



Колесников Денис Геннадьевич

Управляющий собственник
Россия, Томск

Итоговый отчет о результатах за время участия в программе

Эталонное управление продажами: **Внедрение**

Турагентство:

“Отдых круглый год”

В турбизнесе 7 лет,
из них 1,5 года вместе с TurMarketing

Структура:

1 офис / 3 менеджера

“Мой главный результат от программы - приобретение управленческих компетенций в плане управления сотрудниками и создание орг. структуры, причём не только в своём турагентстве, но и удалось внедрить большую часть материалов в более крупном бизнесе с орг. структурой из 50 человек!”

Ну а во-вторых результатом программы является, создание полноценной системы управления продажами и турагентством в целом. Переход от формата “Двигаться на ощупь” к цифрам, анализу, планёркам, планам, постановкой задач и т.д., т.е я рад, что теперь это наконец то система которую до эталонки я не мог достроить в силу нехватки практического опыта в руководстве и создании подобных систем.

Итоговый отзыв о прохождении программы:

1. Мой главный результат от прохождения программы:

Во-первых, это наверно приобретение личных управленческих компетенций в плане управления сотрудниками и создание орг. структуры, причём не только в своём турагентстве, но и удалось внедрить большую часть практических материалов в более крупном бизнесе с орг. структурой из 50 человек!

Это вообще полный взрыв мозга был: внедряя все эти элементы управления продажами на крупном предприятии и смотря, как это всё реально, подчёркиваю, реально, начинает работать, пусть и с прикладыванием немалых усилий, классное ощущение от приобретения новых знаний и навыков!

Как аппетит приходит во время еды, так и энергия и желание учиться, приходят во время работы. Естественно, за счёт здорового, качественного контента!

Ну а во-вторых, результатом программы является, создание полноценной системы управления продажами и турагентством в целом. Переход от формата "Двигаться на ощупь" к цифрам, анализу, планёркам, планам, постановкой задач и т.д., т.е. я рад, что теперь это наконец то система которую до эталонки я не мог достроить в силу нехватки практического опыта в руководстве и создании подобных систем.

2. Что я успел сделать/внедрить за эти 3,5 месяца:

ФРД, Оптимизация раб.времени, делегирование/отдача функционала, введение и закрепление стандартов компании для менеджеров, модель приоритизации для менеджеров, скрипты телефонных переговоров, скрипты встреч, регламент выдачи скидок, постановка общей цели и определение миссии и ценностей компании/стратегическая сессия, введение плана и дашборда с KPI и оцифровка всех каналов маркетинга, карма, из, ведение планёрки, бонусные управленческие фишки, ретроспективный анализ улучшили по регламенту, начальных этап формирования второго номера, систематизирована работа в CRM и с воронкой продаж. Может, что-то забыл вписать. Это то, что в голове сразу. :)

3. Как за счёт этого изменились

- **Мои менеджеры:** Менеджеры стали работать реально системнее с целью и задачами. Исчезли некоторые элементарные проблемы с корректным внесением данных в CRM, ошибки в тел. разговорах, приоритеты в голове, и самое главное, что появилась привычка, что больше чем на 2-3 недели тишины не будет, будет постоянное обучение, постоянные разборы звонков и встреч, внедрение новых правил и стандартов, кнуты и пряники :)

- **Наши продажи:** в целом. за прохождение программы цифры по деньгам не сильно выросли, а в декабре, если честно немного просели, но это и стоило предполагать, т.к. обучение проходит как раз в самые низкие месяца в сезоне.

Естественно, конечный результат программы - это построение грамотной системы управления продажами на автомате + конечно же рост чистой прибыли ТА.

Рост за 3,5 месяца в выручке был, но чтобы обеспечить стабильный рост в долгосрочном конечно нужно ещё время что бы все эти технологии которые внедрились делались на автопилоте и + ещё много чего нужно внедрить.

Не сомневаюсь, что прибавим и выиграем у многих конкурентов нашего уровня уже в ближайшие 1-2 месяца, а как увеличиться вдвое, уже понятно и можно расписать на салфетке. И это одна из целей поставленных нами на стратегической сессии.

- **Лично я:** Ну, как и описал выше, я получил большой заряд мотивации и вдохновения от программы. Понял, что мне очень близко и очень интересно то, что делают Михаил с Дмитрием. Смотря на структуру какого-либо предприятия, понимаешь как должна +/- выглядеть система управления. Понятно, как двигаться дальше, есть понимание как увеличиться.

Ну и сама по себе Эталонка - это то, что я искал в книгах, курсах, статьях...и не мог найти. Я понимал, что у меня нет хороших компетенций в управлении и в построении системы грамотно. Я сам - системный человек и люблю строить системы, чтобы они работали, но здесь я получил реальные практические технологии и материалы, основанные на опыте и знаниях наших наставников. Для меня это самое ценное в программе, это очень здорово, я восхищался.

4. Что планирую сделать/добить в ближайшее время:

- 1) нужно внедрить системно ППО в ТА. Планирую настроить автоматическую серию e-mail рассылок по шаблонам на холодных велком серию, на дожим на купивших и отказников. Всё для это есть. Интегрировать виджет смс рассылок в сrm для отправки смс сообщений туристам. + Обратная связь от купивших + сбор отзывов и рекомендаций.
- 2) я не дошёл ещё до внедрения раздаток, плакатов. Не успел, естественно в планах забрендировать под фирменный стиль и внедрить для использования в купе с скриптами и выдачи клиентам.
- 3) регулярная оценка персонала по технологии ТМ это тоже необходимо внедрить в ближайшее время + продолжить использовать чек-лист процессов директора и исправлять работающие не правильно процессы.
- 4) нужно исправить/до улучшить ещё 4-5 процессов в чек листе по эталонным процессам менеджеров
- 5) Не в полную силу разобрали с менеджерами скрипты онлайн продаж, так как онлайн кассу подключили совсем не давно, это тоже стоит в задачах в Things.
- 6) За правило внедрить ежедневные цифровые планёрки, пока не получается чётко каждый день
- 7) Сделать под ключ и под себя книгу менеджера и директора которую выдали на последнем эфире.

5. Мои впечатления от прохождения программы (в целом):

В целом - круто, классно, здорово!) Мне очень понравился подход ребят к выпуску продукта с какой скрупулезностью и дотошностью была сделана вся эталонка и каждый элемент в отдельности! Я уже не раз писал и повторял: такой подход и такой продукт необходим на рынке особенно сейчас, когда столько псевдо-супер-курсов с гарантией заработка 1 млн руб в месяц и 4 часа работы в неделю.

Очень качественный информационный продукт. Конечно, эталонка - это не волшебная таблетка, за которую заплатил и гарантировано ТА начнёт колотить тебе баблишка в карман на новый туарег :))) Если ты не готов работать долго, работать упорно и с большим усилием, ломать стереотипы людей, доказывать и пробивать, ложиться в 3-4 ночи после очередного засиживания в регламенте в сrm или в крi-йнике, то даже не стоит начинать, не надо.

Всё ,что есть в эталонке - это всё будет генерить в перспективе денюжки в карман, но для этого нужен рабочий настрой, на полуавтомате не прокатит.

Спасибо за новые знания, спасибо за инструменты спасибо за мотивацию и новое вдохновение! Жму руку Михаилу и Дмитрию!

Задание №1: бизнес-процессы менеджеров

1. распечатайте чек-лист эталонных менеджерских процессов, который мы выдали вам на 1'м дне программы. отметьте галочками то, с чем у вас всё ОК; крестиками - то, с чем у вас есть проблемы; прокомментируйте крестики - напишите, почему не получается; итог сфотографируйте и приложите к посту-отчёту.
2. напишите в посте-отчёте, какие два 'крестика' вы превратите в 'галочки' за октябрь (и как). Третий ваш 'крестик' мы уже выбрали ЗА вас - это модель приоритизации обращений/заявок, по которой должны начать работать ваши менеджеры.
3. напишите в посте-отчёте, какие три процесса (не связанные с непосредственно продажей тура) вы бы добавили к этому перечню процессов.
4. опишите (прямо в посте-отчёте) один из процессов, обозначенных в пункте №3, аналогично тому, как мы описали для вас менеджерские процессы.

Выполнение (отчёт участника):

Прикрепляю посту фото галочек и крестиков. Крестики решил прокомментировать в посте, в чек-листе слишком маленькое поле.

На Октябрь вынес 3 крестика, указал их на фото чек-листа. Думаю, что получится доработать до положительного результата от менеджеров по этим недочётам.

✘ - По каждому обращению мы собираем все необходимые для тура контакты

Собираем данные только те, что у нас приходят с заявкой. Как правило это Имя и Телефон. Емейл прилетает нам также если человек заполнил его в форме заявки. Фамилию узнаём только когда оформляем уже договор.

По сути мы ничего не собираем кроме имени и телефона. Вот первый апгрейд и обсуждение на собрании будет.

В Октябре обязуемся как минимум взять это на контроль.

✘ - Отработывая с обращения / заявками, используем алгоритм доведения клиента до сделки.

С этим плоховато, конверсия в продажу низкая. Скрипты от ТМ есть, надо прям конкретно садиться и внедрять, что бы полное понимание было у менеджеров. Поэтому собственно мы и на программе, ждём когда дойдём до этого.

Обязуемся в Октябре как минимум взять этот процесс на контроль.

✘ - Упрости клиенту выбор вариантов.

Здесь всё просто. Есть скрипты по подборке туров от ТМ. Повторяли, учили, отработывали..

Что-то получается, что-то нет. Много промахов, порой менеджер как будто специально усложняет жизнь клиенту думая, что сэкономив свои 7 минут не общаясь по скрипту подборки, он закроет в 2 раза быстрее.

На деле человек покупает вообще в другом агентстве 😊

✘ - Клиента заинтересовал вариант - фиксируй его выбор, подкрепляй дедлайном и сразу оформляй.

Чего то не хватает для проработки этого процесса. в 4 из 10 случаев менеджер этот процесс отработывает, в остальных плывёт и отпускает.

✘ - Клиент говорит, что ему надо подумать или высказывает возражение - отработай с этим, сохранив инициативу за собой.

Ретроспективы проводим еженедельно, слушаем и анализируем отработку с возражениями. С каждым месяцем всё лучше, но по большому счёту ещё слабо. Думаю объективно в половине случаев у нас менеджер не совсем правильно отработывает возражение и отдаёт инициативу из-за не правильно оценки ситуации и обстановки.

✘ - Продав тур - объясни клиенту его дальнейшие действия, нарисовав понятную "дорожную карту".

Менеджер объясняет, рассказывает и советует туристам в моменте выдачи документов, но скорее всего туристы забывают обо всём это сразу как только переступают порог нашего ТА, процесс элементарный его просто нужно стандартизировать.

✘ - Вкладывайся в пост-продажное обслуживание.

Вообще этот процесс отсутствует у нас, его нужно внедрять.

Поэтому LTV у нас смешное.

✘ - Мы поддерживаем клиентов во время путешествия.

Помощь и поддержка туристов только в случае если что-то случилось. Этот процесс тоже отсутствует, поэтому будем внедрять его.

✘ - Мы не ждём, когда наши постоянные клиенты оставят нам очередную заявку - вместо этого мы сами звоним им, чтобы её получить.

А вот мы к своему стыду почему то ждём туристов когда они сами к нам очередной раз обратятся.

Оставят заявку на нашем новом тестовом сайте, а потом сами удивляются, что они вроде как уже 2 раза от нас летали.

Здесь особо комментировать нечего, это полный буллит как говорит Дмитрий, и это моя ответственность личная. Просто надо брать и делать, внедрять этот процесс.

В Октябре Next Step по каждому купившему клиенту будет предоставлен, я лично каждую сделку в CRM проконтролирую.

3. напишите в посте-отчёте, какие три процесса (не связанные с непосредственно продажей тура) вы бы добавили к этому перечню процессов.

1. Менеджер планирует свой рабочий день/неделю, распределяет нагрузку равномерно.
2. Еженедельная синхронизация опытного менеджера и маркетолога по текущим трендам, состоянию курортов и рынка.
3. Раз в неделю 2-ух часовой коучинг: повторение стандартов, ретроспективный анализ, обсуждение вопросов.

4. опишите (прямо в посте-отчёте) один из процессов, обозначенных в пункте №3, аналогично тому, как мы описали для вас менеджерские процессы.

Разберём на примере процесса: Еженедельная синхронизация опытного менеджера и маркетолога по текущим трендам, состоянию курортов и рынка.

Для того, что бы опережать конкурентов на несколько шагов вперёд и получать достаточное кол-во новых заявок, нам нужен сильный маркетинг.

Наш маркетолог не знает специфику нашего рынка и нашей сферы, поэтому наши банеры, наши утп, наши офферы, наши объявления не всегда приносят нам столько заявок сколько нам необходимо для выполнения поставленной цели.

Важно: При корректировке наших рекламных объявлений, наш маркетолог должен понять специфику и цены курорта, информацию о скидках, о спец. предложениях от ТО, о сезонности за прошлые года и т.д

Минимум раз в неделю ты должна передавать нашему маркетологу актуальные данные по сезонным предложениям, спец. предложениям, акциях раннего бронирования, тренды и новости из мирового и российского туризма, доп. информацию о проводимых у конкурентов акциях и ценовой политики.

Почему мы работаем именно так?

Выгода менеджеров: Чем лучше наш маркетолог будет осведомлён доп. информацией о нашей рынке и текущих новостях, ценах и т.д, тем точнее и лучше он сделает рекламные объявления в разных каналах под нашу аудиторию. Ты как менеджер будешь получать более горячие и качественные заявки, что в итоге позволит тебе поднять свою конверсию и зарабатывать больше конечно 😊 И конечно мы увеличим кол-во заявок с избытком для выполнения поставленного плана, что бы заработать по максимуму.

Выгода для ТА: Тут прямая зависимость, точнее и лучше наша реклама - больше тёплых заявок - больше продаж - больше денег мы заработаем которые сможем потратить на улучшение нашего офиса на развитие и на новые бонусы для наших постоянных клиентов.

процесс	X / V	комментарии
Каждое входящее обращение должно быть классифицировано	✓	
Обращения аккумулируются в одно место, откуда затем распределяются по МПГТ	✓	
По каждому обращению мы собираем все необходимые для продажи тура контакты	✘	6 Октябре внедряем
Каждое обращение, по которому собран минимальный набор контактов - fix в CRM	✓	
Новым обращениям - МАКСИМАЛЬНЫЙ ПРИОРИТЕТ	✓	
Работая с обращениями и заявками, расставляй приоритеты правильно (модель приор-ии)	✓	
По каждому обращению / заявке в CRM обязательно должно быть действие-напоминание	✓	
Отработывая с обращениями / заявками, используй алгоритмы доведения клиента до сделки	✘	Надо подработать в Октябре
Общайся с туристом в наиболее результативном канале коммуникаций	✓	
Продажа начинается с досконального сбора потребностей	✓	
Упрости клиенту выбор вариантов	✘	
Клиента заинтересовал вариант - фиксируй его выбор, подкрепляй дедлайном и сразу оформляй (бери \$ и паспорта)	✘	
Клиент говорит, что ему надо "подумать" или высказывает возражение - отработай с этим, сохранив инициативу за собой	✘	
Продав тур - объясни клиенту его дальнейшие действия, нарисовав понятную "дорожную карту"	✘	
Вноси данные туристов БЕЗ ОШИБОК	✓	
Турист ожидает подтверждения бронирования? Проверь следующие звенья: Оператора / Авиакомпанию / Отель	✓	
Вкладывайся в ПостПродажное Обслуживание	✘	
Мы поддерживаем клиентов во время путешествия	✘	
Мы не ждём, когда наши постоянные клиенты оставят нам очередную заявку - вместо этого мы сами звоним им, чтобы её получить	✘	6 Октябре внедряем

Задание №2: управленческие бизнес-процессы

1. распечатайте чек-лист эталонных управленческих процессов, который мы выдали вам на 2'м дне программы. отметьте **галочками** то, с чем у вас всё ОК; **крестиками** - то, с чем у вас объективно есть проблемы; **прокомментируйте крестики** - напишите, почему не получается; **итог сфоткайте и приложите к посту-отчёту** (кнопка choose file).

2. напишите в посте-отчёте, какие два 'крестика' вы превратите в 'галочки' за октябрь (и как). Третий и четвёртый 'крестики' мы уже выбрали ЗА вас - это модель приоритизации директора (№15) и проведение стратегических сессий (№20).

3. напишите в посте-отчёте, какие три процесса вы бы добавили к этому перечню процессов (думайте в это время о ваших заместителях-управленцах).

4. опишите (прямо в посте-отчёте) один из процессов, обозначенных в пункте №3, аналогично тому, как мы описали для вас управленческие процессы.

Выполнение (отчёт участника):

процесс	X / V	комментарии
Каждый месяц Дир./Упр. ставит план по продажам (марже) на всё турагентство/офис и каждому менеджеру	V	
Дир./Упр. отслеживает конверсию обращения-продажа (по источникам получения / постоянным/новым клиентам)	V	
КРП напрямую влиют на зарплату работников агентства	V	
КРП встроены в процесс управления турагентством	V	
Кроме работы, непосредственно связанной с продажами, дир./Упр. ставит перед подчинёнными и другие задачи (ИЗ)	V	
Дир./Упр. регулярно проводит планёрки с менеджерами	V	
Дир./Упр. отслеживает глубинную мотивацию подчинённых	X	Никогда этого не делал у себя в ТА
Дир./Упр. проводит регулярную оценку менеджеров (раз в мес)	X	В Октябре этого не делал. Будет внедрён в наше ТА.
Дир./Упр. раз в месяц подводит итоги прошедшего месяца и актуализирует план развития каждого своего подчинённого	V	
Дир./Упр. создаёт условия для карьерного роста своих подчинённых (горизонтального и вертикального)	X	Сейчас мы не создаём условий для карьерного роста своих менеджеров.
Дир./Упр. даёт обратную связь подчинённым своевременно, используя для этого метод "Гамбургера"	X/V	Иногда 50/50 получается по словам Вайбухера. Иногда из крайности в крайность
Ставит подчинённым цели / задачи и передавая проекты, Директор/Управляющий использует специальный алгоритм	X	Сейчас это происходит по принципу как побьёт, алгоритма нет :(
Вместо того, чтобы 24/7 заниматься текущей	X/V	Получается делегировать; Передача функционала по алгоритму не внедрена
поток"	X/V	Передача функционала на поток не налажена :(
бюджета	V	
стадия развития	V	
процесс, который	X	Книги менеджера и др. у нас пока нет
ключи в книге Мен.Дир.	X	Параметрически выстраиваем сотрудничество.
ают наши стандарты	V	
могут нам их улучшить	V	
ярных	V	
в агентства	V	
ководит	V	
своей команды продаж	V	
предстоящий год	X	Никогда не проводили стратегичес

1. распечатайте чек-лист эталонных управленческих процессов, который мы выдали вам на 2'м дне программы. отметьте **галочками** то, с чем у вас всё ОК; **крестиками** - то, с чем у вас объективно есть проблемы; **прокомментируйте крестики** - напишите, почему не получается; **итог сфоткайте и приложите к посту-отчёту** (кнопка choose file).

Распечатал, отметил крестиками и полу-крестиками с чем есть проблемы и прокомментировал их.

2. напишите в посте-отчёте, какие два 'крестика' вы превратите в 'галочки' за октябрь (и как). Третий и четвёртый 'крестики' мы уже выбрали ЗА вас - это модель приоритизации директора (№15) и проведение стратегических сессий (№20).

X - В Октябре проведу оценку менеджеров с помощью таблички в экселе которую ТМ дал на бесплатном вебинаре. Проведу оценку профессиональных и личностных характеристик.

X - Поставлю задачу менеджерам используя специальный алгоритм. В конце Октября буду ставить индивидуальную задачу на Ноябрь и делегирую несколько функций по таблице передачи функционала.

3. напишите в посте-отчёте, какие три процесса вы бы добавили к этому перечню процессов (думайте в это время о ваших заместителях-управленцах).

1. Дир/Упр проводит еженедельное личное обучение для развития собственных компетенций и навыков.
2. Дир/Упр раз в месяц занимается Customer development.
3. Дир/Упр должен обеспечить не останавливающееся тестирование и генерацию гипотез по улучшению показателей, управлению, микроклимату у сотрудников и т.д

4. опишите (прямо в посте-отчёте) один из процессов, обозначенных в пункте №3, аналогично тому, как мы описали для вас управленческие процессы.

Дир/Упр раз в месяц занимается Customer development.

Кастдев это развитие клиента.

Дир/Упр должен подготовить список правильных вопросов для интервью у своих клиентов/потенциальных клиентов.

Например:

Узнать, кто ЛПР

-Узнать, кто держатель бюджета

-Выявить «боль» человека-

-Узнать, насколько она «болит»

- Ищет ли решение у конкурентов

Все вопросы должны быть только про **прошлый опыт человека!**

Иначе вопросы заданные в будущем контексте это уже выдумка и предположение человека.

Фиксирование результатов:

По примеру:

Человек (Имя, соц статус, вид работы или деятельности и т.д)

2-3 гипотезы (Люди остерегаются покупать тур в интернете так как для них это высокая ответственность покупки / Слухи и негативные новости из СМИ влияют на вероятность покупки)

Сколько раз в году покупал пакетный тур? (2 раза в год с женой) и т.д по этому примеру.

Цикл нашего каст-дева:

Гипотеза - вопросы - поиск респондентов - опрос - фиксирование результатов - выводы - изменения в сервисе/продажа и т.д

Почему мы работаем именно так?

Cust-dev позволяет Дир/Упр периодически понимать какие тенденции среди покупателей наблюдаются, выявлять какие страхи стереотипы остаются, а какие со временем не проходят.

Этот процесс нам позволит получить ответы на вопросы от самых важных людей в нашей компании - наших клиентов.

Это позволит нам точнее сформировать предложения и акции для наших клиентов, переосмыслить наши программы лояльности для постоянных.

Задание №3: функционал директора

Что нужно сделать, чтобы мы засчитали вам 3'й день программы:

1. две недели вести ФРД (ручкой на листочках ("рыбы" - в теме "технологии планирования дир."));
2. провести анализ ФРД, сделав категоризацию по аспектам деятельности (пометки на полях);
3. сделать таблицу "переход на правильные приоритеты" -> 4 столбца: функционал (берём из ФРД), уровень приоритета текущий, уровень приоритета целевой, action-plan (пояснения будут на эфире);
4. затем сфотографировать всё, что получилось на шагах 1-2, сшить в pdf-документ (в редакторе, который позволяет вставлять картинки в документ и делать экспорт в pdf (на винде - ворд / на маке - пейджес или кейноут)), после чего объединить этот pdf-файл с файлом таблицы из пункта 3 в единый архив и прикрепить посту-отчёту через функцию 'choose file';
5. в самом посте-отчёте опишите то, как трансформировался ваш функционал и время, которое вы на его выполнение тратите, после внедрения модели приоритизации в вашу работу.

Выполнение (отчёт участника):

Доброго дня! Познакомился с ФРД на марафоне, очень классная штука. Позволяет трезво оценить куда уходит ваше время и почему ты что-то не успеваешь.

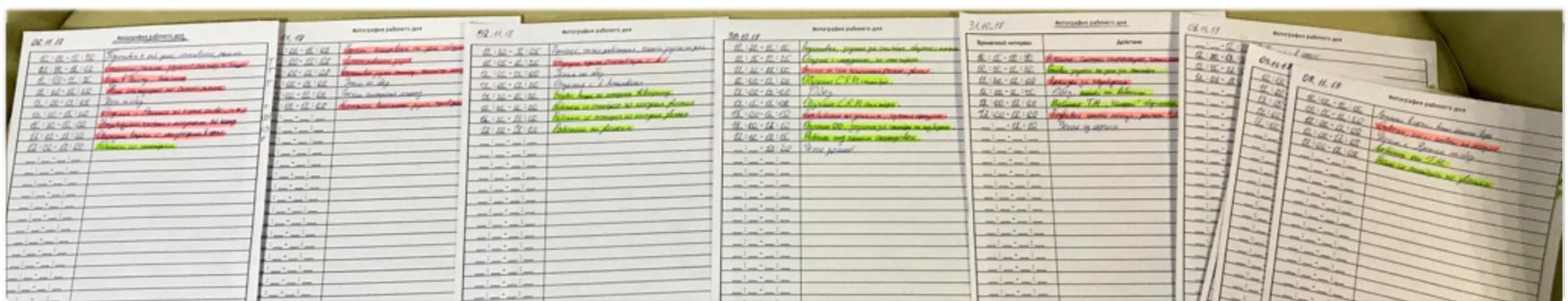
Вёл ФРД 12 дней. За это время уже в этом месяце несколько задач и функционала удалось передать на выполнение сотрудникам после того как правильно расставил для себя приоритеты 😊

Вообще таблица "перехода на правильные приоритеты" очень замотивировала во время её заполнения. Понял какой функционал у меня уже работает без меня, а какие задачи мне предстоит передать приоритет выполнения своим сотрудникам.

Функционал на самом деле трансформировался сильно, в таблице я всё прописал.

В архиве таблица перехода на правильные приоритеты и отчёт ведения мной ФРД.

Функционал	Уровень приоритета текущий	Целевой	Action plan
Пополнение балансов рекламных кабинетов	Директор / Т	Аутсорс маркет.агентство / Директор	Уже договорились о переводе и комплексном ведении рекл.компаний с марк.агентством
Подготовка плана стажировки, задания для стажёра	Директор / Р	Старший менеджер / 2 номер	Отдам этот процесс под ключ кроме собеседования старшему менеджеру с стандартами и инструкциями как только он будет воспитан :)
Обучение стажёра CRM	Директор / Р	Стажёр самостоятельно + старший менеджер	Запись обучающего скринкаста по работе с СРМ
Обучение QQ стажёра	Директор / Р	Стажёр самостоятельно + старший менеджер	Запись обучающего скринкаста по работе с QQ + Вебинар от QQ
Вебинары ТМ, обучение	Директор / Р	Директор	Директор должен развиваться и учиться всегда :)
Подведение месячных итогов маркетинговых показателей, анализ	Директор / Р	Директор / Марк.Агентство	Всегда участвую в анализе и обсуждение и планировании маркетинговой стратегии (мне это очень нравится)
Планёрка по итогам месяца, показатели менеджеров + расчёт з/п	Директор / ОУ	Старший менеджер / Директор	Совместно со старшим менеджером / 2 номером, по готовности человека (в процессе)
Планирование на месяц / KPI	Директор / ОУ	Старший менеджер / Директор	Старшим менеджер / 2 номер, по готовности человека (в процессе) согласует с Директором
Обучение стажёра продажам / скрипты / симуляции / встречи	Директор / Р	Менеджеры через ИЗ	В этом месяце менеджеры уже взяли половину функционала стажировки на себя через ИЗ. В планах отдача полного процесса обучения стажёра через ИЗ
Обучения стажёра документообороту	Директор / Т	Менеджер через ИЗ	В этом месяце уже исполняется через ИЗ
Обучения стажёра турпродукту	Директор / Р	Менеджер через ИЗ	В этом месяце уже исполняется через ИЗ
Еженедельные субботние собрания / Ретроспектива / разбор ситуаций / симуляции / мотивация	Директор / Т	Старший менеджер / 2 номер	Передача организации и проведение собрания старшему менеджеру / 2 номеру. Надеюсь к концу эталонки я это сделаю.
Анализ сделок в СРМ, обзор задач и просроченных уведомлений	Директор / ОУ	Менеджер / Старший менеджер	Либо передам этот функционал старшему менеджеру либо предполагаю зашить это менеджеру в ИЗ с чётким KPI по правильному ведению СРМ его коллег
Еженедельные E-mail рассылки + автоматически серии	Директор / Т	Менеджер	В этом месяце уже исполняется через ИЗ
Отвечаю на предложения по рекламе и партнёрству	Директор / Т	Менеджер / Старший менеджер	В этом месяце уже начали фильтровать звонки директору. Менеджер выясняет кто, что, зачем, по чём и докладывает мне



Задание №5: делегирование

Чтобы мы засчитали вам выполнение задания пятого дня, разместите в этой теме пост-отчёт, включающий в себя:

- 1 - заполненную таблицу-план отдачи функционала;
- 2 - файл с описанием одного проекта/задачи, которую вы будете делегировать в ближайший месяц;
- 3 - расскажите о своём опыте делегирования проекта/задачи из пункта 2.

Выполнение (отчёт участника):

1 - заполненную таблицу-план отдачи функционала;

Заполненную таблицу прикрепил к посту.

2 - файл с описанием одного проекта/задачи, которую вы будете делегировать в ближайший месяц;

Первые 3 пункта в прикрепленной таблице делегировал в этом месяце.

3 - расскажите о своём опыте делегирования проекта/задачи из пункта 2.

E-mail рассылку ведём еженедельно. Как ни странно этот функционал висел на мне очень давно. После эфирного дня про делегирование накидал в таблицу отдачи функционала +/- функции которые я могу сбросить с себя уже в текущем месяце и высвободить время для более важных задач.

Решил пока зашить этот функционал в ИЗ. Зашло легко и без проблем. Записал краткую инструкцию для менеджера, прикрепил обучающий краткий вебинар по особенностям сервиса и конструктора. Первое письмо отправили совместно, второе и третье уже самостоятельно. Согласуем тему и контент и работаем. Я только смотрю статистику.

2 функционала по стажировке новичка решил тоже с себя снять в этом месяце т.к обучение отнимает много времени. Также зашил менеджера в ИЗ. Большая часть стажировки делегирована я больше в этом не участвую. Смотрю за результатами.

В планах ещё делегирование части функционала по готовности старшего менеджера, ещё не воспитался 😊

Таблица отдачи функционала

Название функции [Что конкретно отдаём?]	Процесс [Что именно надо делать?]	Отвественный [Кому передаём?]	Контроль [Как будем проверять?]	DeadLine [Когда будем передавать?]
E-mail рассылка	Еженедельные емейл рассылки	Екатерина	Еженедельное согласование по теме письма и контроль отправки	Передал 05.11 в ИЗ
Обучение стажёра документообороту	Обучить стажёра по всем моментам связанным с документооборотом, совместное написание инструкции	Екатерина	Стажёр показывает свою инструкцию по д/о руководителю и рассказывает по шагово все действия	Передал 05.11 в ИЗ
Обучение стажёра турпродукту	Помочь стажёру составить таблицу по курортам и отелям, рассказать про главные нюансы и особенности турпродукта	Юлия	Стажёр показывает таблицу по отелям и курортам. Проверка знаний по курортам и терминологии.	Передал 05.11 в ИЗ
Ведение контекстной рекламы на площадках Я/Д и Г/А, анализ и отчётность маркетинговых показателей	Докрутка рекламных компаний, минусация слов, добавление новых ключевиков, работа со ставками, анализ конкурентов, анализ показателей, пополнение балансов	Маркетинговое агентство	Онлайн конференция по четвергам	Договорённость начала работ до 30.11
Проведение общих планёрок	Проведение утренних планёрок / обзор этапов по сделкам / дожимы / отказы / план на день	Старший менеджер	краткий отчёт по проведённой планёрке	Декабрь / Январь
Еженедельные субботние собрания	Ретроспективный анализ / разбор ситуаций / симуляции / мотивация	Старший менеджер	Отчёт о проведённом собрании, кол-во разобранных звонков, бланки с заполненными выводами	Январь
Ежедневная фактиризация лидов и продаж в КРІ	Занесение информации по заявкам и источникам в КРІ, а также занесение информации по продажам в 11:00	Старший менеджер	Просмотр крі после обеда каждого дня	Январь

Задание №6: прогноз продаж и план по продажам

- 0 - добейтесь соблюдения стандартов ведения CRM, которые мы обсуждали в 6'м дне программы;
 Чтобы мы зачитали вам выполнение задания 6'го дня,
 разместите тут пост-отчёт, включающий в себя:
 1 - скриншот страницы с расчётом прогноза продаж и историйности по вашему агентству;
 2 - скриншот расчёта плана по продажам на ноябрь.

Выполнение (отчёт участника): цифры в таблицах - комиссия часть цифр изменена по соображениям конфиденциальности

Провалился в обучение + внедрение всех всех технологий от ТМ. Поэтому отписываюсь по д/з с опозданием когда выделил время для отчётов 😊

0 - добейтесь соблюдения стандартов ведения CRM, которые мы обсуждали в шестом дне программы;

Со стандартами в CRM вроде полный порядок (карма решает), скорректировали воронку и приняли во внимание рекомендации от ТМ. Мы те не многие люди кто не пользуется U-ON 😊

Пользуемся AmoCRM и возможности интеграций и кастомизаций полностью нас устраивают.

И вся это история отлично работает!

1 - скриншот страницы с расчётом прогноза продаж и историйности по вашему агентству;

Скриншот прилагаю. Более менее корректные данные по прибыли я смог заполучить за 2018 год, так как я в этот бизнес зашёл не так давно именно на роли директора/партнёра, поэтому расчёт прогноза продаж и сезонности не совсем объективный, а реально объективен по этому бизнесу он будет наверно к концу 2019.

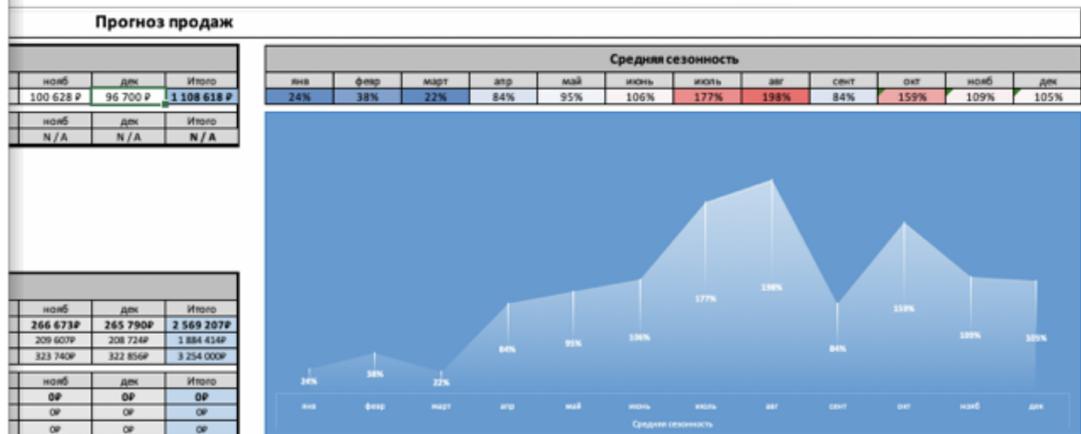
Но штука очень крутая, просто огонь! Расчёт прогноза продаж зайдёт вообще абсолютно в любой бизнес где есть продажи (Сейчас пробуем построить прогноз продаж по этой таблице на крупную транспортную компанию/наш партнёр-инвестор) 😊 Спасибо за универсальный инструмент!

2 - скриншот расчёта плана по продажам на ноябрь.

Скриншот прилагаю. По этому плану завершаем год. Но работаем пока в KPI 2017, а в новый дублируем.

В Январе переходим на новый полностью.

Расчет плана продаж – грубая ф			
Планируемый месяц:	декабрь 2018		
План продаж по турам			
Расчитаем план по обращениям	ноябрь 2018	ноябрь 2017	декабрь 2017
Заполните данные по обращениям:	150	20	40
Корреляция из месяца в месяц:	100%		
Уточните драйвер по обращением:	80%		
Итого план по заявкам:	240		
Расчитаем план по средней комиссии	ноябрь 2018	ноябрь 2017	декабрь 2017
Заполните данные по комиссиям:	100 628 Р	28 000 Р	15 000 Р
Уточните количество продаж (договоров):	12	10	7
Ваша средняя комиссия составила:	8 386 Р	2 800 Р	2 143 Р
Корреляция из месяца в месяц:	-23%		
Уточните драйвер по средней комиссии:	100%		
Итого план по средней комиссии:	6 418 Р		
Расчитаем план по конверсии	ноябрь 2018	ноябрь 2017	декабрь 2017
Заполните данные по конверсии:	8,0%	50,0%	17,5%
Корреляция из месяца в месяц:	-65%		
Уточните драйвер по конверсии:	900%		
Итого план по конверсии:	25,2%		
Уточните общий драйвер (амбиции):	70%		
План продаж по турам	271 696 Р		



Задание №7: нарезка плана по менеджерам + фин.мотивация

1. Разберитесь, как работает механизм распределения плана по менеджерам, зарплатный блок, фактеризация, аналитика и прочие элементы КРІ'ника (посмотрите видеоинструкции от Михаила);

2. Сгенерируйте под себя файл-фактеризатор на ноябрь, заполните, начните вести в демо-режиме;

3. В декабре:

- если раньше НЕ пользовались КРІ'ником -> 2й шаг внедрения ИЗ;

- если вы раньше пользовались КРІ'ником -> переходите на новый;

Чтобы мы засчитали вам выполнение задания 7'го дня,

разместите тут пост-отчёт, включающий:

- пояснения в свободной форме о том, какую модель начисления вы выбрали (fix / прогр. %);

- скриншот из гуглдокс, на котором видно распределение плана одного из ваших офисов по МППТ;

- перечень бонусных задач, которые вы поставите своим МППТ в декабре.

Выполнение (отчёт участника):

1. Разберитесь, как работает механизм распределения плана по менеджерам, зарплатный блок, фактеризация, аналитика и прочие элементы КРІ'ника (посмотрите видео, которые для вас запишет Михаил);

КРІ ник изучил от и до ещё версию 2017, новый тоже. Настроил под себя, отредактировал, возможно внесу ещё свои корректировки.

2. Сгенерируйте под себя файл-фактеризатор на ноябрь, заполните, начните вести в демо-режиме (ноябрь);

Фактеризатор заполнил под себя на Декабрь и полностью дублировал с 2017 весь Декабрь, в январе 2019 переходим на новый.

Небольшой лайфак: Как я делаю быстрый доступ менеджерам, в Google Chrome на открытой вкладке с крї нужно перейти в меню гугл-хрома → Дополнительные инструменты → Создать ярлык.

На рабочем столе появится ярлык страницы с крї. Ярлык можно перетащить в панель задач возле иконки windows. Так у менеджера появляется быстрый доступ к крї в отдельном окне который всегда перед глазами не зависимо открыт браузер или закрыт.

3. В декабре:

- если раньше НЕ пользовались КРІ'ником -> 2й шаг внедрения ИЗ;

- если вы раньше пользовались КРІ'ником -> переходите на новый;

Переходим на новый в Январе 2019-ого.

- Пояснения в свободной форме о том, какую модель начисления вы выбрали (fix / прогрессивный %);

Пока на этот год решил оставить fix на 7 порогов. Учитывая обстоятельства и ситуацию в команде когд сейчас перемешка из старичка, среднечка и новичка думаю что фикс пороги будут оптимальным планом.

Пока не знаю как скажется переход на прогрес.процент на команде, поэтому нужно тестировать в начале года.

- Скриншот из гуглдокс, на котором видно распределение плана одного из ваших офисов по МППТ;

Прикрепил скриншот на одного из менеджеров + ИЗ.

- Перечень бонусных задач, которые вы поставите своим МППТ в декабре.

Пример ИЗ на декабрь на одного из менеджеров:

- Реактивация клиентов из базы в срм
- Получить от туристов видео-отзыв на 15-30 секунд
- Подготовить доклад о возможности старта продаж круизных туров. Краткий обзор, ср.цены, ТО в этом сегменте, средние комиссии по этому турпродукту, кто из конкурентов в Томске занимается круизами.
- Доклад по комбинированным турам по Европе + возможности нам продавать и разработать рекламную кампанию по этому направлению
- Запуск E-mail рассылки 4 письма в месяц (1 в неделю) 2 продающих + 2 информационных

План продаж на Декабрь - по турам:										272 000 Р						
Распределение плана продаж и расчет ЗП																
Юля																
Продажи туров	цель	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Факт	Порог	К выплате
Вклад менеджера	125%	цель	28 233 Р	56 467 Р	85 000 Р	113 333 Р	136 000 Р	158 667 Р	181 333 Р	204 000 Р	226 667 Р	249 333 Р	272 000 Р	0 Р	0	0 Р
		бонус	5 667 Р	11 333 Р	17 000 Р	22 667 Р	28 333 Р	34 000 Р	39 667 Р	45 333 Р	51 000 Р	56 667 Р	62 333 Р			
Индивидуальные задания:													Факт	Минимум	К выплате	
Реактивация клиентов из базы в срм	цель	15													8	0 Р
	бонус	1 000 Р														
Получить от туристов видео-отзыв на 15-30 секунд	цель	5													3	0 Р
	бонус	500 Р														
Подготовить доклад о возможности старта продаж круизных туров. Краткий обзор, ср.цены, ТО в этом сегменте, средние комиссии по этому турпродукту, кто из конкурентов в Томске занимается круизами.	цель	1													1	0 Р
	бонус	1 000 Р														
Доклад по комбинированным турам по Европе + возможности нам продавать и разработать рекламную кампанию по этому направлению	цель	1													1	0 Р
	бонус	1 000 Р														
Запуск E-mail рассылки 4 письма в месяц (1 в неделю) 2 продающих + 2 информационных	цель	4													4	0 Р
	бонус	1 000 Р														
Базовый оклад:										10 000 Р	Итого к выплате: 10 000 Р					

Задание №8: мотивация, карма, v&v

Задания, не идущие в зачёт:

а. посмотреть бонусные видео по мотивационным фишкам / теориям мотивации и модели Макгрегора / управленческим приёмам (если ещё не смотрели) / найму персонала (min - про собеседования).

б. внедрять у себя в агентстве KPI / ИЗ / Карму в соответствии с обсуждённым таймингом.

Чтобы мы засчитали вам выполнение задания восьмого дня, напишите в этой теме пост-отчёт, включающий в себя:

1. Предварительный список хороших и плохих дел (Карму) на первый месяц внедрения - по 5 штук;
2. Проведите мотивационное интервью с МППТ и поделитесь впечатлениями (в свободной форме);
3. Приложите к посту pdf'ку вашей версии документа "Стратегическая цель" (V&V's).

Выполнение (отчёт участника):

1. Предварительный список хороших и плохих дел (Карму) на первый месяц внедрения - по 5 штук;

Прикрепил скриншот кармы к посту-отчёту.

2. Проведите мотивационное интервью с МППТ и поделитесь впечатлениями (в свободной форме);

Практикую такое интервью давно, у меня это "20 минутка" о жизни о погоде о работе. С кем то в рабочей обстановке, с кем-то в курилке и т.д

В ходе последнего интервью с каждым менеджером был выявлен ряд проблем у некоторых (на момент написания отчёта проблемы решили)

Например, у одного из менеджеров был психологический барьер ввиду своего небольшого опыта на должности менеджера у неё была установка "Если досконально не знаешь всю базу отелей курортов и всех всех нюансов тур продать невозможно". Какие бы скрипты и технологии продаж у тебя под рукой не были. Это и была причина очень низкого старта и невыполнения плана в 1 месяц. После такого разговора и объяснения, что такой опыт и знания отельной базы приходит только с практикой, барьер был преодолен и пошли результаты.

Такие интервью нужно проводить обязательно время от времени, они позволяют выявить псих.состояние у сотрудников, узнать кто какие цели преследует, кто готов двигаться с командой дальше, а с кем нужно провести ротацию.

3. Приложите к посту pdf'ку вашей версии документа "Стратегическая цель" (V&V's).

Стратегическую цель для компании прикрепил.

Стратегическая цель турагентства «Отдых круглый год»

Мы в нашей компании стремимся стать лучшим и высокотехнологичным сервисом по оказанию туристических услуг на рынке. Наша цель всегда превышать ожидания наших клиентов, мы нацелены экономить самое важное, что есть у каждого человека на планете, это его время. Свобода человека от мук выбора и вопроса «куда и за сколько?» и подарить кучу незабываемых на всю жизнь эмоций, мы верим, что влияем на жизни наших клиентов.

Мы – это компания современных путешественников, это была, есть и будет всегда нашей основной и главной целью.

Мы даём это для того, чтобы создать прочный доверительный союз клиент — компания, с целью объединить счастливых, жаждущих новых ощущений и путешествий людей в наше сообщество.

Для этого мы в компании стремимся совершенствовать качество предоставляемых нами услуг за счёт личного и профессионального развития наших сотрудников, повышения компетенций, личного опыта в освоении стран и отелей, следование всем стандартам нашей компании.

Благодаря большому опыту и знаниям по странам и курортам мы экономим бесценное время наших клиентов.

На базе нашей компании нам удалось создать полноценную IT-инфраструктуру с талантливыми специалистами, чтобы с их помощью предоставлять простой и удобный сервис со всеми современными возможностями для наших клиентов.

Мы отчетливо понимаем, что добиться лучшего высокотехнологичного сервиса на рынке и превышать ожидания наших клиентов, возможно лишь придерживаясь неуклонных принципов и ценностей.

Что мы даём

Нашим клиентам	Нашим коллегам	Нашему руководству
<ul style="list-style-type: none"> Внимание к деталям Забота об отдыхе и комфорте Высокий уровень сервиса Все современные удобства коммуникации Надёжность и безопасность в оформлении тура Ценные бонусы и подарки Уверенность в предоставляемом отделе Полноценная 24/7 помощь и кон. 	<ul style="list-style-type: none"> Личностное и профессиональное развитие Интересная система финансовой и не финансовой мотивации Стабильность, достойный доход в зависимости от результатов Официальное трудоустройство Социальный статус Возможности карьерного роста и развития Возможности управленческого 	<ul style="list-style-type: none"> Опыт и развитие как руководителя Доход и возможность развивать проект Выполнение поставленных задач и стремление к масштабной цели Следование общей глобальной цели компании, понимание миссии Самостоятельное принятие решение в базовых задачах Высвобождение свободного времени на развитие бизнеса

Ключевые ценности и принципы «Отдых круглый год»

Личная ответственность. «Отдых круглый год» - это в первую очередь сплоченная команда профессионалов, каждый из которых разделяет нашу главную стратегическую цель. Мы осознаём свои возможности и понимаем свои зоны ответственности, поэтому ежедневно делаем всё возможное (и невозможное :) для достижения наилучшего результата - максимального удовлетворения наших клиентов и превышения их ожиданий от работы с нами.

Позитив и дружелюбие. Для нас «Отдых круглый год» - это не просто работа... это наша жизнь, поэтому любые сложности и препятствия мы встречаем с азартом и улыбкой. А ещё, стараемся «заразить» своим позитивом наших клиентов и сделать всё, чтобы после общения с нами, их настроение становилось чуточку лучше. :)

Внимание к деталям. Мы знаем, что бог и дьявол кроются в мелочах и лишь проявляя фанатичную внимательность ко всему, что мы делаем, мы сможем достичь истинного успеха. Поэтому мы перфекционисты во всём...и особенно - во взаимодействии с клиентами и сопровождении сделок.

Работа по внутренним стандартам. Мы постоянно ищем и осваиваем лучшие практики - методы работы, которые позволяют нам добиваться максимальных результатов - и затем делаем их стандартом работы в нашем турагентстве. Это позволяет нам работать эффективно и демонстрировать нашим клиентам высочайший уровень профессионализма и качества сервиса. Приняв стандарт, все мы неукоснительно следуем ему.

Постоянное совершенствование стандартов. Мы работаем по стандартам. Но это не означает, что мы не меняемся. Лучший стандарт - тот стандарт, который постоянно совершенствуется. Все мы открыты для обсуждения корректировок существующих стандартов и постоянно ищем новые и более эффективные способы выполнения работы агентства.

Постоянное развитие, обучение и обмен опытом. Мы верим в то, что настоящему великие цели достигаются лишь командами, люди в которых поддерживают друг друга. Каждый из нас обладает уникальным опытом и знаниями, поэтому мы с удовольствием обмениваемся ими и помогаем друг другу расти и развиваться во всем, что касается работы.

Честность и взаимное доверие. Наша команда - это наша вторая семья, поэтому мы поддерживаем в ней 220критич и искренние отношения, основанные на честности и взаимном доверии.

Карма			
Хорошие дела			
Нашел ошибку или внес конструктивную идею по доработке сайта	0	100 ₺	0₺
Заключение / Перезаключение договоров с ТО	0	100 ₺	0₺
Выход на работу в выходной или праздничный день по просьбе руководства	2	500 ₺	1 000 ₺
Повторная продажа своему клиенту	1	250 ₺	
Уборка в офисе, свой раб.стол + чистота в поле зрения клиента	1	100 ₺	
Более 50% заявок взял корректный E-mail адрес	0	300 ₺	
Проконсультировала в чате Lead Back и удалось получить контакт	0	50 ₺	
Плохие дела			
Опоздал на работу не предупредив об этом по телефону	0	100 ₺	
Не отработал по новой заявке в срок (Более 1 часа)	0	100 ₺	
Просроченные напоминания в CRM к концу недели / Не стоит задача по сделке (Более 1 дня)	0	100 ₺	
Не внёс информацию в CRM по результатам общения с клиентом	0	100 ₺	
В CRM указан не корректный источник рекламы	0	100 ₺	
Не проставлен таймер звонка купившему клиенту (Более 1 дня)	0	100 ₺	
Выключен Lead Back на компьютере	0	50 ₺	
Итого карма:		1 350 ₺	

Задание №9: планёрки

Задания, не идущие в зачёт:

- а. начните проводить ретроспективный анализ коммуникаций (видео уже есть на платформе);
- б. поживите пару недель в режиме ежедневных (утро+вечер) цифровых планёрок;

Задание, которое нужно выполнить, чтобы мы засчитали вам прохождение 9'го дня: выберите проблему, которую хотите решить в своём агентстве; пропишите себе сценарий адаптивной планёрки, за счёт которой вы эту проблему будете решать; проведите планёрку (по крайней мере первую итерацию); в этой теме напишите в свободной форме пост-отчёт, в рамках которого поделитесь впечатлениями и приложите к нему скрин/pdf сценария, который вы использовали в процессе.

Выполнение (отчёт участника):

Задания, не идущие в зачёт:

а. начните проводить ретроспективный анализ коммуникаций (видео уже есть на платформе);

Ретроспективный анализ проводим с бесплатного марафона, очень действенный инструмент.

б. поживите пару недель в режиме ежедневных (утро+вечер) цифровых планёрок;

Цифровые планёрки получается проводить пока по вечерам, но скоро перейдём на формат утро/вечер.

Задание, которое нужно выполнить, чтобы мы засчитали вам прохождение 9'го дня: выберите проблему, которую хотите решить в своём агентстве; пропишите себе сценарий адаптивной планёрки, за счёт которой вы эту проблему будете решать; проведите планёрку (по крайней мере первую итерацию); в этой теме напишите в свободной форме пост-отчёт, в рамках которого поделитесь впечатлениями и приложите к нему скрин/pdf сценария, который вы использовали в процессе.

На момент проведения адаптивной планёрки, обсуждали проблему низкого процента закрытия на встречу после 1 звонка с клиентом.

Хочу отметить, что в целом планёрка прошла по плану с некоторые уходами в частные случаи и отработками возражений.

На след. ретроспективном анализе частично удалось решить проблему в лучшую сторону.

Уход в подборки сократился в половину, кол-во встреч соответственно выросло.

Отлично, я доволен результатом, буду продолжать точно воздействовать таким инструментом и подправлять текущие проблемы. Очень крутой управленческий приём в копилку опыта 😊

Конструктор адаптивных планёрок [коррективировка / постановка коллективных и бонусных задач]	
	<p>Коллеги, после очередного ретроспективного анализа, как мы с вами же подметили у нас есть проблема в закрытие на встречу на 1 звонок.</p> <p>Мы ведь все с вами прекрасно знаем в каком высоко конкурентном рынке мы работаем. В 11:00 ты промедлила, в 11:30 твоя заявка уже ронируется у конкурентов в соседнем районе пока ты делаешь ему очередную подборку.</p> <p>К чему это всё я веду, если мы будем дальше медлить с закрытием на встречу с 1 звонка, мы просто утонем в подборках, рутине и звонках с опросом удалось ли посмотреть варианты на почте/вацапе и т.д, а то ваши зарплаты, это ваши планы – это наши деньги!</p> <p>Нам нужно учиться перестраиваться, чтобы двигаться дальше. Я смотрю у нас на этапе «сделать подборку» 74 контакта, а могло быть в половину меньше, а оставшая половина контактов могла быть на «предоплате» или «успешно реализовано» , а это по моим подсчётам около 180 тыс рублей!</p>
Негативные примеры Когда и как проблема проявляется? К чему это приводит?	<p>Вот, например на прошлой неделе, заявка упала на Настю с сайта ОАЭ – бюджет 350 тыс, звонок по скрипту первичного звонка, выявила потребности, клиент настоял на подборке в вацапе, не смогла дожать на встрече. Ок. Отправила варианты в вацап. Звонок через 2 часа, клиент сказал, что приехал на встречу в другое агентство и купил тур за 340 тыс. Потеря в комиссии около 30 тыс руб! А это весомый вклад в план и общий результат агентства.</p>
Позитивные примеры Каким образом проблема решается? К чему это приводит?	<p>Судя по анализу звонков, у Юли это получается, в ситуациях она проявляет большую «цепкость» потому, что понимает, если ей удалось пройти по всей цепочки первичного скрипта, правильно выявить потребности и закрыть в этом же разговоре человека на встречу, то ей не придётся ещё тратить тонны времени на создание и отправку подборок, это время она потратит на подготовку к встрече. Вы сами себя грузите большой рутинной работой, вместо того чтобы общаться с клиентами на встрече и заключать договора уже в офисе.</p>
Что теперь делаем? Связь со стандартами и vision & values.	<p>Я хочу, чтобы вы ещё раз открыли наши стандарты компании, по которым мы работаем и ещё раз повторили. Обратите внимание на стандарт №10 где написано, что встреча – это самый результативный канал коммуникации и почему. Давайте повторим и отработаем ещё раз скрипт первичного звонка, у вас есть доступ на платформу, где выложены видео по первичному скрипту, разберём это на следующем собрании.</p>
Сбор обратной связи Устранение возражений	<p>Да, я прекрасно понимаю, что бывают ситуации, что закрыть на встречу с первого разговора сложно, особенно если клиент очень упёрт. Давайте разберём прямо сейчас частные случаи по каждой.</p>
Контроль Как будет проверяться выполнение/исправление?	<p>Посмотрим ваши результаты как обычно на ретроспективном анализе через 2 недели, обсудим результаты и проведём работу над ошибками.</p>
Итоговое напутствие Что нам даст изменение в работе (процесс + \$)? Вера в сотрудников!	<p>Коллеги, надеюсь на вашу целеустремлённость и нацеленность на результат. Если нам удастся сократить уход в подборки вдвое, все от этого выиграют, особенно ваши итоговые з/п. Мы с вами прошли уже достаточно сложный путь перестроения и внедрения новых стандартов, поэтому уверен, что всё получится!</p>

Задание №10: скрипты телефонных переговоров

Чтобы мы засчитали вам выполнение задания 10'го дня, выложите в эту тему пост-отчёт в свободной форме, включающий в себя:

1. Перечень ошибок, которые конкретно ваши менеджеры допускают при общении по телефону;
2. Впечатления от старта внедрения новой версии телефонных скриптов.

Выполнение (отчёт участника):

Добрый день!

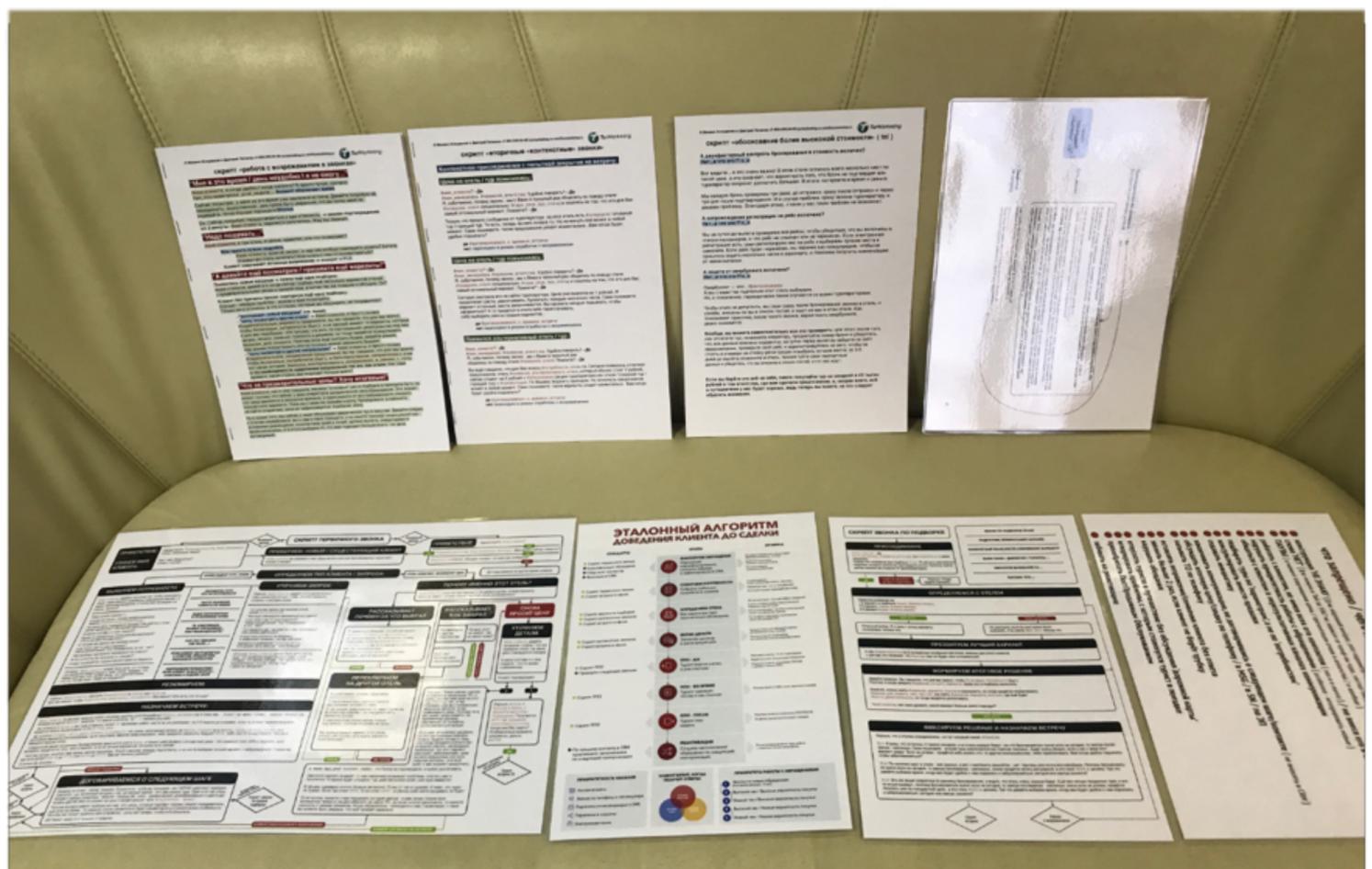
1. Перечень ошибок, которые конкретно ваши менеджеры допускают при общении по телефону;

Ретроспективный анализ показывает, что самые частые ошибки которые допускают наши менеджеры по телефону это:

1. Консультация вместо полного досконального выявления потребностей. Отсюда все вытекающие последствия.
2. Не всегда целью разговора явля-ся закрытие на встречу. Отпускание разговора на самотёк.
3. Не всегда возвращаем инициативу в разговоре после перебивающих вопросов клиентов.
4. Растерянность при большом кол-ве возражений.
5. Не доносят ценность продукта и сервиса до клиента.
6. Не всегда есть чёткое понимание на каком этапе разговора находится сейчас и какой след. шаг.
7. Иногда бывают сильные отклонения от структуры скрипта первичного звонка при входящем вызове.

2. Впечатления от старта внедрения новой версии телефонных скриптов.

- Впечатления очень обнадеживающие. Сотрудники получили качественно - красивый распечатанный комплект материалов по скриптам. Прикрепил к посту 😊
- Приятное вдохновение новым обучением. Добился что-бы посмотрели все видео от корки до корки за 3 дня.
- Посмотрели все, сделали 2-ух часовую планёрку по разбору непонятных моментов и разбора на примере конкретных ситуаций.
- Есть даже самые первые результаты, назначение 4 встреч по чёткому следованию первичного и вторичного по подборке.
- Больше покажет ретроспективный анализ через неделю. В любом случае старт дан. Через 2 месяца думаю обкатаем до идеала.



Задание №11: скрипты переговоров на встречах

Чтобы мы засчитали вам выполнение задания 11'го дня,
выложите в эту тему пост-отчёт в свободной форме, включающий в себя:

1. Перечень ошибок, которые конкретно ваши менеджеры допускают при общении на встречах;
2. Впечатления от старта внедрения новой версии скриптов встреч.

Выполнение (отчёт участника):

1. Перечень ошибок, которые конкретно ваши менеджеры допускают при общении на встречах

Иногда не помогают человеку утвердить и принять решение по конкретному варианту;

Встреча затягивается слишком на долго;

Не полный сбор потребностей клиента;

Нет отработки и получения истинного возражения клиента;

Часто нет "Дожима";

2. Впечатления от старта внедрения новой версии скриптов встреч.

Новые версии скриптов по встрече, являются и новыми и первыми 😊

Впечатление как всегда оптимистичные, настроены на повышение результатов встреч.

Предполагаю, что повысим конверсию из встречи в продажи.

Наконец то ребята научиться как и в каких ситуациях более грамотно отрабатывать с туристами.

Задание №12: правила торга / выдачи скидок

Чтобы мы засчитали вам выполнение задания 12'го дня, выложите в эту тему документ, регламентирующий политику скидок в вашем агентстве (и комментарий в свободной форме к нему).

Выполнение (отчёт участника):

Решил подойти к регламенту выдачи скидок в рублях.

Да бы менеджеру было понятно конкретно от какой комиссии и сколько он может сделать скидку, а где скидку категорически делать не нужно, что бы оставить минимум маржи в сделке.

Версия регламента первая, буду дополнять ещё. Пока писал пост-отчёт вспомнил, что не добавил комментарии по эквайрингу 😊



www.kru-god.ru
8(3822) 909-303

Регламент торгов и выдаче клиентам скидок

1. Мы никогда, никому, ни при каких обстоятельствах сами не предлагаем скидки!
2. Даже если клиент просит скидку, мы сперва делаем всё, что бы продать без неё (Работа с возражениями, скрипт X, скрипт Y, обоснование более высокой стоимости)
3. Цена это самый последний рычаг в работе с клиентом.
4. Продала тур со скидкой выше чем на сайте - доплатила туристу за отпуск из своего кошелька.

Правила торгов

Ориентировочная комиссия по туру:

Менее 4.000 руб - Скидки нет вообще! Ниже этой суммы агентство не работает.

От 4.500 до 6.500 руб - Максимальная скидка с тура от 500 до 1000 руб.

От 7.000 до 8.500 руб - Максимальная скидка с тура от 500 до 1500 руб.

От 9.000 до 10.500 руб - Максимальная скидка с тура от 500 до 2000 руб.

От 11.000 до 13.000 руб - Максимальная скидка с тура от 500 до 3000 руб

На туры с ориентировочной комиссией свыше 13.000 руб (большие чеки) скидка обсуждается индивидуально с руководителем!



www.kru-god.ru
8(3822) 909-303

⚠ На туры по **Promo Price*** запрещается делать скидки выше цены указанной на сайте.

! Наше агентство не делает скидок, наше агенство дарит ценные подарки своим клиентам:

- Бесплатный трансфер в аэропорт в обе стороны.
- Бесплатное такси до офиса на 1 встречу.

⚠ Если ориентировочная комиссия по туру пока неизвестна, но клиент требует чтоб вы озвучили размер скидки, то в первую очередь менеджер должен применить все инструменты в арсенале <скрипт-х, скрипт-у, рсв, обвс>.

🚫 Если настаивает:

- #Имя_клиента, смотрите, вообще у нас в компании регламент работы менеджера по туризму запрещает делать скидки туристам.
- Но у нас с вами частный случай, давайте я к нашей с вами встрече попробую договориться с директором по поводу пересчёта цены конкретно для вас. Тем более он как раз должен через час приехать.
- #Имя_клиента, давайте тогда на 16:00 сегодня удобно будет подъехать к нам? Ещё раз всё посмотрим и со скидкой как раз решим.

Задание №13: памятка по стране

Задание, которое идёт в зачёт: сразу после эфира 'забронируйте' за собой страну в комментариях -> для этого просто напишите сообщение, в теле которого есть только название страны -> у вас есть время до 14'го января, чтобы встроить в этот пост документ-памятку по выбранной стране, написанный по шаблону, который мы выдали вам на эфире.

Выполнение (отчёт участника): Таиланд.

Таиланд

Таможня

Сумма личных вещей, которые можно без проблем ввозить в Таиланд **10 000 бат**. Всё новое и неиспользованное ранее лучше заблаговременно распечатать, чтобы у сотрудников таможни не возникло подозрений, что предметы ввозятся не для использования для продажи. Тайцы не обращают внимания на дорогие ноутбуки и фотоаппараты при условии что они личные (с провозом упакованных или коммерческих партий могут быть проблемы). Личные вещи необходимо декларировать если они превышают сумму в **80 бат**. Иначе могут возникнуть проблемы с последующим выездом из страны.

Наличные: Декларировать ввозимую и вывозимую наличность нужно, если сумма превышает суммы 20 000 долларов по курсу валют в Таиланде на момент ввоза или вывоза. Баты подлежат декларации при сумме более 50 000.

Запрещено к ввозу в Таиланд

- порнография
- предметы, которые имитируют гениталии
- наркотики и наркотические препараты
- алкоголь (ограничения)
- сигареты (ограничения)
- некоторые породы собак
- некоторые виды животных
- перцовые баллончики
- огнестрельное оружие и боеприпасы
- кальяны
- электронные сигареты

Алкогольная продукция: Полного запрета нет. Однако вы можете провезти через границу **не более 1 л** крепкого алкоголя в расчёте на одного совершеннолетнего туриста.

Ограничения на ввоз табачной продукции: Несовершеннолетние не имеют права брать с собой сигареты. Провозимое через таможню количество рассчитывается только на совершеннолетних граждан. Каждый может ввезти в страну **не более 200 сигарет**, если рассчитывать на граммы, то не более 250 гр. Важно распределить блоки по разным сумкам.

Если хотите взять больше, зря надеетесь, тайцы вывернут весь багаж и, найдя табачные изделия сверх установленного лимита, изымут их. Помимо конфискации, вы будете оштрафованы на 5 000 бат.

Гулять по улице с сигаретой, как у нас, не стоит. Это нарушение закона, за что положен штраф 2 500 бат

Запрещено вывозить из страны

- изображение и статуэтки Будды выше 13 сантиметров
- землю, песок, кораллы, ракушки, необработанные драгоценности, незадекларированные ювелирные украшения
- почтовые марки (законно и недорого порадовать близких можно, если отправить открытку из почтового отделения)

- слоновая кость, черепаший панцирь и изделия из них
- чучела животных (разрешено вывозить только при наличии соответствующих документов)
- сушеные морские коньки в любом виде
- дуриан (нельзя брать на борт самолета по причине невыносимого запаха, который исходит от плода)
- арбуз (арбуз теоретически вывозить можно, только в порезанном виде. С целым арбузом вас просто не пустят на борт самолета, поскольку он может не выдержать давления и взорваться)
- кокосовый орех (сканер не просвечивает скорлупу. Мало ли, что вы решили за ней спрятать)

Безопасность

Криминогенная обстановка в Таиланде относительно благополучная. Местные доброжелательно относятся к гостям, а полиция королевства зорко следит за их спокойствием, но, все же, это не повод терять бдительность. Крупные туристические центры в любой стране притягивают к себе всевозможных жуликов и мелких бандитов, поэтому сохранять бдительность все же нужно.

- Храните документы и ценные вещи в сейфе, не носите с собой крупные суммы денег, снимая деньги с кредитки и вводя код доступа, закрывайте кнопки рукой.
- При поездке на тук-туке или сонгтео следите за происходящим вокруг. Известны случаи, что когда машина останавливается на светофоре, преступники на мотоциклах срывают золотые украшения с пассажиров и скрываются с награбленным.

Наркотики и ночная жизнь

Некоторые ошибочно полагают, что при такой бурной ночной жизни, как в некоторых городах Таиланда, здесь без проблем можно употреблять всевозможный для острых ощущений. И это очень большая ошибка. К искоренению наркомании в Таиланде относятся настолько серьезно, что за употребление сажают в тюрьму, а за распространение – расстреливают. При этом туристы не выделяются в отдельную категорию граждан и несут ответственность, так же как и граждане королевства.

Безопасность на дорогах

Хотя почти никто не соблюдает правила дорожного движения, дороги переходят вполне безопасно, главное делать это спокойно и медленно. В курортных местах на дорогах достаточно много светофоров и пешеходных переходов, где вы можете с осторожностью пересекать проезжую часть. Главное при переходе дороги не делать резких движений из стороны в сторону, двигаться не спеша.

Тепловые удары и солнечные ожоги

Порой бывает очень сложно поверить, в тот факт, что здесь можно обгореть до мяса, даже когда небо затянуто тучами или получить тепловой удар во время безбидной полуденной прогулки. Однако, лучше поверить на слово опытных людей, чем проверять подобное на собственной шкуре. Для лечения не сильных солнечных ожогов и для защиты от солнца можно использовать народное тайское средство – кокосовое масло.

Пищевое отравление

Основной проблемой путешественников в Таиланде являются проблемы с ЖКТ. Однако в жарком и влажном климате королевства риск получить кишечную инфекцию несколько больше, чем в каком-нибудь европейском городе, и это обусловлено имен-

климатическими условиями. Поэтому частое мытье рук, тщательное ополаскивание овощей и фруктов перед едой должно прочно войти в привычку всех и каждого.

- Никогда не пейте сырую воду. Покупать бутилированную воду лучше в супермаркетах и магазинах. На улице могут продать запечатанную воду из-под крана. Чистить зубы можно водопроводной водой.
- Старайтесь не пить напитки в кафе и ресторанах со льдом, поскольку лед может быть сделан из водопроводной воды. Если лед сделан в виде кубиков или цилиндров с отверстием в середине, такой лед заводского производства и он безопасен.

Безопасность на воде

Главное, что русские туристы должны намотать на ус, в связи с морской тематикой – это то, что если на пляже вывешены красные флаги и стоят таблички, запрещающие купаться – это значит, что купаться ЗАПРЕЩЕНО! И никакого «если очень хочется – то можно» быть не должно.

Такси

Во-первых, если нужно поймать такси, нужно посмотреть на тайцев. Они выстраиваются в очередь в специальных местах и тормозят машины. Во-вторых, поймав машину, нужно сразу садиться и уже в салоне говорить, куда ехать. Если начать уточнять и спрашивать сколько это будет стоить, то 100% таксист назовет фиксированную стоимость. В-третьих, обязательно проверить, чтобы счётчик был включен. Скажите «каунтер» или «такси митээр» — таксист поймёт. Вот и все хитрые приёмы, которые помогают ездить на такси по счётчику.

Аварийные телефоны:

Куда звонить, если что-то пошло не так.

- **Контактный телефон нашего агентства:** +7 (3822) 231-246; +7 (909) 543-12-46. -> поможем сориентироваться, если что-то пошло не так.
- **Посольство России в Таиланде** (Бангкок): (8-10-662) 234-98-24, 268-11-69 -> если нужна помощь, консультация, защита прав гражданина Российской Федерации.
- **Телефон экстренной связи в случае чрезвычайной ситуации** при Консульском отделе Посольства РФ (Бангкок): +66-90-40-33-645 -> когда имеется реальная угроза здоровью, безопасности и жизни.
- **Почётное консульство Российской Федерации** (в провинциях Чонбури и Районг): (+66 38) 25-04-21 (доб. 2888)
- **Почётное консульство Российской Федерации** (Пхукет, Краби и Пханг-нга): (+66 76) 38-44-69

- **Информация для туристов** по : 420-504
- **Туристическая полиция в Таиланде:** 421-281
- **В случае утери Master Card:** 66 (2) 252 22 12
- **Скорая медицинская помощь** : 191
- **Полиция:** 123, 1644

Позвонить в Россию с тайской сим-карты:

Для этого при наборе номера +7.. вместо «+» нужно набрать один из этих кодов: 004, 009, 006. Код 004 работает с DTAC (Happy). Код 006 с TrueMove. Код 009 с оператором AIS (1-2-call).

Т.е. если у меня сим-карта тайского оператора DTAC, то я набираю номер таким образом: 004-7-901-xxx-xx-xx

Словарь

Разумеется, для свободного общения тайского разговорника будет недостаточно. Однако основные фразы пригодятся при поиске транспорта и ориентировании на местности, во время шопинга, путешествий по не туристическим регионам. Большинство фраз универсальны и могут понадобиться практически в любой момент: это вежливые выражения — благодарности, приветствия и прощания; числа, цвета, названия блюд местной кухни и фруктов; общие вопросы — при размещении в гостинице и навигации.

Общие правила:

- Двоеточие после гласной указывает на долгий звук
- Во многих фразах используются частицы, и важно знать их различие: «кхрп» — при обращении к мужчине, «кха» — к женщине
- Когда говорите о себе, тоже важно правильно выбрать род. Местоимение «я» для мужчин — это «пхом», для женщин — «чан».

Основные фразы:

- Сават ди: кхрп(кха) - здравствуйте
- Ла: ко: н кхрп(кха) - до свидания
- Кхо: п кхун кхрп(кха) - Спасибо
- Кхун саба: й ди: май кхрп(кха) - Как вы? (как ваше здоровье?)
- Ра: кха: тхаурай кхрп(кха) - Какая цена? (сколько стоит?)
- Пхом (чан) май ау кхрп(кха) - Я не хочу
- Кхо: тхо: д кхрп(кха) - Извините
- Май пен рай кхрп(кха) - Ничего (не стоит беспокоиться)
- Аро: й кхрп(кха) - Вкусно
- Пхом (чан) май кхву тй кхрп(кха) - Я не понимаю
- Чо: к ди: кхрп(кха) - Удачи!
- Кхо: май пет кхрп(кха) - Без спешки пожалуйста
- Ни: тхау рай - Сколько это стоит? (в ресторане)
- На: м - Вода

Еда

Еда в кафе стоит недорого, поэтому там можно поесть за приемлемые цены. Только отдавайте предпочтение кафе, где обедает много тайцев, а не пару туристов. Это говорит о том, что еда там дешёвая и вкусная. Также цены на еду в кафе, которые находятся на пляжах, всегда гораздо выше, поэтому ищите кафе подальше от моря.

Что обязательно стоит попробовать:

- **Gai Pad Met Mamuang** - курица по-тайски. Обжаренные кусочки курицы с хрустящими орешками кешью и перцем. Имеет сладковато-солёный вкус. Обычно это блюдо не сильно перченое.
- **Spring Roll**. Спринг Роллы - это обжаренные хрустящие блинчики с начинкой - приятная закуска. Часто спринг роллы относят к вегетарианской еде, самый популярный вариант среди туристов - с креветками
- **Panaeng**. Панаенг готовят из курятины, свинины или говядины в красном карри. Чтобы смягчить карри в Таиланде любят добавлять в еду кокосовое молоко. Подается обычно с вареным рисом.

- **Som Tam** - салат из папайи. Острый салат из папайи готовится с добавлением бобов, томатов, лука и некоторых трав. Очень хорошо подходит как дополнение к грилю и прочей мясной еде.
- **Moo Sa-Te** - шашлычки. Острые небольшие шашлычки из свинины в Таиланде можно встретить везде, подаются они с желтым карри. Хороши как закуска к пиву.
- **Tom Yam Goong** - знаменитый тайский суп Том Ям с креветками. Самое разрекламированное российским туристам блюдо. Может быть настолько острым, что несколько секунд невозможно дышать. Поэтому лучше начинать свое знакомство с тайской едой с лапши Пад Тай.
- **Лапша Pad Thai** - готовится из разных сортов лапши с добавлением курятины, свинины или морепродуктов. Также в блюдо добавляют тофу, жаренные яйца, лук и измельченный арахис
- **Жареный рис Khaw Pad** - готовится с курятиной, свининой, говядиной или морепродуктами. Обязательные ингредиенты: обжаренные яйца и овощи
- **Суп Khao Soi** - два вида лапши (обычная и хрустящая) с желтым карри и кусочками курицы или говядины. отлично подойдет под пиво.

Кроме тайской еды в Таиланде вы найдете огромное количество другой - корейской, мексиканской, японской кухни и пр. Очень много заведений специализируются на привычной для туристов европейской или американской кухне. Такая еда ощутимо дороже, даже если речь идет о самых обычных гамбургерах.

Сувениры

Что привезти на память с Таиланда:

- **Магниты и брелки в виде карты Таиланда** с достопримечательностями (15-175 бат – 0,5-5\$)
- **Статуэтки** из дерева, керамики или металла в виде слона (70-1050 бат – 2-30\$), в виде Будды (350-3500 бат – 10-100\$), в виде лягушки (70-350 бат – 2-10\$).
- **Керамические тарелки** с пейзажами, надписями и т.д. (200-600 бат – 3-18\$)
- **Ароматические палочки** (от 25 бат – от 1\$) и подставки для них (от 100 бат – от 3\$)
- **Футболки** с разными надписями «Тайланд», «Бангкок» (от 100-150 бат – от 1,5-4\$)
- Различные **амулеты, бижутерия** и другие украшения
- **Комплект ручек и карандашей** с гравюрами (150-1750 бат – 4-50\$)
- **Сувенирные палочки** для еды в разноцветных карманчиках (1 пара 30-35 бат – 1\$, набор из 6 пар: от 120 бат – 4\$)
- **Палочки** для еды из дерева в различных подарочных футлярах (от 150 бат – 5\$)
- **Чай** (синий чай, матум, молочный улун и пр.)
- **Жемчуг** (золотой, черный жемчуг)
- **Изделия из кожи** (сумки, кошельки и пр.)
- **Косметика** (кокосовое масло, крема с экстрактом улитки, мыло, скрабы и пр.)
- **Лекарства** (эвкалиптовый ингалятор, бальзамы и мази)
- **Фрукты** (манго, рамбутан, папайя, личи и др.)