**Алексей Кислов**

**Технический директор KIA**

**Корс Групп**

Звонок/запись 83%

Запись/заезд 78%

1. Зачем нужны 3 ступени контроля входящего трафика.
2. Как выстроить воронку взаимодействия с клиентом, чтобы все события и любое взаимодействие с клиентом сводились в воронки и автоматически отражались в программе.
3. Как ведется работа по каждому из каналов записи клиентов? В компании Корс Групп 10-12 каналов.

**Алексей Остяков**

**Руководитель направления дистанционных продаж**

**Автоград:**

Звонки/заезд 80%

1. Как работать со следующими каналами записи: личный кабинет, виджеты на сайтах, вайбер бот, интернет обращения, входящие звонки, пешеходный трафик.
2. Как организовать запись клиента на уровне контакт-центра? В компании Автоград 2-ух уровневый контактный центр: 1 линия - операторы, 2 линия - мастера-приемщики.

**Александр Марков**

**Руководитель отдела сервиса**

**Атлант-М Тушино:**

Звонок/запись 70%

Запись/Заезд 94%

1. Кто должен контролировать отработку клиентов на этапе заезда? В компании ежемесячно клиентская служба выгружает список клиентов для отработки ассистентами сервиса и контролирует этот процесс.
2. Поможет ли сегментация в удержании клиентов? Сегментация клиентов исходя из LTV анализа.
3. Возвращение клиентов-негативщиков. Как правильно и корректно работать с отзовиками?

**Анастасия Ефанова**

**Руководитель центра контроля качества**

**Боравто**

**/**

**Екатерина Машкова**

**Руководитель контактного центра**

**Боравто:**

С чата конверсия в запись 90%

Со звонков в запись 70%

1. 3-х уровневая запись клиентов: администратор, сотрудник сервиса, телемаркетинг.
2. 100% прослушка звонков! В компании Боравто этим занимается BDC (центр контроля качества). Отработка звонков проверяется по скрипту.
3. Как часто необходимо изменять скрипты для эффективной отработки лидов? В компании Боравто скрипты меняются ежеквартально, а при необходимости еще чаще.

**Лилия Фазульзанова**

**Коммерческий директор**

**Гарант-МОТОРС:**

Звонок/запись 60 - 70%

Звонок/заезд 90%

1. Мотивация сотрудников сервис-бюро. Возможно ли сделать так, чтобы операторы записывали клиентов без переключения на мастера-приемщика?
2. Опрашивайте клиентов или как поднять конверсию? Чтобы поднять конверсию, компания ищет причину, путем прослушки всех звонков (целевых, нецелевых) и опроса клиентов отказавшихся от записи.
3. Как отследить уровень компетенций оператора сервис бюро? В компании существует практика отслеживания перевода первичного входящего  телефонного звонка от ОСБ на мастера-консультанта.

**Константин Епанешников**

**Экс-директор департамента сервиса и запчастей Фольксваген Авилон:**

Звонок/запись 60-70%

Запись/заезд 89%

1. Сократите время ожидания клиента! В компании Авилон клиента сразу распознают и открывается форма из которой можно перейти в запись клиента и в календарь.
2. Не звоните мне! Зачем автоматизировать запись клиентов через сайт? Онлайн-запись, значит, что клиент при отправке заявки сразу попадет в существующий слот. Без необходимости перезвона!
3. Как сделать клиента своим? Сначала сегментировать базу, а потом “якорить” клиентов, путем дополнительных инструментов.

**Сергей Коротков**

**Технический директор**

**Джейкар:**

Звонок/запись 80%

Запись/заезд 90%

1. Работа с дополнительными каналами. Онлайн запись на сайте, где клиент может выбрать любое доступное время на локации и записаться, а запись автоматически подтянется в планировщик сервиса.
2. Как предотвратить “слив” клиента и работать в долгую? Работа всех сотрудников ведется на визит клиента! Если при проверке, выявляется неотработанный звонок, то к сотруднику применяется демотивация. С каждым годом в компании идет прирост кол-ва машино-заездов.
3. Система удержание клиентов “Светофор”. При расширении заказ-наряда и отговорке клиентов “ДОРОГО”, компания расписывает все работы для клиента по 3 пакетам: красный, желтый, зеленый.

**Максим Захаров**

**Cистемный архитектор**

**CVC:**

1. Как отследить весь пешеходный трафик?