

AKTIVITA DEALEROV PRI TELEFONÁTOCH POTENCIÁLNYM ZÁKAZNÍKOM JE NA ÚROVNI 65%.

Z kontinuálneho benchmarkového mystery callingu, ktorý dlhodobo realizujeme, sme zistili:

- Väčšina dealerov plní štandardy telefonической obsluhy pri akvizícii nových zákazníkov v rozmedzí 60-70 %.
- Nie je vždy pravidlom, že na dealerstvách prémiových značiek je najvyššia úroveň telefonической obsluhy pri akvizícii nových zákazníkov.
- Najväčšiu úspešnosť v rámci plnenia štandardov telefonической obsluhy na dealerstvách má momentálne značka Seat. Ich predajcovia vykazujú pri telefonической obsluhe zákazníka takmer dvakrát väčšiu aktivitu, než predajcovia najmenej úspešnej značky.
- V 85 % prípadov majú predajcovia na autosalónoch presvedčivý a zrozumiteľný prejav.
- Do autosalónu pozve potenciálneho zákazníka v priebehu telefonátu 69 % predajcov.
- Skúšobnú jazdu ponúkne telefonujúcemu zákazníkovi pri akvizičnom rozhovore 35 % predajcov.
- Iba 34 % predajcov požiadajú volajúceho zákazníka o telefonický alebo písomný kontakt.
- Pri otázke na aktuálnu marketingovú kampaň poskytnú 42 % predajcov zákazníkovi všetky informácie, 43 % predajcov musí drobnosti dodatočne vyhľadávať. 15 % má málo informácií a 3% nie sú o ponuke informovaní.

jún 2011

www.marketvision.sk/blog