| **Конструктор адаптивных планёрок**[ внедрение / обучение / корректировка / постановка коллективных и бонусных задач ]Внесение обязательных полей в CRM |
| --- |
| **Подводка** | Сегодня мы с вами обсудим важную проблему, которая периодически возникает у всех – алгоритм дня и алгоритм обработки нового обращения  |
| **Проблема**Почему это важно?Связь с деньгами!!! | Как только мы получаем новое обращение и Кирилл распределяет, кто его возьмет – вы сразу должны перезвонить туристу. Каждое наше новое обращение, каждая наша новая заявка – это наш приоритет.После получения заявки (я не имею ввиду приход туриста в офис или звонок по телефону), а заявка с соц сетей, сайта и т.д. – менеджер, который взял заявку не начинает подбирать варианты, не переговорив с туристов. Он делает звонок максимум в течение 5 минут после получения заявки, выясняет потребности и на данном этапе необязательно сразу продавать. Особенно если есть текущие горящие оплаченные заявки, по которым надо сделать брони.Суть звонка – показать туристу свою грамотность в направлениях, заговорить зубы, сказать, что все есть. Обязательно по окончании первого разговора послать ему свою электронную визитку.Если время позволяет – начинаем предлагать пару вариантов и зовем туриста в офис, так как в офисе у нас больше рычагов воздействия на туриста.Если времени нет – подробно выясняем потребности согласно нашей памятке, записываем все контакты туриста – и почту и телефон, и высылаем подборку.После того, как подборка выслала – сразу же перезваниваем туристу и сообщаем, что вам высланы варианты и договариваемся о времени звонка, чтобы эти варианты обсудить.Напоминаю – надо поселится у туриста в телефоне, и звонить ему на вайбер, вотс ап. Мобильные телефоны туристы не всегда записывают.Напоминаю – вы ведете туриста и это вы назначаете следующее касание с ним.Грубая ошибка работать справочной службой. Послать подборку и ждать звонка от туриста. Вы ведете туриста,а не он вас. |
| Негативные примерыКогда и как проблема проявляется? К чемуэто приводит? | Если туристу перезвонить, когда менеджер освободится через полдня. К концу дня мы теряем наше преимущество. Турист просто обратится в другое агентство. А постоянный турист может и обидится и скажет – я им деньги плачу, а они не хотят мне перезванивать, я им неважен.Итог: потеря преимущества, потеря клиента  |
| Позитивные примерыКаким образом проблема решается? К чемуэто приводит? | Мы можем прийти в офис и заниматься заявками, которые уже оплачены, а потом сидеть с носом без заявок, потому что когда вы перезвонили туристу через полдня – ему уже не надо.Но если мы сразу перезвоним туристу – мы создадим себе потенциальную базу новых заявок на будущее. Когда у нас освободится время.Главное грамотно заговорить зубы туристу. Чтобы он именно вас ждал. Все согласно прописанному нашему инстуктажу в книге менеджера |
| Что теперь делаем?Связь со стандартамии vision & values. | После получения нового обращения – в течение 5 минут перезваниваем, полностью собираем потребности и показываем свою грамотность.  |
| Сбор обратной связиУстранение возражений | У кого есть вопросы? |
| КонтрольКак будет проверятьсявыполнение/исправление? | Постоянный контроль с моей стороны и со стороны моего помощника  |
| Итоговое напутствиеЧто нам даст изменение в работе (процесс + $)?Вера в сотрудников! | Я решила затронуть эту важную тему, потому, что вижу в CRM системе, что многие обращения отвалились по этой причине. Вы теряете свои деньгиИ самое плохое – мы теряем новых постоянных туристов. Мы также теряем деньги, которые я заплатила за привлечение этого туриста, и мы вынуждены тратить деньги заново на нового туриста |