

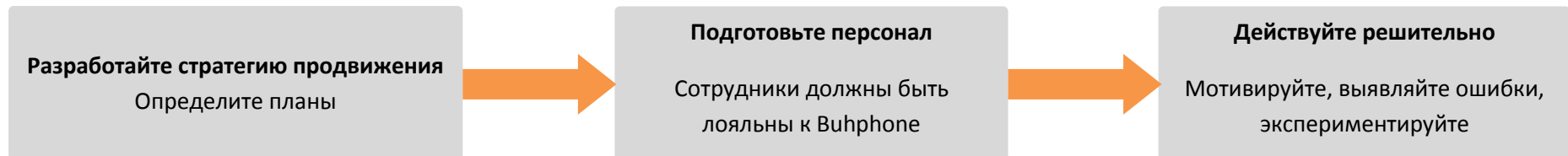


## Как организовать быстрый перевод Клиентов на Vuhphone

Рекомендация	Комментарий
<p>Шаг 1. Создайте <b>понятные</b> для Клиента <b>сервисы</b> (названия Ваших услуг). Подключите сервисы Вашему пользователю.</p>	<p>Заведите в Учетной системе понятные сервисы (виды услуг) и подключите их Клиентам. Например, «Линия консультаций», «Задать вопрос эксперту», «Обновление конфигурации», «Вопросы документооборота» или по именам Ваших специалистов, которых знают Клиенты: «Степанов Игорь», «Захаров Максим». Пользователь сможет обращаться как по какой-то услуге, так и к конкретному специалисту. Если пользователь не смог обратиться (по любой причине) - Вы сразу узнаете об этом.</p> <p><i>Подключая Вашим специалистам различные компетенции (права на оказание тех или иных услуг) и расставляя приоритеты соединений, Вы сможете гибко настроить маршрутизацию входящих обращений Клиентов.</i></p>
<p>Шаг 2. <b>Предложите</b> Клиенту легко, быстро и <b>бесплатно</b> обращаться в Вашу Компанию через <b>Vuhphone</b>.</p>	<p>Подготовьте для Вашего Пользователя программу <b>Vuhphone</b> с заранее подключенными сервисами. Запустите ее на компьютере Клиента и предложите обратиться по какому-либо сервису. Поинтересуйтесь мнением Клиента и ответьте на его вопросы. Если Клиент продолжает использовать альтернативные способы обращения в Вашу Компанию – выясните причины, снимите возражения и повторите пробное обращение через <b>Vuhphone</b> вместе с Клиентом.</p>
<p>Шаг 3. Предоставьте (платно или в подарок) Клиенту гарнитуру.</p>	<p>Предложите Вашему Пользователю пользоваться любой гарнитурой. Например, в течение некоторого времени бесплатно, а если понравится – гарнитуру можно приобрести. Заключите соответствующее соглашение. После того как Пользователь попробует – ему захочется оставить ее у себя (это современная мировая практика).</p>
<p>Шаг 4. <b>Приучите</b> Ваших специалистов быть всегда на связи и самим <b>обращаться к Клиентам</b> через Vuhphone.</p>	<p>Если Ваши специалисты будут сами обращаться (или отвечать на обращения) к Клиентам через Vuhphone, Клиент быстрее освоит функционал решения и захочет получать больше Ваших услуг.</p>

## Барьеры (трудности) при переводе Клиентов на Vuhphone

Ситуация	Варианты выходы из ситуации
<b>Привычка или боязнь нового</b> Клиент привык звонить по телефону и не умеет пользоваться новыми средствами	Вариант 1. <b>Покажите</b> как это просто, быстро и удобно. Обязательно дайте возможность все попробовать самостоятельно. Желательно (даже рекомендуемо) несколько раз. Вариант 2. <b>Приводите хорошие примеры</b> современных удобных средств общения – icq, Skype, sms, социальные сети. Про них все знают, привыкнуть к <b>Vuhphone</b> не составит труда. Вариант 3. <b>Задавайте вопросы</b> – спросите, пользуется ли он сотовой связью, sms, пультом ДУ, электронной почтой – все эти средства недавно были диковинкой, а сейчас являются нормой жизни.
<b>Отсутствие гарнитуры</b> За ненадобностью у офисных компьютеров часто нет внешних динамиков и микрофона	Вариант 1. <b>Предложите</b> приобрести гарнитуру у Вас или <b>придумайте способ дарения</b> (передачи) гарнитуры другим способом – например, включите ее в стоимость своих услуг. Выиграете и Вы, и Ваш Клиент. Вариант 2. Предложите Клиенту использовать <b>любую гарнитуру</b> . Существует множество дешевых гарнитур. Гарнитура не очень важна, но с ней будет просто удобнее, так как является средством передачи звука и голоса.
<b>Клиенту ничего не нужно</b> Это распространенная отговорка, за которой часто скрыты простые возражения	Вариант 1. Делайте акцент на то, что <b>Vuhphone</b> в первую очередь <b>экономит ему время</b> . Задавайте вопросы – выясните, что на самом деле скрывает Пользователь. Это может быть некачественная работа другой Компании или много работы (некогда), а также просто плохое настроение. Не торопите Пользователя – если нужно, просто перенесите разговор на другое время.



## Распространенные ошибки

Действие/бездействие	Последствия	Рекомендации
<b>Изменение ценовой политики при переводе Клиентов на Buhphone</b> Партнер меняет систему ценообразования собственных услуг одновременно с переводом Клиентов на <b>Buhphone</b> .	Клиент испытывает два изменения одновременно: меняется средство для получения услуг, меняется ценообразование. При малейших ошибках в ценообразовании стресс Клиента может усиливаться из-за барьера освоения нового средства для получения услуг. В итоге трудно делать управленческие выводы и принимать решения.	Не торопитесь, действуйте последовательно. Мы рекомендуем реализовать следующий сценарий: <ul style="list-style-type: none"><li>• Перевести Клиентов на Buhphone</li><li>• Проанализировать статистику обращений</li><li>• Найти неэффективности и точки роста</li><li>• Выработать выгодную модель ценообразования услуг</li><li>• Перевести Клиентов на новую модель</li><li>• Тиражировать положительный опыт</li></ul>
<b>Пассивность</b> Партнер передает <b>Buhphone</b> Клиентам и ждет, когда они сами начнут обращаться.	Отсутствие обращений Клиентов, как следствие – простаивание Инфраструктуры, потеря времени, невозможность пользования ресурсами Инфраструктуры, отсутствие инструментов для анализа собственной деятельности, отсутствие конкурентных преимуществ над другими участниками рынка и т.п.	<b>Добейтесь лояльности Ваших сотрудников к Buhphone.</b> Действовать нужно активно! Клиентам некогда разбираться, изучать отличия от других средств коммуникаций. Они ждут, когда Вы сами к ним придете и все покажите.
<b>Отсутствие стремления к уникальности</b> Партнер не ищет свою уникальность, работает также «как все».	Скатывание в ценовую войну. Партнер с более выраженной индивидуальностью (линейкой услуг, опытными и известными специалистами, лучшим сервисом или технологией), может быстрее других закрепиться на рынке.	Изучайте статистику обращений Ваших Пользователей, используя Инфраструктуру <b>Buhphone</b> . Делайте выводы, что у Вашей организации получается хорошо, а над чем нужно работать. Тиражируйте лучшее, ищите неэффективности и устраняйте их – все это постепенно будет улучшать Ваш бизнес.
<b>Плохая подготовка персонала</b> Партнер не стимулирует развитие профессиональных навыков своих сотрудников.	Результаты работы неудовлетворительные, общее недовольство руководства и напряженная обстановка в коллективе. Частые конфликты, отсутствие желания добиваться результатов. Слабая осведомленность сотрудников о возможностях продуктов/услуг, целях и задачах Компании.	Сотрудники должны знать чего хочет Компания. Проводите регулярные обучения и аттестации сотрудников, тренинги и собрания по обмену опытом. Такие мероприятия «заряжают» коллектив. Мотивируйте сотрудников на то, что нужно Компании. Сделайте <b>Buhphone</b> инструментом для роста Вашего бизнеса.