» (eduits.1c.ru)

В 2021 г. планируем проводить бесплатные обучающие курсы \ вебинары для ЦС от Дениса Романова.





Спасибо за внимание!



vnik@1c.ru