

процесс	X / V	комментарии
Каждое входящее обращение должно быть классифицировано	+	
Обращения аккумулируются в одно место, откуда затем распределяются по МПГТТ	+	
По каждому обращению мы собираем все необходимые для продажи тура контакты	+	
Каждое обращение, по которому собран min необходимый набор контактов - fix в CRM	+	
Новым обращениям - МАКСИМАЛЬНЫЙ ПРИОРИТЕТ	+/-	Менеджеры не всегда следуют этому правилу
Работая с обращениями и заявками, расставляй приоритеты правильно (модель приор-ии)	+/-	Менеджеры не всегда следуют этому правилу
По каждому обращению / заявке в CRM обязательно должно быть действие-напоминание	+	Отдел контроля качества следит за этим
Отрабатывая с обращениями / заявками, используй алгоритм доведения клиента до сделки	+/-	
Общайся с туристом в наиболее результативном канале коммуникаций	-	Переводим всех на общение по тел.
Продажа начинается с досконального сбора потребностей	+/-	Не все этим пользуются
Упрости клиенту выбор вариантов	+/-	Не все менеджеры
Клиента заинтересовал вариант - фиксируй его выбор, подкрепляй дедлайном и сразу оформляй (бери \$ и паспорта)	+/-	Новые - да, старые - нет
Клиент говорит, что ему надо "подумать" или высказывает возражение - отработай с этим, сохранив инициативу за собой	+/-	Не все менеджеры работают с этим
Продал тур - объясни клиенту его дальнейшие действия, нарисовав понятную "дорожную карту"	-	С раздаткой никто не работает
Вноси данные туристов БЕЗ ОШИБОК	+/-	Обычно да, но человеческий фактор
Турист ожидает подтверждения бронирования? Проверь следующие звенья: Оператора / Авиакомпанию / Отель	+	Этот момент четко отработан
Вкладывайся в ПостПродажное Обслуживание	+	Создан отдел контроля качества
Мы поддерживаем клиентов во время путешествия	+	Отправляем письмо с пожеланиями
Мы не ждём, когда наши постоянные клиенты оставят нам очередную заявку - вместо этого мы сами звоним им, чтобы её получить	+	Делаем реактивацию, рассылаем письма