

Mystery Caller

ООО «ММС Рус», официальный дистрибьютор Mitsubishi Motors в России

Декабрь 2017 года

Описание проекта

Цели и задачи исследования:

Оценка качества обслуживания клиентов, интересующихся приобретением нового автомобиля, в официальных дилерских центрах Mitsubishi. Метод проверки - «Тайный покупатель»

Методология:

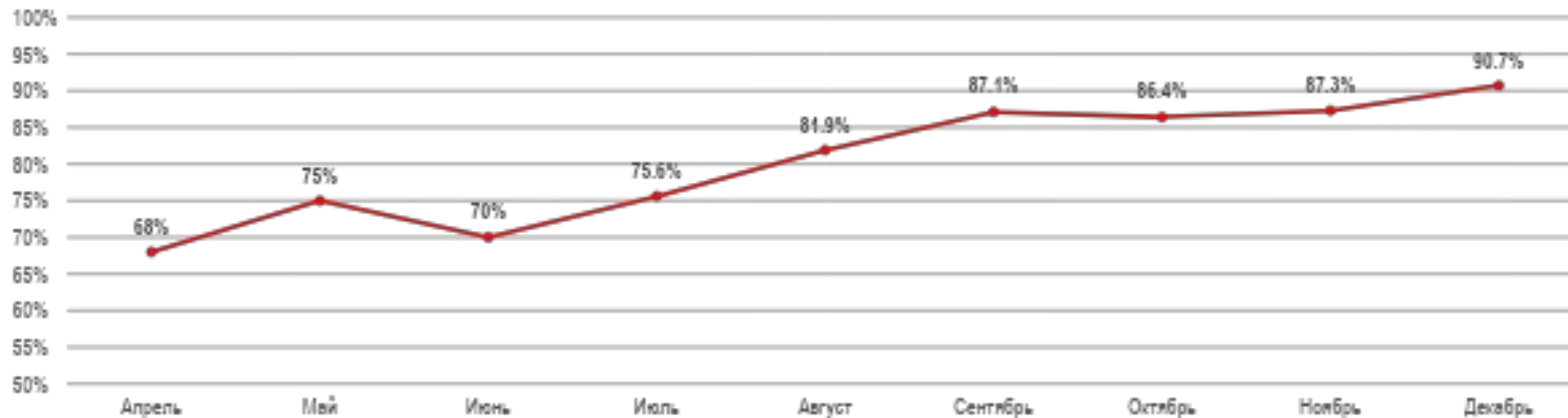
- Качество обслуживания клиентов менеджерами по продажам официальных дилерских центров Mitsubishi состоит из оценки, основанной на формализованном чек-листе. Проверки проводятся на ежемесячной основе

Целевая аудитория:

- Менеджеры по продажам (продавцы-консультанты) официальных дилерских центров Mitsubishi
- Количество проверенных дилерских центров за отчетный период составило:
 - официальные дилерские центры Mitsubishi – 102
- География проверок: Россия и страны СНГ (Беларусь, Казахстан)

Динамика среднего балла в дилерских центрах Mitsubishi за 2017 год

Динамика среднего балла в дилерских центрах Mitsubishi



В текущем отчетном периоде, по сравнению с предыдущим, наблюдается рост среднего балла в дилерских центрах Mitsubishi.

Сравнительный анализ уровня доступности ПК для клиентов в дилерских центрах Mitsubishi по месяцам



Отчетный месяц	Количество оценок	Количество оценок 0%*	Доступность ПК, %	Изменение доступности в текущем отчетном периоде относительно предыдущего
Апрель	477	62	87%	-
Май	576	65	88,7%	2%
Июнь	551	67	87,8%	-1%
Июль	573	67	88,3%	0,6%
Август	555	15	97,3%	9%
Сентябрь	553	7	98,7%	1,4%
Октябрь	522	22	95,8%	-2,9%
Ноябрь	529	14	97,4%	1,6%
Декабрь	543	9	98,3%	0,9%

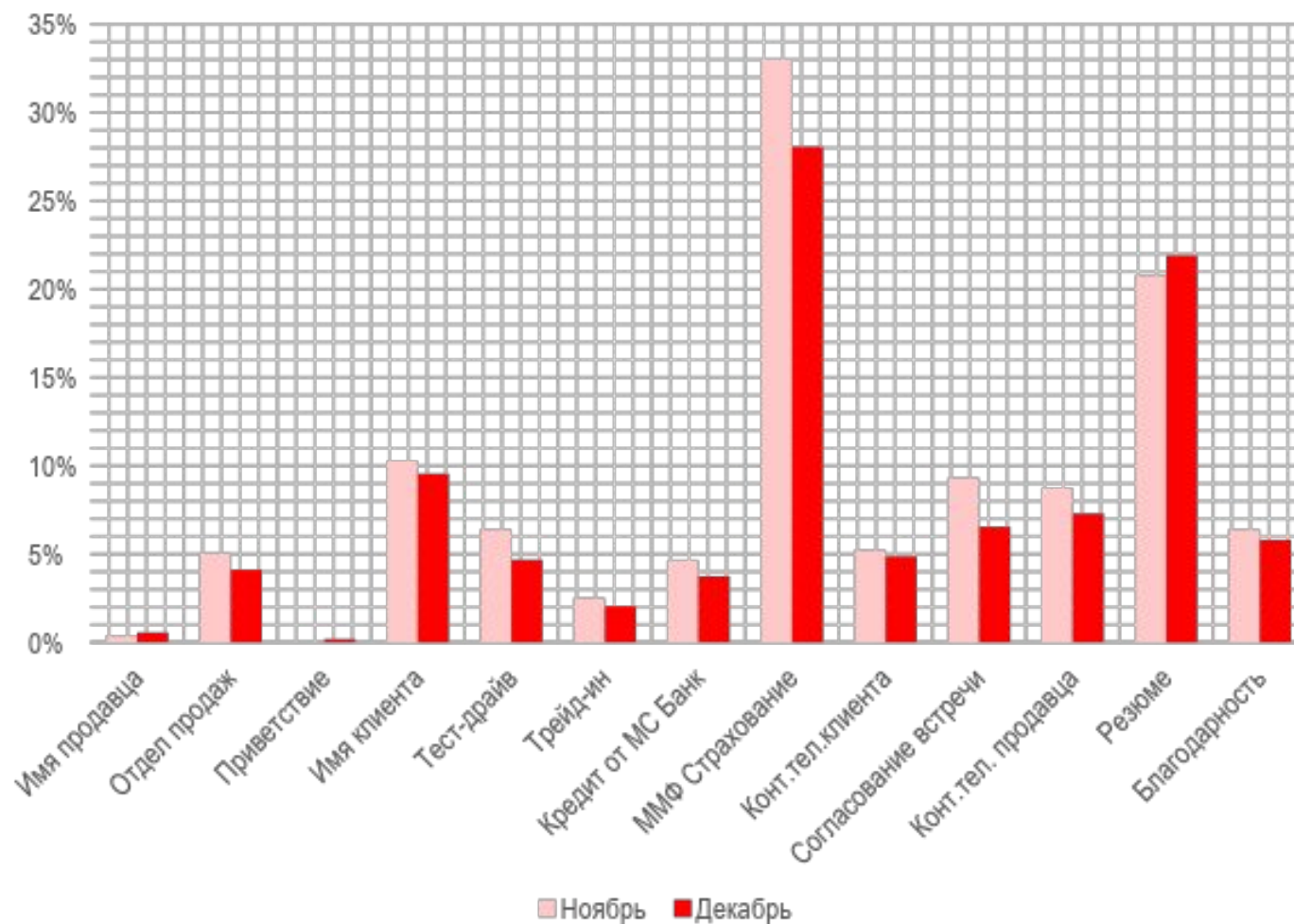
В текущем месяце наблюдается увеличение уровня доступности ПК для клиентов в дилерских центрах Mitsubishi по отношению к показателям прошлого отчетного периода.

* 0% - консультация с ПК не состоялась, все ПК заняты (3 попытки за 3 дня), недозвон/автоответчик (3 попытки в один день)

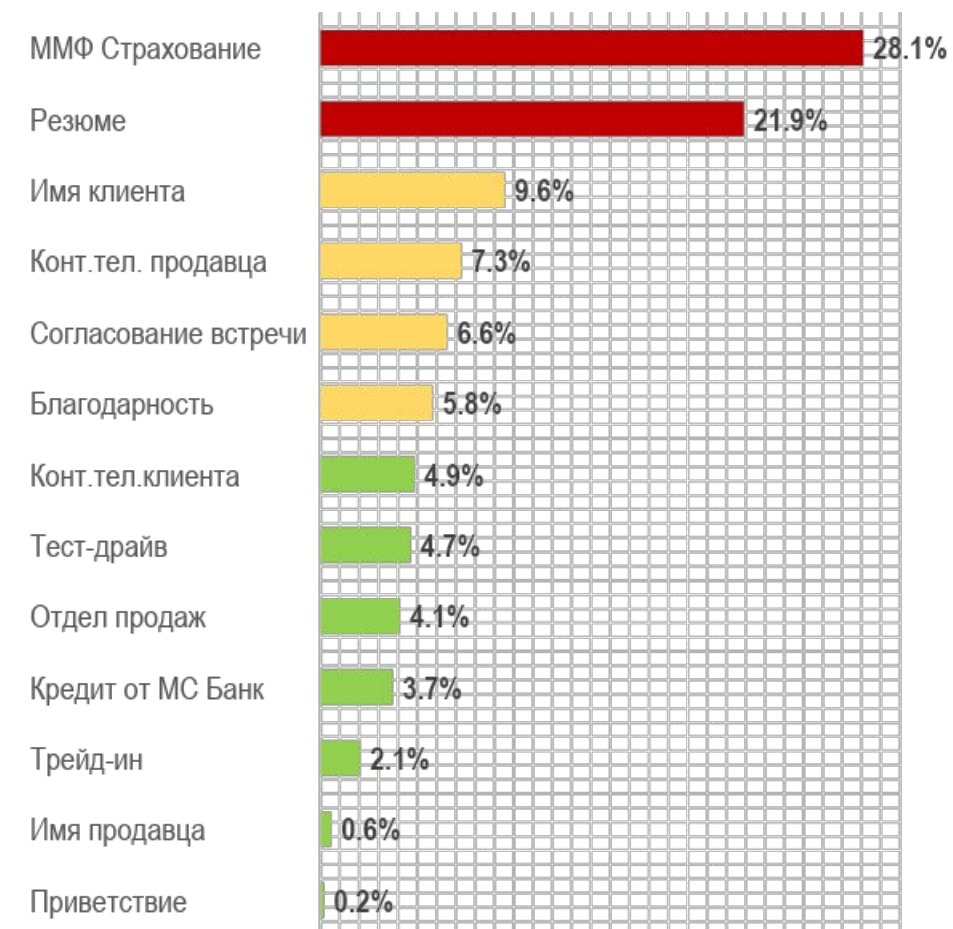
Детализация ошибок ПК дилерских центров Mitsubishi



Динамика долевого показателя ошибок



Рейтинг ошибок Mitsubishi



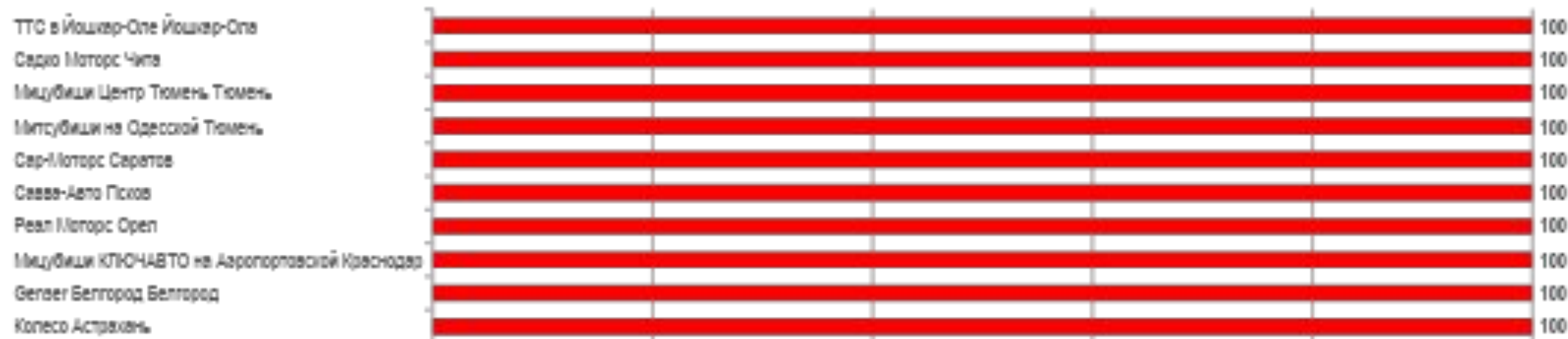
Динамика ошибок ПК при консультировании клиентов в дилерских центрах Mitsubishi за 2017 год

Структура чек-листа	Доля ошибок от общего количества оцененных звонков									Динамика ошибок по отношению к предыдущему месяцу
	Апрель	Май	Июнь	Июль	Август	Сентябрь	Октябрь	Ноябрь	Декабрь	
Приветствие (ПК)										
Имя продавца-консультанта	18,1%	1,8%	3,3%	1,4%	5,2%	1,8%	1,8%	0,4%	0,6%	0%
Отдел продаж	19,8%	4,7%	6,6%	5,7%	9,3%	5,1%	6,0%	5,0%	4,1%	-1%
Добрый день/здравствуйте!	16,6%	0,6%	0,6%	1,0%	3,0%	0,7%	1,6%	0,0%	0,2%	0%
Имя клиента										
Использование имени клиента менее 3-ех раз	37,3%	17,6%	20,5%	16,4%	19,1%	14,3%	13,0%	10,3%	9,6%	-1%
Аргументы к приезду										
Тест-драйв (проверить автомобиль в движении)	31,6%	13,9%	19,4%	15,0%	13,3%	6,6%	9,6%	6,4%	4,7%	-2%
Трейд-ин (наличие автомобиля / оценка имеющегося автомобиля)	17,6%	4,5%	7,4%	5,9%	7,8%	4,9%	3,2%	2,5%	2,1%	0%
Кредит от МС Банк Рус как аргумент к приезду	23,6%	8,8%	10,1%	11,7%	14,3%	11,4%	5,0%	4,7%	3,7%	-1%
ММФ Страхование как аргумент к приезду	69,9%	48,1%	55,4%	49,0%	47,8%	35,3%	33,4%	33,0%	28,1%	-5%
Достижение целей										
Контактный телефон клиента – ПК спросил	21,4%	8,6%	7%	4,0%	7,4%	5,3%	5,2%	5,2%	4,9%	0%
Согласование времени встречи в шоу-руме/дилерском центре	65%	26,6%	14,9%	8,1%	19,3%	9,5%	8,2%	9,3%	6,6%	-3%
Договоренности										
Контактный телефон – ПК озвучил свой номер телефона Клиенту для обратной связи	21,2%	9,4%	13,2%	8,7%	12,8%	9,2%	10,8%	8,7%	7,3%	-1%
Завершающее резюме	48%	23,7%	39%	38,3%	39,8%	24,4%	25,0%	20,8%	21,9%	1%
Прощание										
Поблагодарил клиента за звонок в ДЦ (Спасибо за звонок/обращение и т.д.; только слово "спасибо" не является благодарностью)	33,7%	13,7%	11,8%	6,5%	8,9%	4,0%	5,8%	6,4%	5,8%	-1%

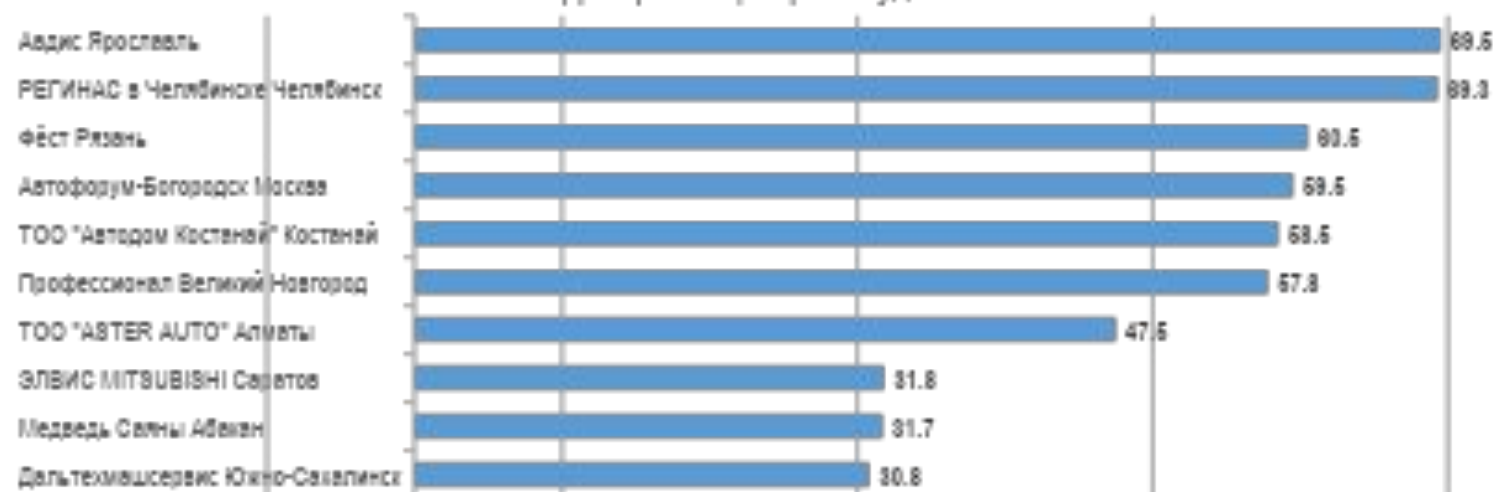
В текущем отчетном периоде ПК допускают меньшее количество ошибок при консультировании клиентов по сравнению с предыдущим.

ТОП-10 дилерских центров по результатам оценки за отчетный период

Дилерские центры с лучшими показателями



Дилерские центры с худшими показателями



Лучшие специалисты отделов продаж дилерских центров Mitsubishi за отчетный период

Список лучших специалистов отделов продаж ДЦ Mitsubishi*

Group 1				
№	ДЦ	Город	Специалист	Результат
1	РОЛЬФ Центр	Москва	Малков Сергей Владимирович	★ 70,6
2	РОЛЬФ Химки	Москва	Ткаченко Кирилл Андреевич	☆ 63,2
Group 2				
№	ДЦ	Город	Специалист	Результат
1	Артекс	Ростов-на-Дону	Болоткин Юрий Викторович	★ 100
2	УРАЛ АВТОИМПОРТ	Пермь	Баландин Максим Андреевич	★ 100
Group 3				
№	ДЦ	Город	Специалист	Результат
1	Авто-Дон	Воронеж	Горшков Михаил Александрович	★ 150
2	БОРАВТО на 9 Января	Воронеж	Арсентьев Андрей Андреевич	☆ 133,5
Group 4				
№	ДЦ	Город	Специалист	Результат
1	Genser Белгород	Белгород	Филинович Владимир Игоревич	★ 200
2	Россо-Траст	Иркутск	Гребенников Виктор Владимирович	☆ 150
Group 5				
№	ДЦ	Город	Специалист	Результат
1	ТТС в Йошкар-Оле	Йошкар-Ола	Глушков Михаил Александрович	★ 200
2	АРМАДА-АВТО	Ульяновск	Белкин Олег Юрьевич	★ 200
Group 6				
№	ДЦ	Город	Специалист	Результат
1	Диален	Череповец	Рыбакова Екатерина Юрьевна	★ 200
2	Реал Моторс	Орел	Веретенников Иван Олегович	☆ 150

*Формула расчета рейтинга по ПК: Сумма результатов конкретного ПК * коэфф (если в результатах есть 100% результат – то = 2, если в результатах от 51 до 99% результат – то = 1, если в результатах есть 50 и менее % результат – то = 0,5)/ кол-во звонков в конкретный ДЦ

Рекомендации

1. Зоны развития:

- Соблюдение стандартов приветствия и завершения разговора

Рекомендуем :

- Приветствовать и представляться клиенту по имени в начале диалога
- Своевременно обращаться к клиенту по имени (не менее трех раз в течение разговора, но не в каждом предложении)

- Управление диалогом и усиление аргументации к приезду в ДЦ

Рекомендуем :

- Использовать аргументы и информацию об акциях, создающие срочность встречи
- Озвучивать выгодные % ставки по кредиту и страхованию, в этом случае легче предложить клиенту более богатую комплектацию и дополнительное оборудование, даже если у клиента не хватает собственных средств

- Резюмирование

Рекомендуем :

- Озвучивать итоговые договоренности. Предлагать дату и время последующего звонка, в случаях, когда клиент не знает точных сроков посещения ДЦ

- Речевые навыки

Рекомендуем :

- Придерживаться делового стиля речи и исключить использование слов с уменьшительно-ласкательным суффиксом

2. Контроль знаний сотрудников отделов продаж актуальных маркетинговых программ и прайс-листов текущего периода

3. Усилить контроль качества работы сотрудников отделов продаж в ДЦ, особое внимание уделить Топ-10 с худшими показателями

4. Со стороны руководителей отделов продаж обеспечить ежедневный контроль показателей, прослушивание записей звонков и использование рекомендаций коучеров на портале STATUS