



TAO-FOX.COM

О ТАО-FOX

Когда Вы определяетесь в решении, что отдадите несколько функций маркетинга и продаж на аутсорсинг, Вам будет необходима информация о нас – наших сотрудниках, технологиях, сервисе и решениях



СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЙ СЕРВИС В B2B-СЕКТОРЕ ПО ГЕНЕРИРОВАНИЮ ЛИДОВ И ПОИСКУ НОВЫХ КЛИЕНТОВ С ОПЫТОМ СОТРУДНИЧЕСТВА С КЛИЕНТОМ **БОЛЕЕ 10 ЛЕТ**



ОБНОВЛЕНИЕ АРХИВНЫХ КОНТАКТНЫХ ДАННЫХ И РЕШЕНИЙ ДЛЯ КЛИЕНТА

M

СОТРУДНИЧЕСТВО С **800** ПРОФИЛЬНЫМИ СПЕЦИАЛИСТАМИ В МАРКЕТИНГЕ И ПРОДАЖАХ

\$

УВЕЛИЧЕНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ВАЛОВОЙ И ЧИСТОЙ ПРИБЫЛИ С РЕШЕНИЙ ПО ПРОДАЖАМ



ВЫСОКАЯ СКОРОСТЬ В ЭКСПЛУАТАЦИИ НОВЕЙШИХ ТЕХНОЛОГИЙ ПРОДАЖ

TAO-FOX ПРЕДОСТАВЛЯЕТ СЕРВИС В ОБСЛУЖИВАНИИ ПРОДАЖ И МАРКЕТИНГА ФИРМАМ,
КОТОРЫМ НЕОБХОДИМЫ УЛУЧШЕНИЯ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ПРОДАЖ И НОВЫЕ КЛИЕНТЫ



ОСНОВНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА УСЛУГИ ГЕНЕРАЦИИ ЛИДОВ НА АУТСОРСИНГЕ

1

ГАРАНТИРОВАННЫЙ ЕЖЕМЕСЯЧНЫЙ ПРИТОК ЛИДОВ

2

ЛУЧШИЕ КОЭФФИЦИЕНТЫ КОНВЕРСИИ (ОТ 30 ДО 50 %) – ПРЯМОЕ ВЛИЯНИЕ НА РЕЗУЛЬТАТЫ ПРОДАЖ

3

НИЗКАЯ СТОИМОСТЬ ЛИДОВ – В 3-5 РАЗ ДЕШЕВЛЕ, ЧЕМ ИСКАТЬ НОВЫЕ ЛИДЫ

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА

1

СОЗДАНИЕ АКТУАЛИЗИРОВАННЫХ КОНТАКТНЫХ БАЗ, СЕГМЕНТАЦИЯ И ПРОФИЛИРОВАНИЕ РАЗЛИЧНЫХ СЕГМЕНТОВ КАК ПО ДЕМОГРАФИЧЕСКИМ, ТАК И ПО ПОВЕДЕНЧЕСКИХ КРИТЕРИЯМ, ПОДГОТОВЛЕННЫХ К ПЕРЕДАЧЕ В ПРОДАЖИ

2

ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ТЕХНОЛОГИИ ВЗРАЩИВАНИЯ ЛИДОВ - ОБЕСПЕЧЕНИЕ КОНВЕРСИИ И РОСТА КОЛИЧЕСТВА КВАЛИФИЦИРОВАННЫХ ЛИДОВ И ЦЕЛЕВЫХ КЛИЕНТОВ, ГОТОВЫХ К ПЕРЕДАЧЕ В ПРОДАЖИ

3

УНИАЛЬНОСТЬ И ЭКСКЛЮЗИВНОСТЬ УСЛУГИ НА ОТЕЧЕСТВЕННЫХ B2B - РЫНКАХ

4

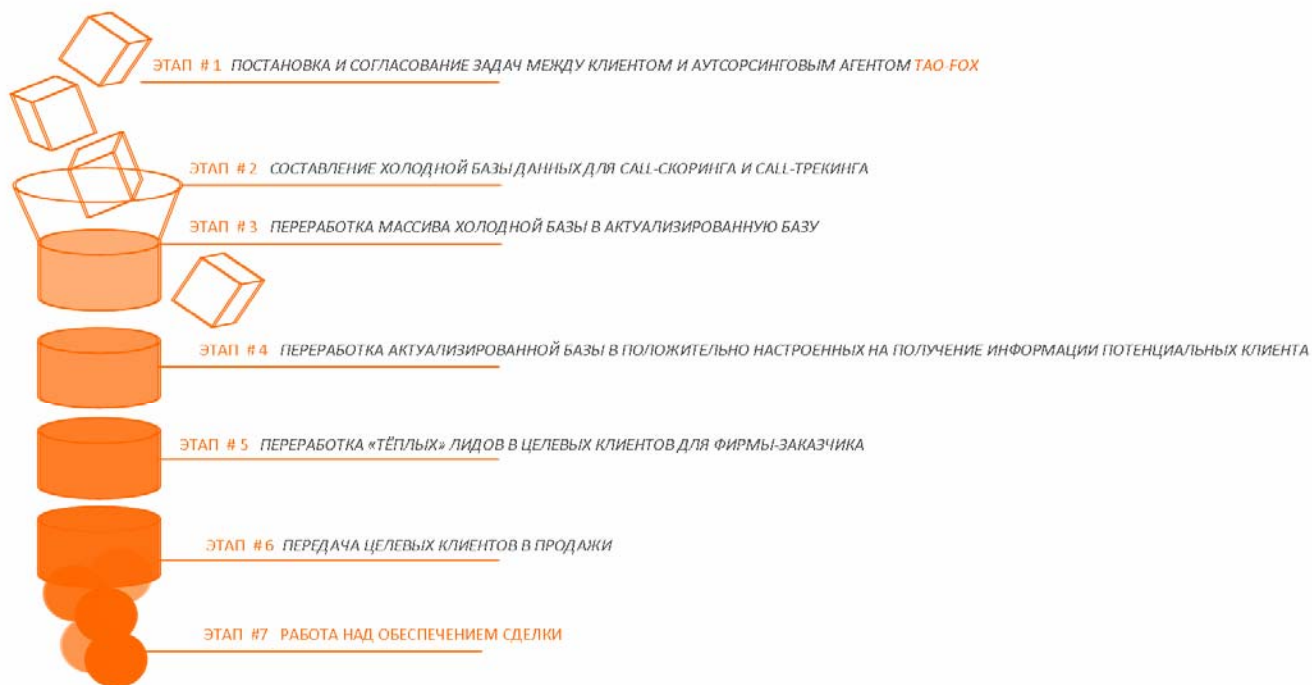
ПОЛНАЯ ИНТЕГРАЦИЯ С ПРОДАЖАМИ НА УРОВНЕ ПРОЦЕССОВ И ТЕХНОЛОГИЙ

5

РАЗВИТИЕ КОМПЕТЕНЦИЙ МАРКЕТИНГА ОРГАНИЗАЦИИ С КОНКУРЕНТНЫМИ ПРЕИМУЩЕСТВАМИ

АВТОМАТИЗИРОВАННАЯ ВОРОНКА ПРОДАЖ ТАО-FOX

ВОРОНКА ТАО-FOX – ЭТО МУЛЬТИКАНАЛЬНЫЙ ИНСТРУМЕНТ ПРОДАЖ, БАЗИРУЮЩИЙСЯ НА РЕСУРСАХ CALL-ЦЕНТРА И ИНСТРУМЕНТАХ МАРКЕТИНГА ПО ГЕНЕРАЦИИ ЛИДОВ И УПРАВЛЕНИЮ МАРКЕТИНГОВОЙ КАМПАНИЕЙ



ПЛАН ЗАТРАТ НА 21 ДЕНЬ ДЛЯ АУТСОРСИНГА И ИНХАУСА

?

ВОПРОС: Почему развитие продаж эффективно в исполнении аутсорсингового агента, специализирующегося только на сервисе обеспечения продаж ?

!

ОТВЕТ: Телефонные коммуникации для B2B-сотрудничества требуют усилий, времени и ресурсов. В первую очередь, сравним издержки

ТИПЫ ИЗДЕЖЕК	АУТСОРСИНГ	ФИРМА
T (TIME) \ ВРЕМЯ	21 ДЕНЬ	21 ДЕНЬ
L (LABOR) \ ТРУД	6 СПЕЦИАЛИСТОВ В МАРКЕТИНГЕ И ПРОДАЖАХ	6 МЕНЕДЖЕРОВ ПО ПРОДАЖАМ
TL (TOOLS) \ ИНСТРУМЕНТАРИЙ	IP-ТЕЛЕФОНИЯ \ CRM \ ТЕХНОЛОГИЯ ПРОДАЖ	IP-ТЕЛЕФОНИЯ \ CRM \ ТЕХНОЛОГИЯ ПРОДАЖ
M (MONEY) \ ДЕНЬГИ	3 900 \$	8 800 \$
SK (SKILLS) \ НАВЫКИ	40 ТРЕНИНГОВ КАЧЕСТВА	20 ТРЕНИНГОВ ПО ПРОДАЖАМ

ЗАДАЧИ НА 21 ДЕНЬ



НЕОБХОДИМО ОБЕСПЕЧИТЬ ЦИКЛ ПРОДАЖ ЗА 21 ДЕНЬ С РЕЗУЛЬТАТОМ ДО 50 ВСТРЕЧ С ЦЕЛЕВЫМ КЛИЕНТОМ
СКОЛЬКО УСИЛИЙ НЕОБХОДИМО ПРОИЗВЕСТИ, ЧТОБЫ ОБЕСПЕЧИТЬ РЕЗУЛЬТАТ ?



1 ПОРТФЕЛЬ ДОКУМЕНТОВ, ВКЛЮЧАЮЩИЙ **4** СПЕЦИАЛЬНЫЕ ФОРМЫ ПО АУДИТУ ПРОДАЖ ФИРМЫ-ЗАКАЗЧИКА
И **4** ФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ ФОРМЫ ОТЧЁТНОСТИ ОТ АУТСОРСИНГА



НАЙТИ И ОТОБРАТЬ В БАЗУ CRM **5 000** НОВЫХ КОНТАКТОВ ПО УТВЕРЖДЁННЫМ КРИТЕРИЯМ ДЛЯ CALL-СКОРИНГА



НАНЯТЬ И ОБЕСПЕЧИТЬ **6** СПЕЦИАЛИСТОВ В ПРОДАЖАХ ДЛЯ РАЗНЫХ УРОВНЕЙ РАБОТЫ С КЛИЕНТОМ



ПРОИЗВЕСТИ **5 000** ХОЛОДНЫХ ЗВОНКОВ ДЛЯ АКТУАЛИЗАЦИИ БАЗЫ

ПРОИЗВЕСТИ **1 250** ПОДГОТОВЛЕННЫХ ЗВОНКОВ ПО АКТУАЛИЗИРОВАННОЙ БАЗЕ

ПРОИЗВЕСТИ **625** ЗВОНКОВ КВАЛИФИЦИРОВАННОМУ ЛИДУ С ПРЕДМЕТНОЙ ИНФОРМАЦИЕЙ

ПРОИЗВЕСТИ **187** ЗВОНКОВ ЦЕЛЕВОМУ КЛИЕНТУ

КАК РАБОТАЕТ ВОРОНКА \ 6 ЭТАПОВ

АВТОМАТИЗИРОВАННАЯ СИСТЕМА МАРКЕТИНГА И ПРОДАЖ

ЭТАП # 1 ПОСТАНОВКА И СОГЛАСОВАНИЕ ЗАДАЧ МЕЖДУ КЛИЕНТОМ И АУТСОРСИНГОВЫМ АГЕНТОМ TAO-FOX



НЕОБХОДИМОСТЬ ЭТАПА

- ЧЁТКАЯ ПОСТАНОВКА ЗАДАЧ ПРИВОДИТ К ПОНОЦЕННО ВЫПОЛНЕННОМУ РЕЗУЛЬТАТУ
- ПЛАНИРОВАНИЕ ОТРАЖАЕТ ВСЕ ЭТАПЫ ПРОЦЕССА ПРИВЛЕЧЕНИЯ ЦЕЛЕВОГО КЛИЕНТА
- СИСТЕМА ОТЧЁТНОСТИ ДАЁТ РАЗВЁРНУТОЕ ПОНИМАНИЕ ПОТРЕТА КЛИЕНТА, ЕГО ПОТРЕБНОСТЕЙ И ЦЕЛЕЙ

РЕЗУЛЬТАТЫ ЭТАПА

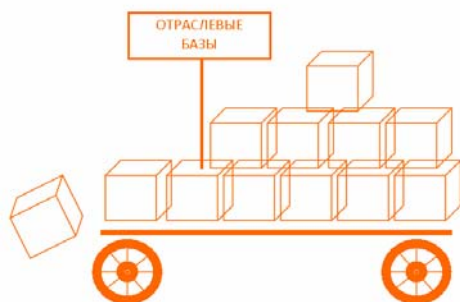
СОГЛАШЕНИЕ О СОТРУДНИЧЕСТВЕ, КОТОРОЕ ВКЛЮЧАЕТ В СЕБЯ ПОРТФЕЛЬ ДОКУМЕНТОВ, ПРЕДОСТАВЛЕННЫХ КЛИЕНТУ:

- ДОГОВОР
- РЕГЛАМЕНТ РАБОТ В ВИДЕ ПРИЛОЖЕНИЯ К ДОГОВОРУ
- КАЛЕНДАРНОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ ЭТАПОВ РАБОТ
- БРИФ

ФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ ДОКУМЕНТЫ, ПРЕДОСТАВЛЕННЫЕ КЛИЕНТУ НА ПОДГОТОВИТЕЛЬНОМ ЭТАПЕ РАБОТ

- СОСТАВЛЕНИЕ И УТВЕРЖДЕНИЕ ОТРАСЛОВОГО СПИСКА ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ С АНАЛИЗОМ ПО ПРИОРИТЕТНОСТИ
- СОСТАВЛЕНИЕ СПИСКА КОНКУРЕНТОВ
- НАПИСАНИЕ И УТВЕРЖДЕНИЕ СКРИПТОВ К КАЖДОМУ ЭТАПУ ВОРОНКИ
- НАПИСАНИЕ И УТВЕРЖДЕНИЕ ФОРМЫ CRM ДЛЯ СИСТЕМАТИЗАЦИИ И ХРАНЕНИЯ БАЗ ДАННЫХ И ОТЧЁТНЫХ ХАРАКТЕРИСТИК ПО КЛИЕНТУ

ЭТАП # 2 СОСТАВЛЕНИЕ ХОЛОДНОЙ БАЗЫ ДАННЫХ ДЛЯ CALL-СКОРИНГА И CALL-ТРЕКИНГА



НА ЭТАПЕ # 2 НАШИ СПЕЦИАЛИСТЫ СОСТАВЛЯЮТ БАЗУ ДАННЫХ ПО УТВЕРЖДЁННОМУ ОТРАСЛЕВОМУ СПИСКУ, КОТОРЫЙ СОГЛАСОВАН МЕЖДУ АУТСОРСИНГОВЫМ АГЕНТОМ И КОМПАНИЕЙ-ЗАКАЗЧИКОМ

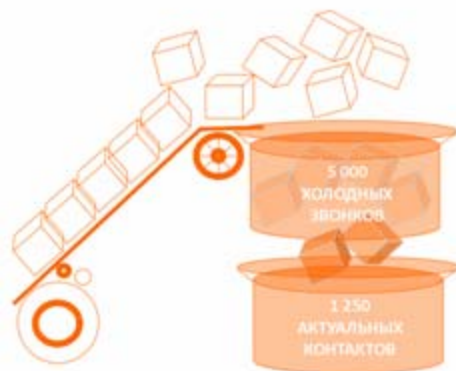
НЕОБХОДИМОСТЬ ЭТАПА

- СИСТЕМНЫЙ И КАЧЕСТВЕННЫЙ ОТБОР ОБНОВЛЁННЫХ КОНТАКТНЫХ ДАННЫХ ПО УТВЕРЖДЁННЫМ КРИТЕРИЯМ
- РАЗНЕСЕНИЕ КОНТАКТНЫХ ДАННЫХ ПО БАЗЕ CRM С ЦЕЛЬЮ УПРАВЛЕНИЯ КОНТАКТАМИ НА ПРОТЯЖЕНИИ ВСЕХ ЭТАПОВ ВОРОНКИ

РЕЗУЛЬТАТЫ ЭТАПА

- **5 000** ОБНОВЛЁННЫХ КОНТАКТНЫХ ДАННЫХ, РАЗНЕСЁННЫХ В CRM КЛИЕНТА ПО ОТРАСЛЯМ, НАЗВАНИЯМ ОРГАНИЗАЦИЙ, КОНТАКТАМ (ПО КРИТЕРИЯМ)
- НАСТРОЕННАЯ CRM – ОТЧЁТНОСТЬ ДЛЯ МЕНЕДЖЕРА ПО КАСКАДНОМУ ОБЗВОНУ (CALL – TRACKING MANAGER)

ЭТАП # 3 ПЕРЕРАБОТКА МАССИВА ХОЛОДНОЙ БАЗЫ В АКТУАЛИЗИРОВАННУЮ БАЗУ



ЭТАП # 3 ВКЛЮЧАЕТ В СЕБЯ ПЕРЕРАБОТКУ МАССИВА ХОЛОДНОЙ БАЗЫ С ПОМОЩЬЮ АКТИВНЫХ ЗВОНКОВ 2 МЕНЕДЖЕРАМИ ПО КАСКАДНОМУ ОБЗВОНУ (CALL – TRACKING MANAGERS)

НЕОБХОДИМОСТЬ ЭТАПА

- СОВЕРШАЕТСЯ CALL – ТРЕКИНГ И СКОРИНГ НЕ МЕНЕЕ 5 000 ЗВОНКОВ ПО ПОДГОТОВЛЕННОЙ ЦЕЛЕВОЙ БАЗЕ CRM
- СКОРИНГ ВКЛЮЧАЕТ В СЕБЯ ДИАЛОГ ПО СКРИПТУ И ВЫДЕЛЕНИЕ КЛЮЧЕВЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ДЛЯ АНАЛИЗА ПОРТРЕТА И ЦЕЛЕЙ ПОТЕНЦИАЛЬНОГО КЛИЕНТА
- ТРЕКИНГ ФИКСИРУЕТ ДАННЫЕ О КЛИЕНТЕ:
 - ДЕЙСТВУЮЩИЙ ТЕЛЕФОН КЛИЕНТА
 - РЕЗУЛЬТАТ ЗВОНКА (ПРИНЯТ \ ПРОПУЩЕН)
 - ДЛИТЕЛЬНОСТЬ РАЗГОВОРА
 - ЗВУКОЗАПИСЬ РАЗГОВОРА

РЕЗУЛЬТАТИВНОСТЬ ЭТАПА

- АКТУАЛИЗИРОВАННЫЕ КОНТАКТНЫЕ ДАННЫЕ В ВИДЕ ОТЧЁТА В CRM СОСТАВЛЯЮТ НЕ МЕНЕЕ **1 250 ДОЗВОНОВ**
- КОНВЕРСИЯ ЭТАПА # 3 СОСТАВЛЯЕТ **0,25**

С НЕ МЕНЕЕ **1250 КОНТАКТАМИ** ОСУЩЕСТВЛЕНО ЗНАКОМСТВО В ВИДЕ УТОЧНЕНИЯ КОНТАКТНЫХ ДАННЫХ (МЕЙЛ, ТЕЛЕФОН) И ПРЕДСТАВЛЕНИЯ КОМПАНИИ НА УРОВНЕ КОРПОРАТИВНОГО ЭТИКЕТА И РАЗРЕШЕНИЯ ПРЕДОСТАВИТЬ ИНФОРМАЦИЮ В ВИДЕ ПИСЬМЕННОГО ПРЕДЛОЖЕНИЯ ОТ КОМПАНИИ-ЗАКАЗЧИКА

НА ЭТАПЕ # 3 СОВЕРШАЕТСЯ ПЕРВАЯ РАССЫЛКА ОБЩЕГО ПРЕДЛОЖЕНИЯ ОТ ФИРМЫ-ЗАКАЗЧИКА, ПРЕДСТАВЛЯЮЩАЯ ПРОДУКЦИЮ \ УСЛУГИ НА РЫНОК ПОКУПАТЕЛЕЙ И ЗАКУПОЛОГОВ. ЭТО ДЕЙСТВИЕ СОВЕРШАЕТ ЛИБО АУТСОРСИНГОВЫЙ АГЕНТ ПО ПРЕДВАРИТЕЛЬНОЙ ДОГОВОРЁННОСТИ, ЛИБО ФИРМА-ЗАКАЗЧИК В ЛИЦЕ МЕНЕДЖЕРА С ФУНКЦИЯМИ ПО РАССЫЛКЕ E-MAIL МАРКЕТИНГОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

ЭТАП # 4 ПЕРЕРАБОТКА АКТУАЛИЗИРОВАННОЙ БАЗЫ В ПОЛОЖИТЕЛЬНО НАСТРОЕННЫХ НА ПОЛУЧЕНИЕ ИНФОРМАЦИИ ПОТЕНЦИАЛЬНЫХ КЛИЕНТОВ



АКТУАЛИЗИРОВАННЫЕ КОНТАКТНЫЕ ДАННЫЕ В ВИДЕ ОТЧЁТА В CRM СОСТАВЛЯЮТ НЕ МЕНЕЕ **625 ДОЗВОНОВ**

КОНВЕРСИЯ ЭТАПА # 4 СОСТАВЛЯЕТ **0,5**

ЭТАП # 4 ВКЛЮЧАЕТ В СЕБЯ ПЕРЕРАБОТКУ АКТУАЛИЗИРОВАННОЙ НА ПРЕДЫДУЩЕМ ЭТАПЕ БАЗЫ КОНТАКТОВ С ПОМОЩЬЮ ВТОРОГО ЭТАПА АКТИВНЫХ ЗВОНКОВ МЕНЕДЖЕРОМ ПО КВАЛИФИКАЦИИ ЛИДОВ

НЕОБХОДИМОСТЬ ЭТАПА

- СОВЕРШАЕТСЯ CALL-СКОРИНГ С ПОВТОРНЫМ ПРОЗВОНОМ В КОЛИЧЕСТВЕ ОТ 1 250 ЗВОНКОВ ДО 2 500 ЗВОНКОВ ПО АКТУАЛИЗИРОВАННОЙ БАЗЕ CRM В **1 250** КОНТАКТОВ
- ПРОИЗВОДИТСЯ ОЦЕНКА СТЕПЕНИ ЛОЯЛЬНОСТИ КЛИЕНТА ПОСЛЕ ОТПРАВЛЕННОГО ОБЩЕГО КОММЕРЧЕСКОГО ПРЕДЛОЖЕНИЯ
- ПРОИСХОДИТ ПОЛУЧЕНИЕ РАЗРЕШЕНИЯ НА РАЗГОВОР О ПОТРЕБНОСТЯХ КЛИЕНТА С ВОЗМОЖНОСТЬЮ ПРОВЕСТИ ЕГО В УДОБНОЕ ДЛЯ КЛИЕНТА ВРЕМЯ
- АВТОМАТИЧЕСКИ УТОЧНЯЕТСЯ ИНФОРМАЦИЯ ПРЕДЫДУЩЕГО УРОВНЯ

РЕЗУЛЬТАТИВНОСТЬ ЭТАПА

- ПОЛНОЦЕННЫЙ РАЗГОВОР С ЛПР О ЕГО ПОТРЕБНОСТЯХ И ЦЕЛЯХ ПО УТВЕРЖДЁННОМУ СЦЕНАРИЮ
- 100 % ВНИМАНИЕ ЛПР И ВОЗМОЖНАЯ ЛОЯЛЬНОСТЬ ПРИ ЗАИНТЕРЕСОВАННОСТИ, ОТРАЖЁННАЯ В CRM
- 100 % FEEDBACK (ОБРАТНАЯ СВЯЗЬ) ОТ ПОТЕНЦИАЛЬНОГО КЛИЕНТА, ЗАФИКСИРОВАННАЯ В ОТЧЁТНОЙ ФОРМЕ
- ПОЛУЧЕНИЕ РАЗРЕШЕНИЯ ПЕРЕЙТИ К СЛЕДУЮЩЕМУ ЭТАПУ АКТИВНЫХ ДЕЙСТВИЙ В ВИДЕ ПРЕДМЕТНОЙ ПРЕЗЕНТАЦИИ, ОТВЕЧАЮЩЕЙ ПОТРЕБНОСТЯМ КЛИЕНТА

С НЕ МЕНЕЕ **625 ПОТЕНЦИАЛЬНЫМИ КЛИЕНТАМИ**, ПЕРОСНИФИЦИРОВАННЫМИ ПО ФИО И ФИРМОГРАФИЧЕСКИМ ДАННЫМ, ПРОВЕДЕН РАЗГОВОР О ПРЕДПОЧТЕНИЯХ И ЦЕЛЯХ ОРГАНИЗАЦИИ, КОТОРЫЕ ФИКСИРУЮТСЯ В ОТЧЁТЕ ДЛЯ СОСТАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛЬНОГО ДЕЛОВОГО ПРЕДЛОЖЕНИЯ ТЕМ, КТО ЗАИНТЕРЕСОВАН В ВОЗМОЖНОМ ДЕЛОВОМ СОТРУДНИЧЕСТВЕ

НА ЭТАПЕ # 4 СОВЕРШАЕТСЯ ВТОРАЯ РАССЫЛКА РАЗВЁРНУТОГО ПРЕДЛОЖЕНИЯ ОТ ФИРМЫ-ЗАКАЗЧИКА, КОТОРЫЕ УЧИТЫВАЮТ ПОТРЕБНОСТИ, ПОРТРЕТ И ЦЕЛИ КЛИЕНТА. ДЕЙСТВИЕ СОВЕРШАЕТ ЛИБО АУТСОРСИНГОВЫЙ АГЕНТ ПО ПРЕДВАРИТЕЛЬНОЙ ДОГОВОРЁННОСТИ, ЛИБО ФИРМА-ЗАКАЗЧИК В ЛИЦЕ МЕНЕДЖЕРА С ФУНКЦИЯМИ ПО РАССЫЛКЕ

ЭТАП # 5 ПЕРЕРАБОТКА «ТЁПЛЫХ» ЛИДОВ В ЦЕЛЕВЫХ КЛИЕНТОВ ДЛЯ ФИРМЫ-ЗАКАЗЧИКА



ЭТАП # 5 ВКЛЮЧАЕТ В СЕБЯ ПРЕДМЕТНЫЙ ДИАЛОГ С ЛИДОМ, АКЦЕНТИРУЮЩИЙ ВНИМАНИЕ НА ВОЗМОЖНОСТЯХ ЛИДА СТАТЬ ЦЕЛЕВЫМ КЛИЕНТОМ ФИРМЫ-ЗАКАЗЧИКА

НЕОБХОДИМОСТЬ ЭТАПА

- СОВЕРШАЕТСЯ CALL-СКОРИНГ В КОЛИЧЕСТВЕ 625 ЗВОНКОВ ПО АКТУАЛИЗИРОВАННОЙ БАЗЕ CRM ПО 625 КВАЛИФИЦИРОВАННЫМ ЛИДАМ
- НАЛАЖИВАЕТСЯ ПРЕДМЕТНАЯ КОММУНИКАЦИЯ С ЛПР, ОСНОВАННАЯ НА 2 ОТПРАВЛЕННЫХ ДОКУМЕНТАХ
- ОБСУЖДАЮТСЯ ПРОБЛЕМНЫЕ ФАКТОРЫ, МЕШАЮЩИЕ ПОНИМАНИЮ И ПРИНЯТИЮ ПРЕДЛОЖЕНИЯ
- ОБСУЖДАЕТСЯ ПОТЕНЦИАЛ ОРГАНИЗАЦИИ ВСТРЕЧИ С PRODUCT-МЕНЕДЖЕРОМ В ОФФ-ЛАЙН ИЛИ ОН-ЛАЙН
- АВТОМАТИЧЕСКИ УТОЧНЯЕТСЯ ИНФОРМАЦИЯ ПРЕДЫДУЩЕГО УРОВНЯ

РЕЗУЛЬТАТИВНОСТЬ ЭТАПА

- С НЕ МЕНЕЕ 187 ПОТЕНЦИАЛЬНЫМИ КЛИЕНТАМИ, ПРОВЕДЕН ПРЕДМЕТНЫЙ ДИАЛОГ О ВОЗМОЖНОСТЯХ СОТРУДНИЧЕСТВА, КОТОРЫЕ ФИКСИРУЮТСЯ В ОТЧЁТЕ ДЛЯ ПЕРЕДАЧИ PRODUCT-МЕНЕДЖЕРУ ФИРМЫ-ЗАКАЗЧИКА ДЛЯ ДАЛЬНЕЙШИХ ДЕЙСТВИЙ ПО КЛИЕНТУ
- ИЗМЕРИМЫЕ ОБЪЁМЫ РАБОТ ПО КОЛИЧЕСТВУ ВСТРЕЧ ИЛИ ПРЕДМЕТНЫХ ПЕРЕГОВОРОВ В ЛЮБОЙ ФОРМЕ, КОТОРУЮ УТВЕРДИТ КЛИЕНТ
- ЭФФЕКТИВНОСТЬ ВНУТРЕННЕГО ОТДЕЛА ПРОДАЖ ПО ЗАКРЫТИЮ СДЕЛОК ВОЗРАСТАЕТ НА 30%
- ПОЛУЧЕНЫ ПОЛНОЦЕННЫЕ МАРКЕТИНГОВЫЕ ДАННЫЕ О ЦЕЛЕВОМ КЛИЕНТЕ (ПОРТРЕТ, ЦЕЛИ, ПОТРЕБНОСТИ, ПРИОРИТЕТЫ), КОТОРЫЕ ЯВЛЯЮТСЯ ЦЕННЕЙШИМ ПРИОБРЕТЕНИЕМ ФИРМЫ ДЛЯ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЖИЗНЕННОГО ЦИКЛА ЕЁ ПРОДУКТА \ УСЛУГИ
- КАЧЕСТВЕННЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ОТЧЁТНОСТИ CRM ДЛЯ ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОГО И ДОЛГОВРЕМЕННОГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ, ХАРАКТЕРОГО ДЛЯ СЕГМЕНТА B2B
- КОНВЕРСИЯ ЭТАПА # 5 СОСТАВЛЯЕТ 0,5

ЭТАП # 6 ПЕРЕДАЧА ЦЕЛЕВЫХ КЛИЕНТОВ В ПРОДАЖИ



НА ЭТАПЕ # 6 СОВЕРШАЕТСЯ ПЕРЕДАЧА ЦЕЛЕВЫХ КЛИЕНТОВ В ВИДЕ ОТЧЁТА В ОТДЕЛ ПРОДАЖ ИЛИ ОТВЕТСТВЕННОМУ ЛИЦУ, СТАВИВШЕМУ ЗАДАЧУ ПО ОРГАНИЗАЦИИ ПРОЦЕССА ГЕНЕРАЦИИ ЛИДОВ С ПОМОЩЬЮ АКТИВНЫХ ЗВОНКОВ, ВЫПОЛНЕННЫХ АУТСОРСИНГОВЫМ АГЕНТОМ

НЕОБХОДИМОСТЬ ЭТАПА

ПРОИЗВОДИТСЯ ОЦЕНКА КАЧЕСТВА В ВИДЕ ОТЧЁТА И КОММЕНТАРИЙ АНАЛИТИКОМ КАЧЕСТВА ПРЕДОСТАВЛЯЕТСЯ ОТЧЁТ В ПИСЬМЕННОЙ ФОРМЕ С ПОЯСНЕНИЯМИ КОЛИЧЕСТВЕННЫХ И КАЧЕСТВЕННЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ, КОТОРЫЕ РАСКРЫВАЮТ ИНФОРМАЦИЮ О ЦЕЛЕВОМ КЛИЕНТЕ И ПОМОГАЮТ ПРОДАЖАМ ОБЕСПЕЧИТЬ ВСТРЕЧУ И ПРОГНОЗИРУЕТ КОЛИЧЕСТВО ПОТЕНЦИАЛЬНЫХ СДЕЛОК

РЕЗУЛЬТАТЫ ЭТАПА

ФИРМА-ЗАКАЗЧИК ПОЛУЧАЕТ **56** ПОТЕНЦИАЛЬНЫХ СДЕЛОК ИЗ **187** ЦЕЛЕВЫХ КЛИЕНТОВ ПРИ КОНВЕРСИИ В **0.3**

ЕСЛИ ВАШЕМУ ОТДЕЛУ ПРОДАЖ ТРЕБУЮТСЯ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЕ НАВЫКИ ПО ПРОВЕДЕНИЮ КОММЕРЧЕСКИХ ПЕРЕГОВОРОВ И ОБСЛУЖИВАНИЮ СДЕЛКИ, ТО ВЫ МОЖЕТЕ ОЗНАКОМИТЬСЯ С ДОПОЛНИТЕЛЬНЫМИ УСЛУГАМИ АУТСОРСИНГОВОГО АГЕНТА

- СОЗДАНИЕ 2 ВИДОВ КОММЕРЧЕСКИХ ПРЕДЛОЖЕНИЙ – ОБЩЕГО БАЗОВОГО И РАЗВЁРНУТОГО КОММЕРЧЕСКОГО ПРЕДЛОЖЕНИЯ
- ПОДГОТОВКА МЕНЕДЖЕРА ПО ПРОДАЖАМ ВНУТРЕННЕГО ОТДЕЛА ПРОДАЖ

КОМАНДА ТАО-FOX - ВАШИ ПРОФЕССИОНАЛЫ



АЛЕКСАНДР



ИНДИРА

ФУНКЦИОНАЛ

Аналитики качества
Software quality analysts

ЗАДАЧИ

- Предоставление портфеля документов клиенту
- Участие в проведении внешнего аудита для клиента и выполнение внутреннего аудита качества
- Управление качеством
- Внутренние проверки на всех этапах воронки
- Предоставление профессиональных учебных тренингов персоналу и субподрядчикам
- Выявление проблем и недостатков в услуге
- Анализ всех показателей с целью устранения неполадок



ВИКТОР

ФУНКЦИОНАЛ

Администратор баз данных
DBA

ЗАДАЧИ

- Сбор контактных данных по утверждённым критериям
- Разнесение контактных данных по базе CRM
- Удаление неквалифицированных лидов и контактов



ИЛЬЯ

ФУНКЦИОНАЛ

IT-специалист
IT-specialist

ЗАДАЧИ

- Обеспечение работ по интернет-маркетингу - SEO \ PPC \ Email \ SMM
- Оптимизация и мониторинг действий

СПЕЦИАЛИСТЫ ТАО-FOX



АНАСТАСИЯ



НАТАЛЬЯ

ФУНКЦИОНАЛ

Менеджеры по колл-трекингу
Call-tracking managers

ЗАДАЧИ

- Использование скриптов 1 уровня
- Совершение активных звонков
- Качественное заполнение CRM 1 уровня



МАДИНА



МАРИЯ

ФУНКЦИОНАЛ

Менеджеры по работе с квалификацией лидов
Identification lead Managers

ЗАДАЧИ

- Использование скриптов 2 уровня
- Совершение активных звонков
- Качественное заполнение CRM 2 уровня воронки

СПЕЦИАЛИСТЫ ТАО-FOX



ТАТЬЯНА



КАТЕРИНА

ФУНКЦИОНАЛ

Менеджеры по работе с целевым клиентом

Target customer Managers

ЗАДАЧИ

- Анализ потребностей клиента, их уровень и направленность совместно с Аналитиком качества
- Комментарии по коммерческому предложению по SPIN-технологии (исключительно)
- Совершение активных звонков
- Координационные функции между Клиентом и Заказчиком



ЕВГЕНИЙ

ФУНКЦИОНАЛ

Региональный менеджер

Region Manager

ЗАДАЧИ

- Реализация стратегии продвижения услуг фирмы в г. Москва
- Формирование прогноза продаж
- Переговоры с ключевыми клиентами
- Выполнение коммерческих показателей направления в регионе

TAO - FOX

Ukraine, Kiyv,
Borisa Hmyry str,
1b \ 6
Corp Tel +38 (067) 328-21-05
+38 (067) 328-77-16

Tel +38 (097) 052-38-55

St Petersburg
8 (812) 309-52-28

e-mail: head@tao-fox.com