

## Планерка по внесению полных данных в CRM

[внесение полных данных в карточку клиента, контакты, источник привлечения, финансы, подписка на рассылку ]

### Подводка

Коллеги, в сентябре этого года мы с вами перешли на новую CRM U-On Travel. Многие уже успели оценить ее преимущества перед старой системой. Однако что бы получать от нее максимальную отдачу нужно ПРАВИЛЬНО заносить информацию о турах и клиентах.

### Проблема

Почему это важно?  
Связь с деньгами!!!

Хочу выделить три основные проблемы в занесении данных:

1. Неполная информация о туристах
2. Забываете подписывать на рассылки
3. Не актуальная финансовая информация по заявкам

Полные данные о туристах и подписка на рассылки. Наша CRM система интегрирована с E-mail рассылками. Это очень удобный канал взаимодействия с потенциальными клиентами и клиентами постоянными.

Поэтому при получении обращения важно брать полный перечень контактов у туристов и корректно вносить их в карточку клиента. Кроме того, не забывать подписывать туристов в нужные листы в наших рассылках.

Вы тратите меньше времени на работу с возражениями клиентов. Вместо вас работает Вэлком серия по новым клиентам. Сервисные сообщения по забронированной заявке уходят так же автоматически. Так же автоматически уходят письма по постпродажному обслуживанию.

Вы экономите свое время для работы с другими заявками, а клиент получает более качественный сервис.

Информация о полученных деньгах от туристов, себестоимости и оплата туроператорам так же важно вносить корректно, чтобы не исказить статистику.

Источники по входящим заявкам дают нам информацию о том какой из каналов привлечения работает наиболее эффективно.

### Негативные примеры

Когда и как проблема проявляется? К чему это приводит?

Не полный перечень контактов в карточке клиента не дают нам взаимодействовать с клиентом по нескольким каналам.

Некорректная информация по источнику заявки не дает понимания откуда пришел этот клиент и какой канал привлечения работает более эффективно.

Неполная информация по финансовой части в заявке искажает статистику.

Все это мешает нашей работе!

### Позитивные примеры

Каким образом проблема решается? К чему это приводит?

Полные контактные данные помогают нам оперативно связаться с клиентом. Наличие почты помогает продавать. У новых клиентов меньше возражений. Постоянным клиентам мы отправляем письма с напоминаниями о себе, что бы они покупали чаще!

Корректно указанный источник клиента помогает мне принимать правильные решения по продвижению и привлечению новых клиентов.

## Планерка по внесению полных данных в CRM

[внесение полных данных в карточку клиента, контакты, источник привлечения, финансы, подписка на рассылку ]

### Что теперь делаем?

Связь со стандартами и vision & values.

Для того чтобы вы это все запомнили сегодня со всеми еще раз повторим последовательность действий при заведении обращения.

Если вы что то забыли у вас во внутренней группе агентства в ВК будут лежать короткие ролики с пошаговыми действиями при работе с CRM.

### Сбор обратной связи

Устранение возражений

Какие есть вопросы? Давайте их сразу разберем.

### Контроль

Как будет проверяться выполнение/исправление?

Сегодня нужно привести в порядок все что было внесено в карточки клиентов с сентября этого года.

Далее я ежедневно буду внимательно за этим следить.

Менеджер в офисе «Анэкс» прекрасно справляется, без ошибок, заполняя полные данные по клиентам. Не забывает их подписывать на рассылку.

У нее это прекрасно получается и у вас получится тоже!

### Итоговое напутствие

Что нам даст изменение в работе (процесс + \$)?  
Вера в сотрудников!

Итак, корректное ведение CRM помогает нам в продажах.

Автоматические рассылки снимают возражения и повышает лояльность, актуальная информация по источникам клиентов позволяет привлекать больше заявок.

Финансовая информация по заявкам дает нам представление о текущей ситуации.

Вносить эти данные – просто! Я уверен у вас точно все получится, вперед!