

Практика исходящего взаимодействия с клиентами на примере кейсов Альфа Банка Беларусь

1. Ключевые подходы по коммуникациям с клиентами
2. 3 приоритета в работе оператора для успешной коммуникации
3. Как научить успешно взаимодействовать операторов с разными клиентами



РОЛЬ БАНКА

«От удивления к уверенности и вдохновению.
Радость и спокойствие от ежедневного
взаимодействия»

- Успокаивать и коммуницировать о своей устойчивости, формировать доверие
- Широко говорить о том, что клиентам важно
- Фокусироваться на главных их потребностях



НАШИ ПРАВИЛА ОБЩЕНИЯ

**Интонация нашего голоса зависит
от того, с кем мы говорим:**

- с клиентами
- с сотрудниками и соискателями
- с журналистами и партнерами



Понимание и уверенность в искренней ценности и пользе предлагаемого продукта

- Готовы рекомендовать продукты друзьям и близким - **100 %** являются тестировщиками мобильного приложения
- Амбассадоры продуктов - **87 %** пользователи Пакетов Решений
- От задумки до выпуска продукта на рынок – кредитные продукты Банка – у **68 %** продавцов
- Глаза и голос Клиента - **70 %** от общего объема кросс-продаж занимает Красная карта



Отсутствие скриптов и открытые доверительные отношения с Клиентом



A

Клиентцентрированный ПОДХОД

01 отсутствие скриптов *продаём пользу*

02 гибкость ведения разговора *потребность Клиента*

03 подвижное мышление *несем Клиенту ценность*

04 эмоциональный интеллект *узнаём о Клиенте*

продаём экспертизу

эмоциональное присоединение

A

Ошибки при работе со скриптами на Телемаркетинге !?



~~Шаблонность~~

~~Скрипт направлен только на продажу~~

~~Потеря опыта и экспертизы продавцов~~



ОТТОК наличных денежных средств

С целью удержания в Банке наличной иностранной валюты
за месяц были сделаны звонки **4 881** клиенту силами **19 FTE**

Продажа продукта – как
потребность Клиента

Продажа **транзакционных** продуктов и
депозитов

Доверие к **Банку**, через доверие к
продавцу

Сохранность валюты и **увеличение**
продаж **A**



Уверенность в себе
Управление голосом
Управление контактом

*Голос – это основной инструмент для сотрудника
телефонных продаж*

- Приятный голос
- Управление эмоциями
- Пушистость



*Must Have оператора телефонных
продаж*

Техника **задавания вопросов**

Позитивные **формулировки**

Техника отработки **агрессивных** высказываний

Типология клиентов

Применяем инструменты и технику в зависимости
от того **как развивается разговор**

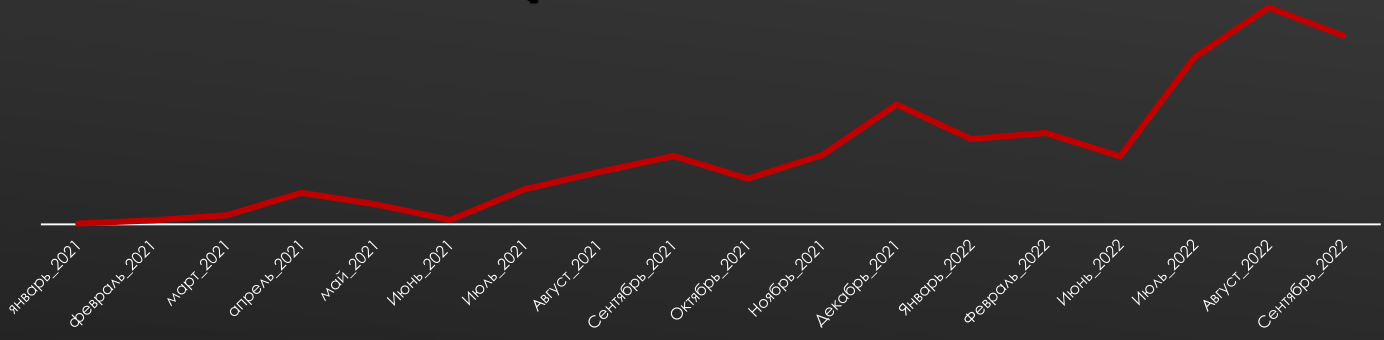
Понимание **триггеров**

Понимание **ценности** оператора

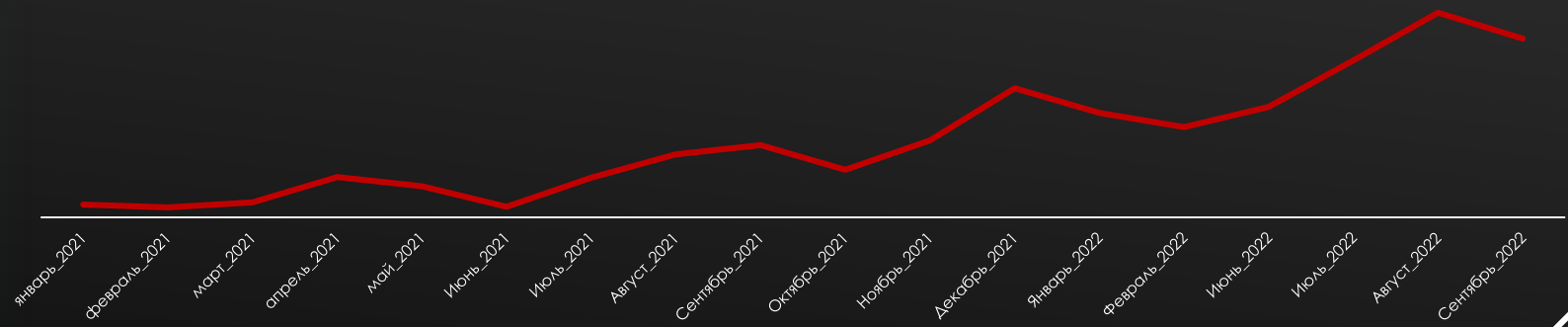
Развитая эмпатия



Продажи, ВУН



Продажи на 1 FTE



Текущая текучесть персонала

