

## Pasivní telemarketing

### *Naše řešení*

#### **Zadání projektu**

Cílem naší práce je získat klienta, který sám zavolá na zelenou linku např. na základě TV kampaně a má zájem o nabízený produkt či službu (např. hotovostní půjčku).

#### **Průběh projektu**

Naši operátoři sedí na zelené lince, která je avizovaná v TV spotu či v neadresném direct mailu s informací, že všem, kdo zdarma zavolá a bude mít o produkt zájem, připraví půjčku na míru. Během jednoho hovoru, po zadání nezbytných údajů je půjčka posouzena a vyřízena. Výstupem je nový klient po scoringu a před podpisem smlouvy.

#### **Naši lidé a technologické zázemí**

Díky plánování předpokládané odezvy reklamní kampaně dokáže callcentrum obsloužit hovory v požadovaném SLA. Podstatná přednost komerčního callcentra přichází v okamžiku překročení plánované kapacity. Pokud je odezva vyšší, než byl předpoklad, dokáže callcentrum pružně reagovat připravenou rezervou proškolených operátorů. Celý proces monitoruje supervizor, který systémově velmi rychle určuje potřebné množství on-line operátorů a dokáže tak garantovat požadované SLA. Vedle počtu operátorů/prodejců jsou klíčové kapacitní možnosti telefonní části callcentra (technického vybavení) a také systém IVR.

#### **Zpětná vazba**

Reakce na reklamní kampaň a její odbavení (počet, průběh a výsledek telefonátů) může klient sledovat v reálném čase pomocí on-line reportů. Může tak velmi pružně reagovat na poptávku po jeho produktu, např. zvyšovat/snižovat podmínky scoringu a profilovat si tak „kvalitnější“ klienty.

#### **Výhody callcentra**

Komerční callcentrum otevírá nesrovnatelné možnosti zefektivnění a zkvalitnění služby klienta oproti internímu řešení. Díky systémové a technické podpoře, ale i díky rozsáhlému spektru nasbíraných zkušeností z různých oborů je vždy o krok vpředu před interními možnostmi.

## Schéma

