



Билайн®

# Inbound NBA

**Inbound Next Best Action**

**«Следующий Наилучший Шаг»**



## Охват проекта

### Клиенты

- Мобильные абоненты – массовый рынок (пред-/ пост-оплата)

### Система

- Пользовательский интерфейс NBA запускается путем нажатия на активную “чашку” в основном окне CRM

### Методы NBA

- Единоразовое предложение (напр., пополнение баланса, сезонная промо-акция)
- Up-sell - продажа или переход на более дорогой продукт
- Cross-sell - продажа дополняющих или связанных продуктов
- Удержание

### Каналы

- При обращении в ЦПК
- При визите в СОПиО
- В IVR при звонке в 0611
- В Личном кабинете B2C my.beeline.ru (с 3 квартал 2014)
- В Мобильном приложении «Мой Билайн» (в планах на 3 квартал 2014)

### Регионы

- Вся Россия



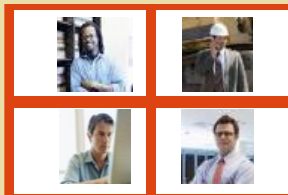
- INBA расшифровывается как «Следующий Наилучший Шаг»
- Работа системы построена на принципе «Продажи через обслуживание»
- Маркетинг на основе INBA – переход от традиционного маркетингового продвижения к клиенто-ориентированному, что подразумевает нахождение самого релевантного предложения для клиента

## Традиционный подход

“У меня есть предложение...” “...давайте найдем самую подходящую группу людей, которой можно о нем рассказать.”



- Исходящий
- Прямой
- маркетинг
- eMail

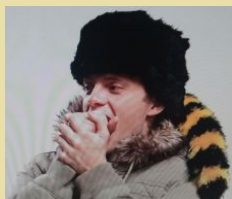


Традиционный маркетинг:

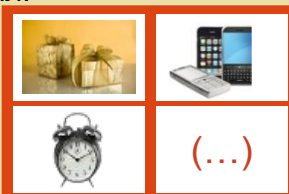
- Продукто-ориентированный
- Кампании по принципу «Одно предложение для многих»
- Подход «стрельбы из дробовика»

## Клиенто-ориентированный подход INBA

“У меня есть клиент ...” “... я хочу найти самый релевантный способ обращения с этим клиентом на данный момент через предпочтительный для него/нее канал.”



Все входящие каналы



Клиенто-ориентированное принятие решений:

- Клиенто-ориентировано
- С учетом потребностей
- 1-2-1 маркетинг
- Специализированное, целевое, уместное
- Правильное предложение, в правильное время, через правильный канал

# Концепция решения INBA

Решение INBA предоставляет Вам **механизм поддержки продаж для привлечения дополнительных доходов** и повышения удовлетворенности и лояльности клиентов.



# Как работает система INBA

- Система INBA использует 4-этапный подход для принятия решения, для определения того, что именно должно быть предложено клиенту:

## Категоризация

- INBA относит клиента к определенной категории на основе следующей информации:
  - Профиль клиента, т.е. относится ли клиент к сегменту высокой, средней или низкой прибыльности
  - Поведение клиента/привычки т.е. Малая активность, отсутствие активности, большой голосовой трафик, и т.д.
  - **Пример: клиент высокодоходного сегмента с роуминга**  
Inbound NBA

## Выявление

- Система INBA определяет предложения, подходящие для клиента, на основе следующей информации:
  - Баланс счета Клиента
  - Причина обращения клиента
  - Категория предложения (голос, данные, и т.д.)
  - **Пример: клиент высокодоходного сегмента с большим голосовым трафиком – предложение типа “Переход с вашего тарифа на Все включено XXL” или “Свобода SMS”**

## Определение приоритета

- Для всех выявленных предложений система определяет приоритет с учетом следующего:
  - Предложения, релевантные с учетом причины обращения
  - Предложения, которые обеспечивают максимальные выгоды для клиента и ВымпелКом
  - Предложения, которые клиент с высокой вероятностью примет исходя из их совпадения с моделью его пользования услугами

## Рекомендация

- С учетом приоритетности предложений система INBA выбирает и отображает три лучших предложения, которые **ВЫ** можете рекомендовать клиенту

## Упражнение: Взаимовыгодная концепция INBA

Мы рассматриваем INBA как взаимовыгодную концепцию. Преимущества использования системы INBA почувствуют и клиенты, и компания, и Вы, как сотрудники ЦПК.



Пожалуйста, разбейтесь на 3 группы и составьте список преимуществ для всех участников INBA

# Запуск пользовательского интерфейса INBA с главного меню CRM



Билайн®

- При выводе Вами данных клиента на основной меню CRM (или автоматически посредством интеграции CTI, или через поиск CTN клиента) цвет «чашки» изменится, если будет возможность обратиться к клиенту с предложением INBA. Если есть соответствующие предложения, которые могут быть предложены клиенту, цвет «чашки» на экране CRM поменяется на желтый, что будет служить уведомлением для сотрудника.
- Вне зависимости от цвета «чашки» Вам необходимо выбрать соответствующую причину контакта из иерархии CRM и нажать «Сохранить», чтобы инициировать запуск логики принятия решения и процесс назначения приоритетов предложениям, подходящим для данного клиента

**«Чашка» – Уведомление цветом**

- При наличии соответствующих предложений для клиента цвет «чашки» на экране CRM поменяется с серого на желтый, что будет служить уведомлением

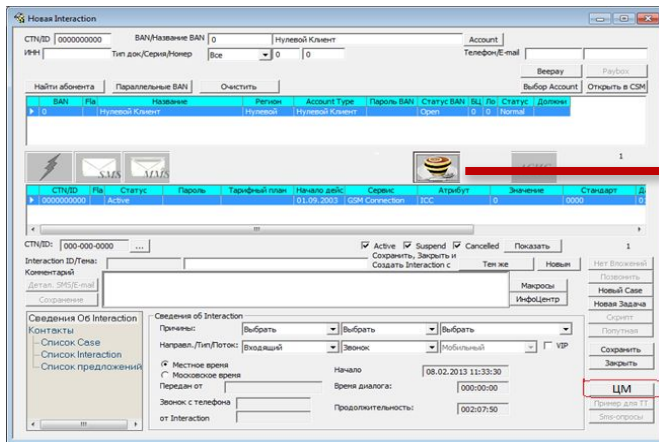
**Выбор причины контакта**

- Необходимо в окне CRM выбрать причину контакта и нажать кнопку «Сохранить», чтобы инициировать процесс составления списка предложений



# Значения цветов «Чашки»

«Чашка» на основном экране CRM будет иметь следующую цветовую кодировку:

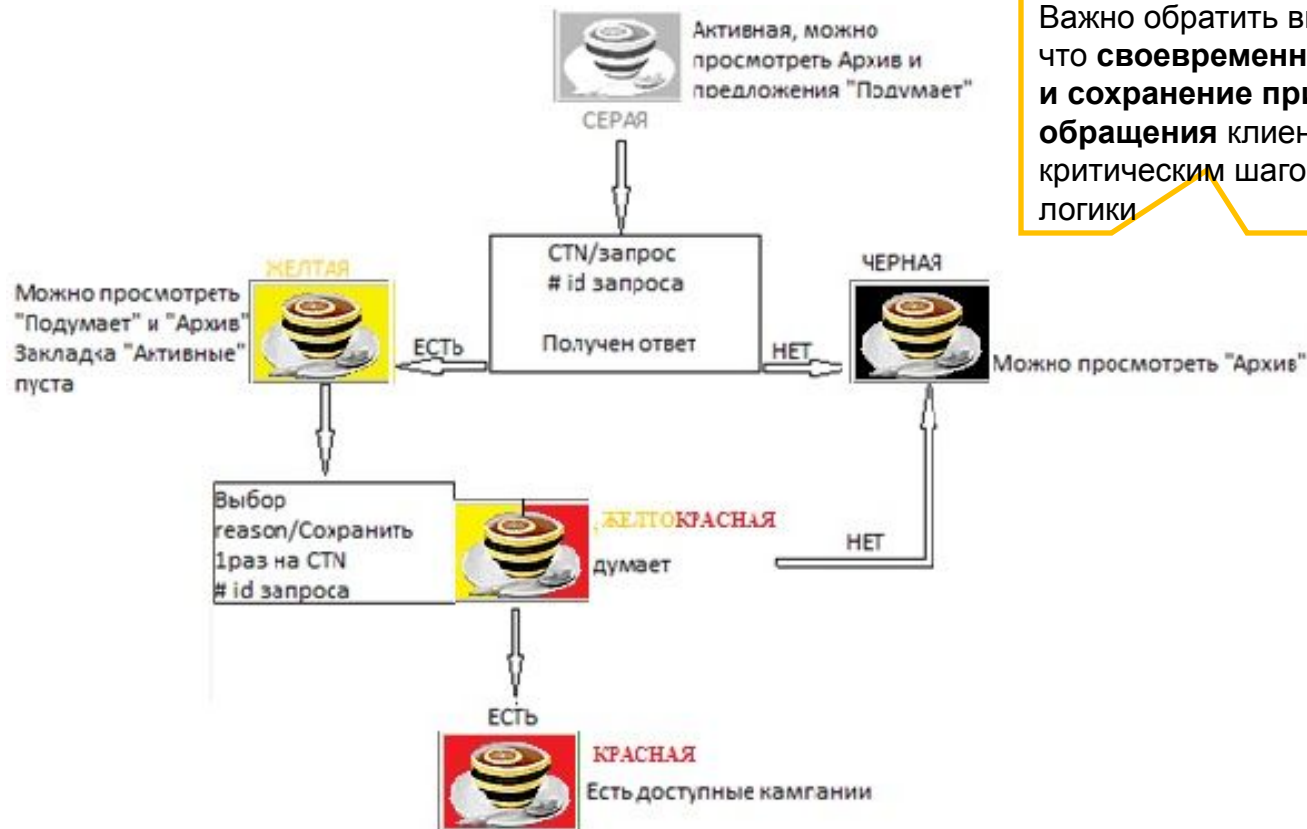


| Вид «Чашки»   | Значение   |
|---|--|
|    | Когда Вы открываете CRM, «чашка» по умолчанию окрашена в серый цвет. Это указывает на отсутствие в INBA активных предложений. При отсутствии в INBA предложений для клиента «чашка», отображаемая на экране CRM, окрашена в серый цвет. Тем не менее, Вы можете нажать на «чашку» и посмотреть в пользовательском интерфейсе INBA содержимое вкладки «Возможно, позже» и вкладки «История контактов» |
|    | При выводе профиля клиента на экран CRM происходит вызов логики INBA. При наличии потенциальных предложений INBA для клиента цвет «чашки» меняется на желтый. После этого Вам необходимо выбрать причину контакта, чтобы получить обновленный список предложений INBA  |
|    | Вызов логики INBA происходит при выводе профиля клиента на экран CRM и при выборе причины контакта. В результате при отсутствии потенциальных предложений INBA «чашка» становится черной. После этого Вам необходимо выбрать причину контакта, чтобы получить обновленный список предложений INBA  |
|  | Когда Вы выбираете причину контакта и нажимает <b>«Сохранить»</b> , цвет «чашки» меняется с желтого на желто-красный. Это означает, что список предложений INBA будет обновлен, цвет «чашки» указывает на процесс загрузки обновленного списка предложений.  |
|  | При наличии соответствующих активных предложений, которые Вы можете сделать данному клиенту, цвет «чашки» становится красным. В этом случае Вы можете нажать на «чашку» и вывести список предложений INBA с установленными приоритетами  |



# Логика изменения цветов «Чашки»

- При запросе в SPSS с выбором причины обращения в алгоритме участвует полный набор цветовых решений для кнопки «Чашка»:



Важно обратить внимание на то, что **своевременное заполнение и сохранение причины обращения** клиента является критическим шагом работы INBA логики

# Вкладка активных предложений

**Вкладка активных предложений** содержит фактические результаты процесса принятия решений INBA – 3 наиболее подходящих предложения INBA в режиме реального времени, выбранные системой INBA для данного конкретного клиента исходя из профиля клиента, выбранной причины контакта и сконфигурированных бизнес-правил. Предложения отображаются в порядке от наиболее подходящего для данного клиента к менее подходящему. Вы можете нажать на любое из 3 наиболее подходящих для клиента предложений, чтобы просмотреть дополнительную информацию по данному предложению в следующих областях

**Риск оттока** – Риск ухода клиента (закрытия его счета); Вероятность рассчитывается на основе прогнозной модели и принимает значения от 0 (нет риска) до 1 (очень большой риск)

**Тип мобильного телефона** – при введении номера мобильного телефона и нажатии кнопки «Идентифицировать» отображается информация об устройстве клиента (тип телефона)

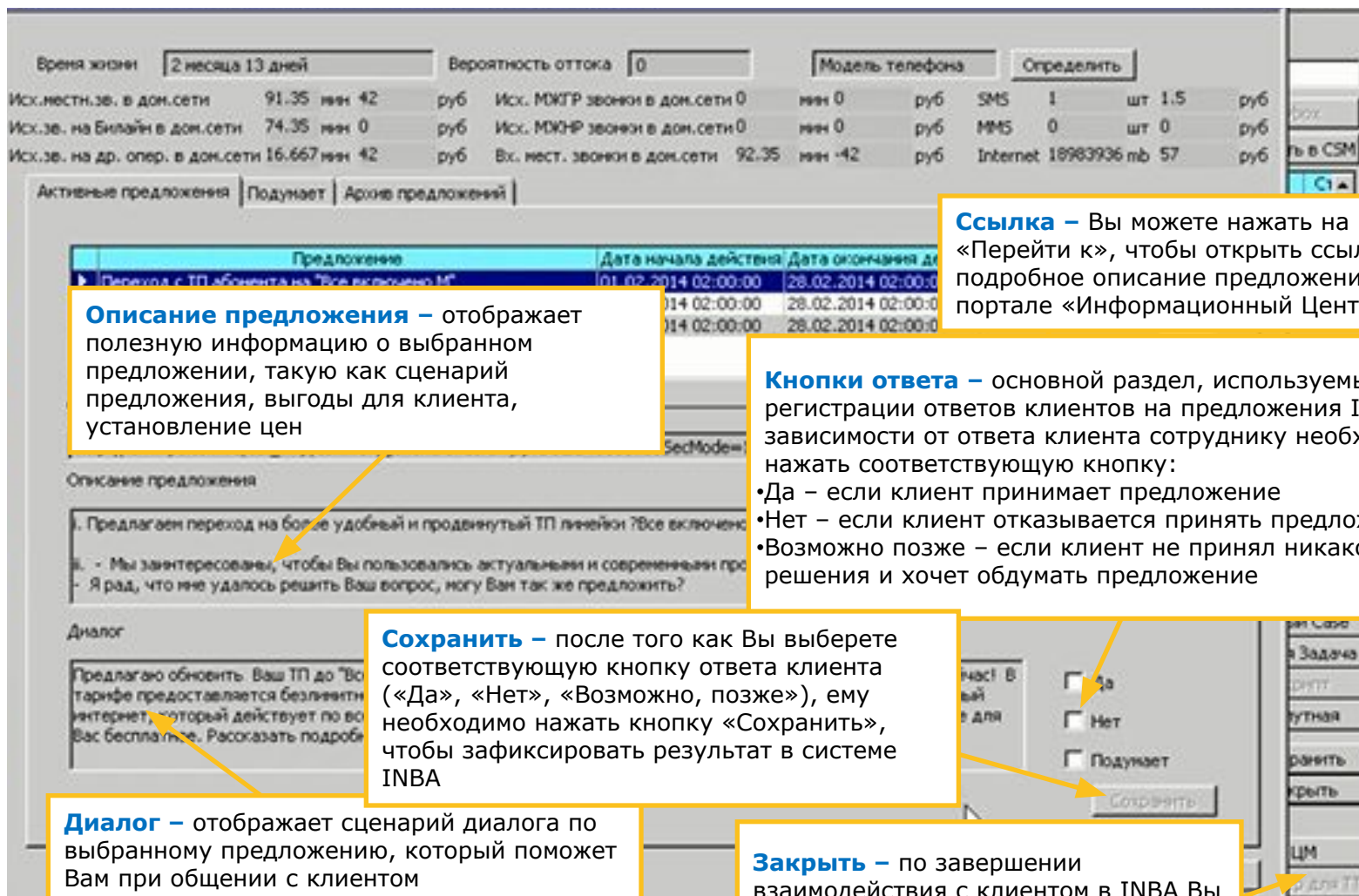
**Цикл обслуживания** – цикл обслуживания клиента в ВымпелКом рассчитывается по следующему алгоритму:

- Предоплатные клиенты - время, прошедшее с момента регистрации договора, если в системе ABS имеется дата заключения договора с Билайн. Если в системе ABS нет никаких данных о договоре с данным абонентом, то будет отображаться время, прошедшее с момента активации БЛС (биллингового лицевого счета).
- Постоплатные клиенты – время, прошедшее с момента активации конкретного БЛС CTN клиента

**Отображаемая информация о предложении** – по каждому соответствующему из перечисленных предложению INBA отображается следующая информация:

- Название предложения
- Дата начала действия предложения
- Дата окончания действия данного предложения
- Возможность (вероятность) принятия клиентом данного предложения

# Вкладка активных предложений



Время жизни: 2 месяца 13 дней | Вероятность оттока: 0 | Модель телефона: Определить

| Исх. местн. зв. в дом. сети      | 91.35  | мин 42 | руб | Исх. МХТР звонки в дом.сети | 0     | мин 0  | руб | SMS      | 1        | шт 1.5 | руб |
|----------------------------------|--------|--------|-----|-----------------------------|-------|--------|-----|----------|----------|--------|-----|
| Исх. зв. на Билайн в дом.сети    | 74.35  | мин 0  | руб | Исх. МХТР звонки в дом.сети | 0     | мин 0  | руб | MMS      | 0        | шт 0   | руб |
| Исх. зв. на др. опер. в дом.сети | 16.667 | мин 42 | руб | Вх. мест. звонки в дом.сети | 92.35 | мин 42 | руб | Internet | 18983936 | mb 57  | руб |

Активные предложения | Подумает | Архив предложений

| Предложение                               | Дата начала действия | Дата окончания действия |
|---|----------------------|-------------------------|
| Переход с ТП абонента на "Все включено М" | 01.02.2014 02:00:00  | 28.02.2014 02:00:00     |
|   | 01.02.2014 02:00:00  | 28.02.2014 02:00:00     |
|   | 01.02.2014 02:00:00  | 28.02.2014 02:00:00     |

**Описание предложения** – отображает полезную информацию о выбранном предложении, такую как сценарий предложения, выгоды для клиента, установление цен

**Ссылка** – Вы можете нажать на кнопку «Перейти к», чтобы открыть ссылку на подробное описание предложения на портале «Информационный Центр»

**Кнопки ответа** – основной раздел, используемый для регистрации ответов клиентов на предложения INBA. В зависимости от ответа клиента сотруднику необходимо нажать соответствующую кнопку:

- Да – если клиент принимает предложение
- Нет – если клиент отказывается принять предложение
- Возможно позже – если клиент не принял никакого решения и хочет обдумать предложение

**Сохранить** – после того как Вы выберете соответствующую кнопку ответа клиента («Да», «Нет», «Возможно, позже»), ему необходимо нажать кнопку «Сохранить», чтобы зафиксировать результат в системе INBA

**Диалог** – отображает сценарий диалога по выбранному предложению, который поможет Вам при общении с клиентом

**Закреть** – по завершении взаимодействия с клиентом в INBA Вы можете нажать кнопку «Закреть», чтобы вернуться в основное окно CRM



# Вкладка «Возможно, позже»

**Вкладка «Возможно, позже»** - отображает информацию о предыдущих предложениях, по которым клиент не принял никакого решения или хотел обдумать предложение (по которым Вы или другой сотрудник отметил ответы клиента как «Возможно, позже»). Если клиент снова связывается с ВымпелКом и спрашивает о предложении, которое было сделано ему ранее и по которому он дал ответ «Возможно, позже», Вы можете найти этого клиента на данной вкладке и постараться завершить процесс (получить согласие клиента на предложение)

**Указатель** – Вы можете нажать на кнопку «Перейти к», чтобы открыть указатель на подробное описание предложения на портале «Информационный Центр»

**Отображаемая информация о предложении** – по каждому перечисленному предложению «Возможно позже» отображается следующая информация:

- Название предложения
- Дата начала действия предложения
- Дата окончания действия промо-предложения
- Дата ответа клиента
- Имя оператора (сотрудника), зарегистрировавшего ответ клиента

**Сценарий предложения** – то же, что и во вкладке активных предложений, раздел со сценарием предложения отображает детали выбранного предложения (сценарий предложения, выгоды для клиента и т.д.)

**Диалог** – отображает сценарий диалога по выбранному предложению, который поможет Вам при общении с клиентом

**Кнопки ответа** – по предложениям «Возможно, позже» Вы можете выбрать только ответ «Да» или «Нет», если Вы снова делаете клиенту это предложение

**Сохранить** – после того, как Вы выберете соответствующую кнопку ответа клиента («Да» или «Нет»), необходимо нажать кнопку «Сохранить», чтобы зафиксировать результат в системе INBA



# Вкладка «История контактов»

**Вкладка «История контактов»** - вкладка истории контактов (архива ответов) предоставляет информацию о предыдущих контактах с клиентом, осуществлявшихся через систему INBA, и результаты таких контактов (отображается только «да» или «нет»)

**Период истории** – Вы можете выбрать период контактов с клиентом, осуществлявшихся с помощью системы INBA

Вкладка «История контактов» показывает историю общений с клиентом в системе INBA с разбивкой по:

- Предложениям, сделанным клиенту
- Ответам клиента (да, нет) на предложение
- Датам ответа
- Датам начала действия предложения
- Датам окончания действия предложения
- Именам операторов (сотрудников, сделавших предложение)



# Материалы: Инфоцентр

Кампании INBA - Windows Internet Explorer

http://ic/ccil\_vmp/common/genericrender.js

Боевой листок" или CEO... Фотобанк Кампании INBA

Возврат (Домашняя страница) Также по теме (0) Последние просмотренные документы (3) Ссылка Прямой доступ

Тип: Сохранение и Целевой маркетинг  
Опубликовано: 30.09.13  
Последнее изменение: 13.03.14  
Версия: 1.158

Как Вы оцениваете этот документ?  
1 2 3 4 5  
Плохо Отлично  
Подтвердить

Кампании INBA  
Актуально с 30 Сентябрь 2013 г. до 30 Сентябрь 2018 г.

Список кампаний Процедура продаж офиса Процедура продаж ЦПК FAQ офиса FAQ Call-center FAQ. Продажа SIM через ЦПК БИ с АП без плат

Открыть в новом окне Распечатать

**Ссылка на веб-форму**

**Перечень предложений**

**Список кампаний на текущий месяц:**

**WEB форма INBA.** Инструкция [здесь](#). Ссылка на вход <https://nba5:8452/nba/login>

**Новое:**  
[Мобильное приложение "Билайн"](#)  
[Бонус за платёж](#)

[Все кампании для новой линейки тарифов "Всё"](#)  
[Мой Билайн \(бывш. Ноль на Билайн России\)](#)  
[Пакеты межгород 200/400](#)  
[MNP Скидка 5% от суммы счета в течение 3 месяцев](#)  
[Информирование по акции Samsung Pocket Neo](#)  
[Всё включено. Свобода](#)  
[Всё включено. Без границ](#)  
[Хайвей3, Хайвей4, Хайвей5](#)  
[6000 минут внутрисети \(препейд\)](#)  
[Хайвей1, Хайвей2, Интернет на день Хайвей](#)  
[Предложение услуги «Привет»](#)  
[Пакет местных минут 25](#)  
[Пакет местных минут 50](#)  
[Пакет местных минут 100](#)  
[Пакет местных минут 200](#)  
[Предложение опции "Общение внутри сети 6000 минут" \(постпейд\)](#)  
[Программа лояльности "Счастливое время"](#)  
[Предложение "Безлимит внутри сети бесплатно 3 месяца" РЕактивное удержание](#)

**Офисы продаж**  
**Новое:**  
[Скидка на iPhone по программе "Счастливое время"](#)  
[Предложение SIM для планшета \(с промо + Хайвей\)](#)  
[USB-модем 3G за 850 рублей](#)  
[Акция планшет Alcatel + мобильный интернет на 10 месяцев](#)  
Ты и я

**Save desk**  
[Пакет 10 местных минут и безлимит внутри сети - ежедневно](#)  
[Пакет 20 местных минут и безлимит внутри сети - ежедневно](#)  
[Пакет 30 местных минут и безлимит внутри сети - ежедневно](#)  
[Пакет 60 местных минут и безлимит внутри сети - ежедневно](#)  
[Пакет безлимитных местных и внутрисетевых минут - ежедневно](#)  
[Пакет 150 междугородных минут в месяц по 5 минут в день](#)  
[Пакет 300 междугородных минут в месяц по 10 минут в день](#)  
[Пакет 5 Гб мобильного интернета в месяц и бесплатный Wi-Fi](#)  
[Пакет безлимитного мобильного интернета без ограничения скорости и бесплатный Wi-Fi](#)  
[Пакет 3 Гб мобильного интернета в месяц](#)

Local intranet | Protected Mode: Off

# Материалы: Веб-форма INBA HELPER

Nba - Windows Internet Explorer  
https://nba58452/nba/index

Ошибка сертификата

Закладки... Заложить!

Избранное Nba

Страница Безопасность Сервис

Оператор: **Татьяна Юрьевна**  
Табельный номер.

Выход

Текущая коммуникация История коммуникаций

15.01.2014 15:29:38

Махачкалинский ф-л

| Код кампании | Название кампании                         | Код предлагаемой услуги | Описание услуги            | Диалог  |
|--------------|---|-------------------------|----------------------------|---|
| R102-C81     | Переход с ТП абонента на "Все включено М" | KV_ALL_M                | KB.CTB Все включено М      | <p>Предлагаю обновить Ваш ТП до "Все включено М". Он позволит получать больше услуг, чем общение с абонентами "Билайн" Россия, а так же безлимитный мобильный интернет, который роуминге по РФ. Подключение для Вас бесплатное. Рассказать подробнее?</p> <p>ежемесячная плата по предложению: 150</p> <p>стоимость минуты сверх включенных минут в тариф за голосовой Оннет трафик: 0.25</p> <p>стоимость минуты сверх включенных минут в тариф за голосовой Оффнет трафик: 1</p> <p>кол-во минут голосового Оннет МГ трафика в новом тарифе: 4500</p> <p>стоимость минуты сверх включенных минут в тариф за голосовой МГ Оннет трафик: 3</p> <p>объем трафика на высокой скорости: 1Gb</p> <p>стоимость Оннет SMS сверх включенных в тариф: 1</p> <p>стоимость Оффнет SMS сверх включенных в тариф: 2.45</p> <p>стоимость MMS сверх включенных в тариф: 6.6</p> |
|              |   |                         |                            | <p>Мы ценим то, что Вы наш постоянный клиент и в знак благодарности предлагаем пользоваться нашими услугами на специальных условиях, уделите пару минут. Хотите совершать звонки внутри сети значительно дешевле?! Подключите пакет "6000 минут внутри сети" за 240 руб в месяц. Таким образом, стоимость исходящей минуты при звонках на местные номера Билайн, составит 4коп. Согласитесь, это выгодное предложение?! Рассказать подробнее об условиях акции?</p> <p>ежемесячная плата по предложению: 240</p>  |
| R102-C76     | Пакет местных минут 50                    | 04KV_M                  | (0/25) Квк.Voice Pack M_TM | <p>Мы ценим то, что Вы наш постоянный клиент и в знак благодарности предлагаем возможность совершать звонки значительно дешевле с пакетом 750 местных минут?. Рассказать подробнее?</p> <p>ежемесячная плата по предложению: 25</p>   |

**CTN клиента**

**Имя сотрудника**

**Наименования предложений**

**Скрипт диалога (тот же что и в CRM) или диалога-конструктора**

**Параметры предложения**

**INBA СОКи и технологические описания для филиала клиента**



# Предложение INBA - Безлимитный Интернет на 3 месяца

## ПРИМЕР



- ❑ **Что это такое:** Сервис "Безлимитный Интернет на 3 месяца" дает клиенту возможность контактировать с миром через свое мобильное устройство
- ❑ **Сколько это стоит:** 15% скидка на ежемесячную плату в размере 390 руб., оплата авансом за 3 мес. (общая сумма оплаты за 3 мес.: 995 руб.)
- ❑ **Предлагаемый диалог:** *"Мы заметили, что вы часто выходите в Интернет со своего смартфона. У нас есть предложение, позволяющее вам выходить в Интернет по более низкой цене. Хотите узнать об этом предложении?"*  
*"Новые пакеты сервисов дают вам новые преимущества, новый положительный опыт и позволяют контактировать со всем миром по низкой цене: следить за последними новостями, переписываться через электронную почту и социальные сети, общаться с друзьями и близкими в чате, вести бизнес и т.п."*

### Характеристики

- ❑ Безлимитный Интернет на месяц без абонентской платы, 2 ГБ с обычной скоростью (затем скорость снижается)

### Преимущества для клиента

- ❑ Вы можете чаще выходить в Интернет по более низкой цене и оставаться на связи со своими друзьями, близкими, партнерами по бизнесу, знакомыми



# Типовой сценарий общения

|                                |  |
|--------------------------------|--|
| Прием звонка                   | <ul style="list-style-type: none"><li>• Клиент связывается с ВымпелКом путем телефонного звонка в ЦПК</li><li>• Найдите данные клиента на главном экране CRM (либо автоматически посредством интеграции CTN, либо, если номер клиента не определяется автоматически, посредством поиска CTN клиента)</li><li>• В системе CRM отображаются данные клиента. При выведении Вами данных клиента в главном окне CRM «чашка» становится активной по умолчанию, если клиент подходит для INBA.</li></ul>  |
| Ввод причины обращения         | <ul style="list-style-type: none"><li>• Рассмотрите потребность / запрос клиента и зафиксируйте причину контакта в CRM, затем нажмите кнопку <b>«СОХРАНИТЬ»</b>. Выбор причины контакта в основном окне CRM является обязательным шагом, поскольку от причины контакта зависит выбор системой соответствующих предложений INBA.</li></ul>  |
| Обработка первичного запроса   | <ul style="list-style-type: none"><li>• После нажатия кнопки Сохранить не дожидаясь окончания процесса формирования списка предложений INBA, обработайте запрос клиента на услугу и сообщите результат клиенту. В процессе обработки запроса клиента Вы можете сообщить клиенту о наличии промо-предложений INBA.</li></ul>  |
| Вывод приоритетных предложений | <ul style="list-style-type: none"><li>• Откройте интерфейс INBA из системы CRM нажатием кнопки «чашка», таким образом Вы получите доступ к предложениям INBA, отображающимся во вкладке «Активные предложения». Предложения отображаются в порядке от наиболее подходящего клиенту к менее подходящему.</li><li>• Изучите информацию, отображенную на интерфейсе INBA (жизненный цикл клиента, риск ухода клиента), нажмите на представленные предложения INBA для просмотра более подробной информации по данному конкретному предложению, содержащейся в сценарии предложения и диалогах, проверьте вкладку «История контактов», чтобы просмотреть историю предыдущих контактов с данным клиентом.</li></ul> |
| Предложение                    | <ul style="list-style-type: none"><li>• Предложите клиенту наиболее подходящие из рекомендуемых предложений INBA и получите ответ клиента.</li><li>• Вы можете сделать только одно предложение из трех представленных</li></ul>  |
| Ввод ответа клиента            | <ul style="list-style-type: none"><li>• При положительном ответе клиента внесите ответ в систему путем нажатия соответствующей кнопки («Да»). После нажатия Вами соответствующей кнопки ответа клиента («Да») Вам следует нажать кнопку «Сохранить» для внесения результата в систему INBA.</li><li>• После внесения ответа клиента на сделанное предложение система INBA в режиме реального времени переоценивает предложения и отображает в окне 3 наиболее подходящих клиенту.</li></ul>  |
| Активация предложение          | <ul style="list-style-type: none"><li>• Используйте систему ABS для активации предложения INBA, принятого клиентом (Вы можете также произвести активацию в режиме «офлайн» после завершения звонка).</li><li>• Подведите итог разговора с клиентом и завершите звонок.</li></ul>   |

# Предварительное информирование клиента о наличии для него предложения INBA



Билайн®

- Правильный подход к информированию клиента о наличии для него предложения (Маячок) во время разговора упростит процесс перехода от обслуживания к продаже

Базовый процесс при входящем контакте

|                         |   |
|-------------------------|---|
| Приветствие             | <ul style="list-style-type: none"><li>•Поздоровайтесь с клиентом</li><li>•Узнайте, чем вы можете помочь.</li></ul>  |
| Определение потребности | <ul style="list-style-type: none"><li>•Выслушайте клиента</li><li>•Уясните для себя вопрос/проблему</li><li>•Выразите свое понимание и сопереживание</li></ul>        |
| Презентация решения     | <ul style="list-style-type: none"><li>•Найдите решение</li><li>•Проконсультируйте клиента о выполняемых действиях</li><li>•Завершите урегулирование вопроса</li></ul> |
| Завершение продажи      | <ul style="list-style-type: none"><li>•Спросите, можете ли вы еще чем-то помочь</li><li>•Поблагодарите клиента и завершите звонок.</li></ul>                          |

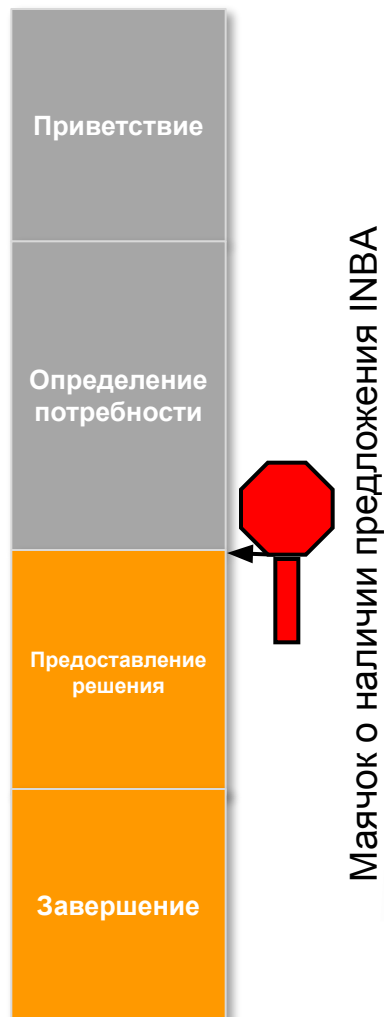
- Перед презентацией предложения важно убедиться, знает ли клиент, что его потребности были учтены.
- Любые попытки сделать предложение INBA до того, как будет обработана причина обращения, могут удивить клиента или привести его в замешательство.
- **“Маячок”** - это простой способ проинформировать клиента о том, что для него есть предложение INBA в подходящий для этого момент разговора по основной причине обращения клиента

# Когда и как лучше информировать клиента о наличии предложения INBA



Билайн®

Базовый процесс при входящем контакте



## □ Как лучше выбрать время для упоминания предложения INBA?

- Упомяните, что для клиента доступно уникальное предложение в процессе рассмотрения его изначального запроса и когда вы уверены, что его можно успешно выполнить.

## □ Как это сделать? Пример.

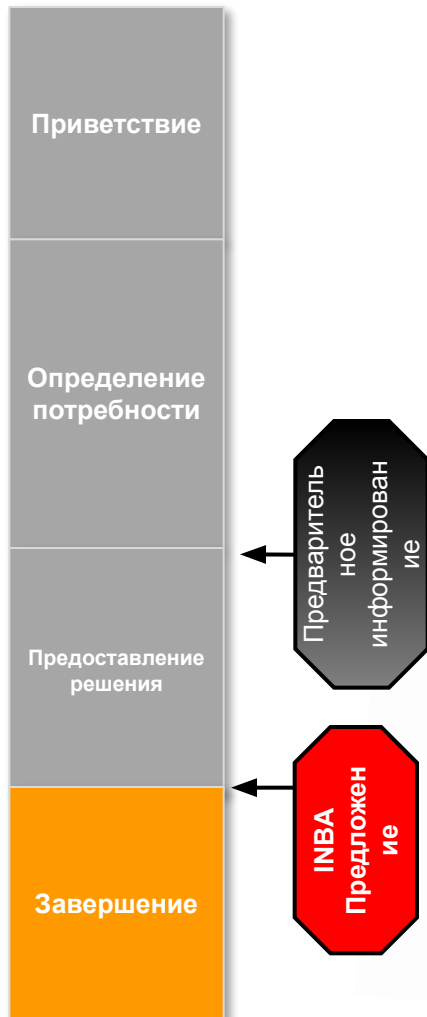
- *Сотрудник: Иван Иванович, насколько я понял, вас беспокоит слишком высокая стоимость пересылки СМС. Тут я вам точно смогу помочь, сейчас проверю ваши данные.*

## □ Маячок о предложении из INBA

*Сотрудник: Пока я это делаю, я бы хотел сообщить вам о некоторых сервисах, которые я вижу доступны для Вас. Я могу рассказать о них подробнее после решения Вашего вопроса?*

# Переход от обслуживания к презентации предложения INBA

Базовый процесс при входящем контакте



## □ Когда следует делать предложение INBA

- При успешном выполнении изначального запроса клиента вы можете перейти к обсуждению с клиентом предложения INBA. Обратитесь к системе NBA и выберите один из предлагаемых вариантов.

## □ Как это сделать? Пример

- *Сотрудник: Иван Иванович, я могу обновить ваш тариф путем активации сервиса "Свобода СМС", который позволяет вам отправлять до 100 СМС в день по ежедневному тарифу в 7 руб.*

## □ Презентация предложения INBA

- *Сотрудник: Что же касается нового сервиса, о котором я вам говорил, я заметил, что вы часто выходите в Интернет со своего смартфона. У нас есть предложение, позволяющее вам выходить в Интернет по более низкой цене. Вам было бы интересно?...*





- Разъяснив предложение, спросите клиента, хотел ли бы он подключить это предложение, используя положительные понятия, напр.:
  - “Теперь, когда вы узнали об этом продукте и его выгодах, хотели бы вы его активировать прямо сейчас?”
  - “Я могу активировать этот сервис прямо сейчас, и вы начнете пользоваться предложением сегодня.”
  - “Мы можем прямо сейчас это активировать, на это нужно всего пару минут”.
- Если клиент согласен, оформите предложение и подтвердите детали предложения
- Если клиент отказывается, вежливо спросите о причине, **но не засыпайте его вопросами “почему нет”**.
- Помните, что система INBA помогает достичь взаимовыгодных отношений между компанией ВымпелКом и ее клиентами

# Характеристики, преимущества и выгоды продукта

- ❑ У каждого предложения есть ХПВ: характеристика, преимущества и выгоды  
**Характеристика:** компоненты продукта или сервиса  
**Преимущества:** положительная интерпретация или описание характеристик  
**Выгоды:** чем эти характеристики помогут клиенту
  
- ❑ Использование предложения "Безлимитный Интернет на 3 месяца" в качестве примера  
  
**Характеристика:** Безлимитный Интернет на месяц без абонентской платы, 2 ГБ с обычной скоростью (затем скорость снижается)  
**Преимущество:** 15% скидка на ежемесячную плату в размере 390 руб., оплата авансом за 3 мес. (общая сумма оплаты за 3 мес.: 995 руб.)  
**Выгода:** Вы можете чаще выходить в Интернет по более низкой цене и оставаться на связи со своими друзьями, близкими, партнерами по бизнесу, знакомыми и пр.
  
- ❑ Клиентов намного больше интересуют **преимущества** от продуктов, а не их характеристики
  
- ❑ Ознакомьтесь с характеристиками и преимуществами продуктов (описание в разделе сценария предложения), чтобы уверенно разъяснять их клиентам
  
- ❑ Избегайте использования жаргона или в некоторых случаях названий продуктов. Это отчуждает клиентов. Лучше сосредоточьтесь на описании характеристик и преимущества продукта.



# Как производится таргетирование через **IVR 0611**?

Персональные предложения для абонентов могут быть размещены в различных ветках IVR 0611.

Если по профилю номера абонента ему можно сделать предложение, оно озвучивается. В IVR предлагаются только кампании на подключение SOC услуги или смену ТП. Если абонент соглашается на предложение в IVR, услуга или ТП подключается стандартным образом (звонок на биномер).

История участия абонента в кампаниях INBA на всех каналах хранится на закладке «Архив» в «чашке». На закладке отображаются все кампании, которые просмотрел абонент или подключил. По каждой акции указывается канал продвижения.

# Как производится таргетирование через Личный кабинет?

В личном кабинете для B2C абоненту могут предлагаться следующие кампании:

- Публичные и акционные услуги/тарифы
- Акции (например, продажа оборудования)

Выбор предложения для показа осуществляется на основании анализа профиля абонента (по аналогии с предложениями в CRM).

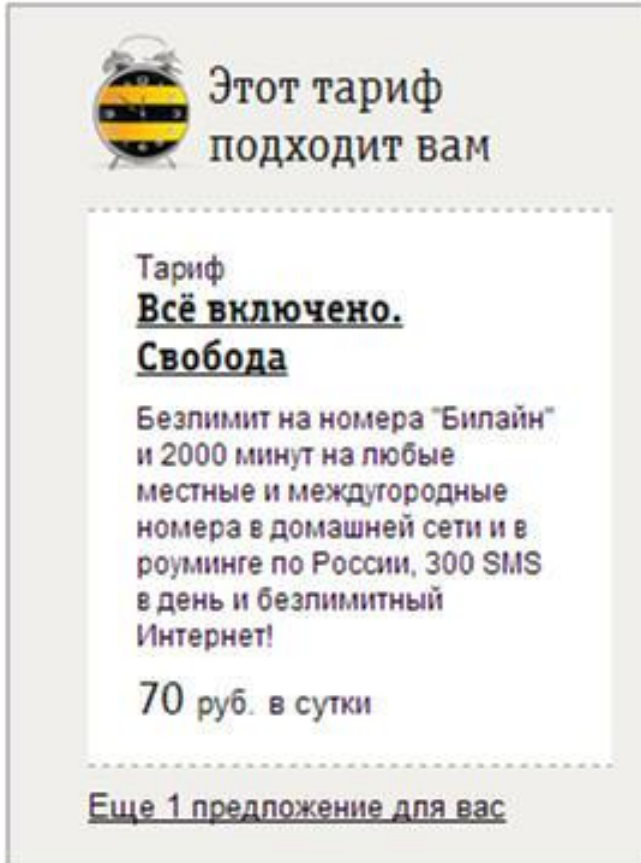
Если для номера доступны персональные предложения, то на закладке **«Профиль»** в правом блоке отображается одно из предложений и ссылка на другие предложения.


На странице выводится тип предложения, коммерческое название, краткое описание, абон. плата (для услуг и ТП).

Под первым предложением располагается ссылка на другие предложения.

Максимальное кол-во предложений для абонента в **Личном кабинете – 3**.

Если предлагается только одно предложение, то ссылка не отображается.



 Этот тариф подходит вам

Тариф  
**Всё включено.**  
**Свобода**

Безлимит на номера "Билайн" и 2000 минут на любые местные и междугородные номера в домашней сети и в роуминге по России, 300 SMS в день и безлимитный Интернет!

70 руб. в сутки

[Еще 1 предложение для вас](#)

# Как производится таргетирование через Личный кабинет?

## Раздел «Рекомендуемые предложения»


В данном разделе отображаются все персональные предложения для номера: услуги, тарифы и акции. В карточке акции выводится: тип кампании, коммерческое название, краткое описание, стоимость (если применимо) и ссылка на подробное описание.

При клике на «подробное описание» осуществляется переход на сайт с информацией об акции.

[Профиль](#) / Рекомендуемые предложения

## Рекомендуемые предложения

Мы ценим Вас!



Акция

**Акция 1 (Скидка 20% ИОН)**

Скидка 20% на аксессуары в офисах ИОН.

Стоимость

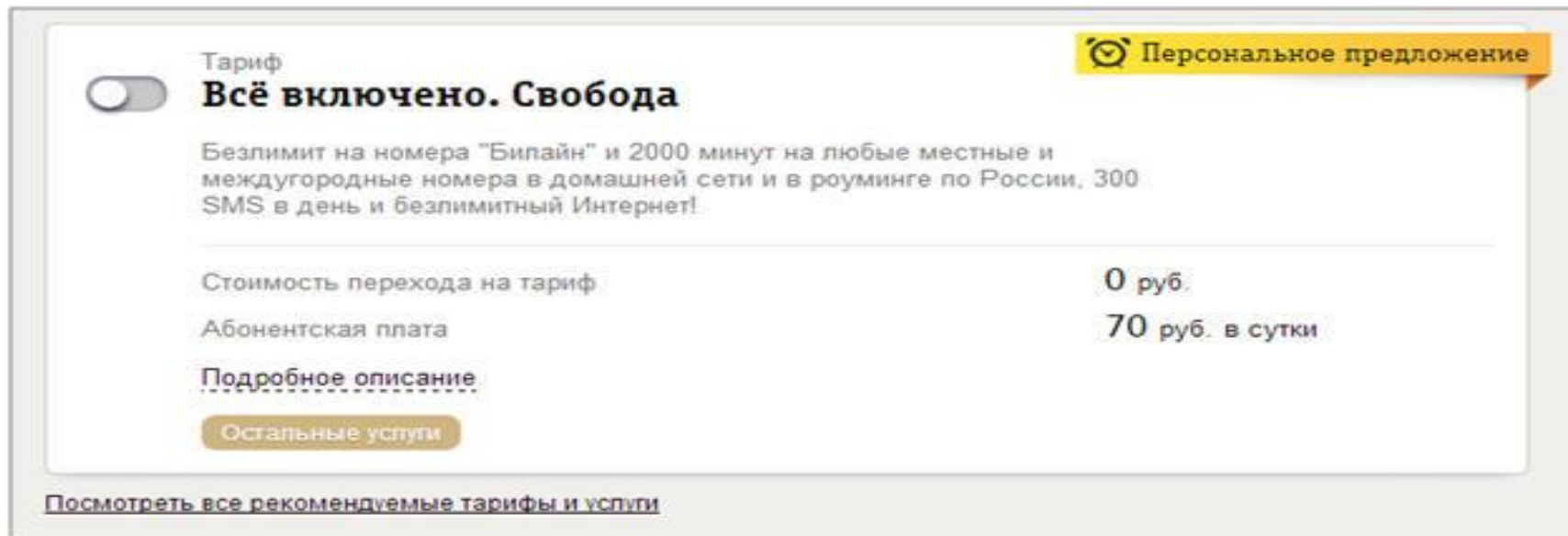
990 руб.

**100 руб.** в месяц

Подробнее описание

# Как производится таргетирование через **Личный кабинет?**

## Раздел «Услуги» и «Тарифы»:



The screenshot shows the 'Тариф' (Tariff) section with a toggle switch set to 'Всё включено. Свобода' (All included. Freedom). A yellow banner at the top right indicates a 'Персональное предложение' (Personal offer). The tariff description includes unlimited calls to Bилайн numbers and 2000 minutes to local and intercity numbers, 300 SMS per day, and unlimited Internet. Pricing details show a transition cost of 0 rubles and a subscription fee of 70 rubles per day. Links for 'Подробнее' (More details) and 'Остальные услуги' (Other services) are provided. A footer link suggests viewing recommended tariffs and services.

Тариф **Всё включено. Свобода** 🕒 Персональное предложение

Безлимит на номера "Билайн" и 2000 минут на любые местные и междугородные номера в домашней сети и в роуминге по России, 300 SMS в день и безлимитный Интернет!

Стоимость перехода на тариф **0 руб.**

Абонентская плата **70 руб. в сутки**

[Подробнее](#)

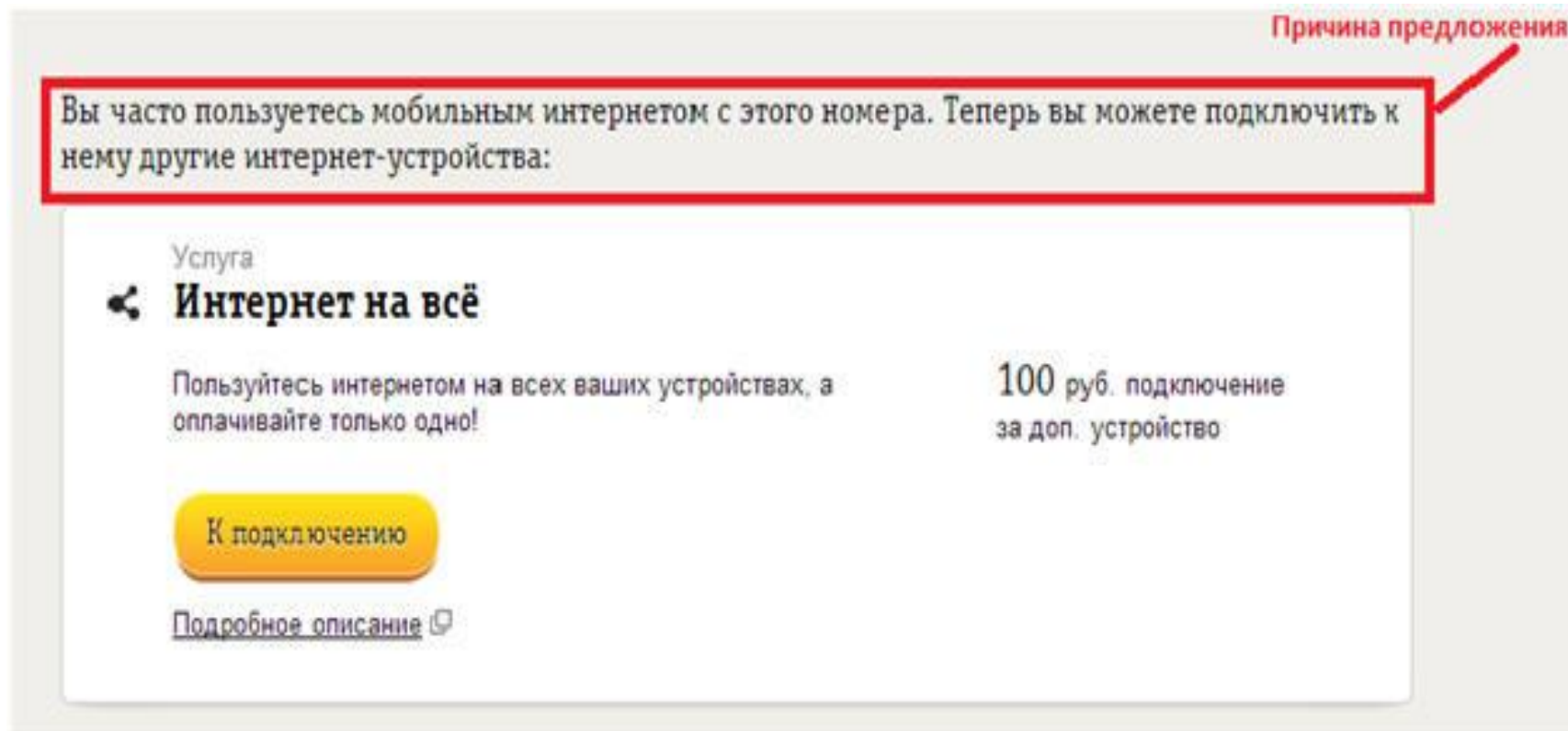
[Остальные услуги](#)

[Посмотреть все рекомендуемые тарифы и услуги](#)

Подключение услуг и тарифов, которые продвигаются как рекомендуемые/персональные предложения, можно подключить только с текущей даты. Т.е. не доступен функционал отложенной даты подключения или отключения.

# Как производится таргетирование через Личный кабинет?

Дополнительно над карточкой может выводиться причина, по которой данное предложение было предложено абоненту:



Причина предложения

Вы часто пользуетесь мобильным интернетом с этого номера. Теперь вы можете подключить к нему другие интернет-устройства:

Услуга  
**← Интернет на всё**

Пользуйтесь интернетом на всех ваших устройствах, а оплачиваете только одно!

100 руб. подключение  
за доп. устройство

К подключению

[Подробнее описание](#) ⓘ

# Мотивационная схема сотрудников ЦПК

- Мотивационная схема подразумевает **ежемесячное награждение** сотрудников ЦПК за достижение целевых результатов INBA. Выплачиваются денежные премии только за акции, которые остались активны у клиента после контрольного периода после подключения) и от ряда операционных показателей
- Т.к. приоритетность предложений зависит от целей компании, а поощрение зависит от рейтинга предложения, Вы должны стремиться делать клиентам соответствующие предложения начиная с верхних пунктов списка предложений INBA (**выше всего котируется 1-е предложение INBA, затем 2-е, 3-е и т.д.**)
- При расчете показателей продуктивности, введен корректирующий коэффициент, использование которого невелирует негативное влияние продаж на выполнение KPI's сотрудником. Значение коэффициента может меняться в зависимости от длительности продаж в текущем периоде.



## Коэффициенты:

- Ответы "Нет/Подумает" – коэффициент 0,6.
- Ответ "Да" - 0,8.