

JAK ZDOBYĆ PRZEWAGĘ KONKURENCYJNĄ I ZARABIAĆ WIĘCEJ?

**SYSTEM BDC DLA SALONÓW
SAMOCHODOWYCH**



SPIS TREŚCI

Jak zdobyć przewagę konkurencyjną i zarabiać więcej?	str. 3
<ul style="list-style-type: none">• Gdzie jesteś teraz?	
Jak poprawić poziom obsługi klienta?	str. 7
Czym jest system BDC?	str. 8
Jak wykorzystać system BDC do efektywnej sprzedaży?	str. 8
<ul style="list-style-type: none">• Kontroluj telefony. Odbieraj 100% połączeń od klientów• Nie rozdrabniaj się. Zarządzaj kontaktem z klientem z poziomu jednego panelu• Zbieraj informacje o klientach i wykorzystuj je do podnoszenia jakości obsługi• Nie trać czasu na klientów, którzy nie odbierają• Kontroluj efektywność i identyfikuj słabe punkty• Nagrywaj rozmowy i wykorzystuj je do szkoleń lub do poprawy efektywności• Bądź zawsze na bieżąco• Zaskocz klientów premium• Połącz dział handlowy z serwisowym• Prowadź skuteczne kampanie promocyjne• Zadbaj o Tajemniczego Klienta• Optymalizuj i zmieniaj	
Proste i szybkie wdrożenie BDC w salonie samochodowym	str. 12
Case study dealera BMW Inchape	str. 13
Pokonaj konkurencję i przyciągnij wartościowych klientów	str. 14

GDZIE JESTEŚ TERAZ?

Czujesz czasami, że tkwisz w miejscu? Rynek się zmienia, wymagania importera rosną, konkurencja jest coraz większa, a klienci coraz rzadziej przychodzą do salonu samochodowego. Większość procesu zakupowego nowego samochodu odbywa się online. Nim konsument odwiedzi siedzibę firmy, wie już jaki model go interesuje czy na jakie opcje finansowania może liczyć. Korzysta z kalkulatorów online, wysyła zapytania na czacie czy przez formularz kontaktowy lub Messengera.

Kolejne akcje promocyjne, jesienne oraz zimowe wyprzedaże czy kampanie Google Ads nie zawsze wystarczają, żeby przyciągnąć nowego klienta. Choć wszystko się zmienia, Ty nadal korzystasz ze starego modelu sprzedaży i ze znanego systemu.

Widzisz, że efekty nie są zadowalające. Wiesz, że warto byłoby stworzyć procesy i wprowadzić zmiany, jednak trudno Ci nadążyć za oczekiwaniami i potrzebami konsumentów. Nie chcesz tracić klientów, ale boisz się też reorganizacji pracy działu handlowego i serwisowego. Trudno Ci kontrolować sprzedaż, kontakt z odbiorcą, wewnętrzną komunikację oraz efekty doradców. Czy wydaje Ci się to choć trochę znajome? Wielu dealerów mierzy się z takimi problemami. Warto je rozwiązać. Działasz w branży, w której konkuruje się nie tylko ceną. Przewagę konkurencyjną może dać Ci jakość pracy i dobra obsługa klienta. Dobra, czyli jaka? Wiele mówią o tym badania.



Badania pokazują kondycję całej branży. Ale czy u Ciebie nie jest podobnie? Czy wiesz, ile szans sprzedażowych tracisz każdego dnia tylko z powodu nieodebrania telefonu, nieoddzwonienia czy zignorowania wiadomości e-mailowej?

Czego oczekują klienci?

- **53%** klientów kontaktuje się z salonami samochodowymi przez strony internetowe (np. poprzez czat),
- 18% decyduje się na napisanie wiadomości w mediach społecznościowych
- **39%** konsumentów pragnie kontaktu telefonicznego,
- **34%** osób preferuje kontakt przez formularz kontaktowy,



Badanie HubSpot „Consumer Customer Support Survey”, Q2 2018

Jak wygląda obsługa klienta w salonach samochodowych?

- co **piąty** klient nie poleciłby znajomemu salonu,
- **89,3%** to ogólna ocena wyglądu salonów i prezentacji pracowników,
- **70,2%** uzyskały kompetencje i życzliwość doradców,
- tylko **33%** klientów uznało, że doradca się nimi zainteresował i zrozumiał ich potrzeby,
- **30%** klientów uznało, że doradca zadawał za mało pytań,
- tylko **57%** klientów zostało miło powitanych przez doradcę,
- wynik **61,5%** otrzymały propozycje usług dodatkowych.

Badania typu Tajemniczy Klient firmy International Service Check, 2017



Klienci oczekują przede wszystkim dostępności oraz zaangażowania ze strony pracowników salonu. Chcą być obsłużeni szybko, sprawnie, personalnie i dobrze. Gdy nie spełniasz ich wymagań i nie odpowiadasz na ich potrzeby, to idą do konkurencji. Nigdy nie wracają. A do tego często mówią o swoich złych doświadczeniach rodzinie i znajomym. Takie pozornie drobne rzeczy mogą Cię wiele kosztować.



Jak branża motoryzacyjna traci pieniądze, ignorując klientów?

- **80%** salonów samochodowych nie oddzwoniło do klienta pomimo jego prośby,
- **600** osób miesięcznie rezygnuje z odwiedzenia salonu tylko z powodu nie oddzwonienia,
- **37%** ruchu na stronach internetowych generowane jest w godzinach 20:00 - 9:00,
- Średni czas odpowiedzi na pytania od klientów to prawie **4 h**,
- tylko **11%** firm odpowiada na wiadomości w ciągu 10 minut,
- **14%** przedsiębiorstw w ogóle nie odbiera telefonu,
- aż **43%** firm korzysta z systemu przekierowań,
- aż **36%** maili i zapytań przez formularz pozostało bez jakiegokolwiek odpowiedzi,
- aż **55%** firm, które mają fanpage na Facebooku, nie odpowiedziało w ogóle na wiadomość.

Raport CallPage: „Jak polscy dealerzy samochodowi ignorują swoich klientów?”

JAK POPRAWIĆ POZIOM OBSŁUGI KLIENTA?

01

Sprawdź, jakie są słabe punkty Twojej obsługi klienta. Co działa, a co nie. Ile połączeń pozostaje nieodebranych, ile e-maili jest bez odpowiedzi. Jakie kanały komunikacji udostępniasz klientom i czy Twoja firma jest dostępna w godzinach dogodnych dla konsumentów. Jaki jest poziom satysfakcji klientów (wskaźnik CSI), co ich zniechęca, a co przyciąga.

02

Odpowiedz sobie na pytanie, czy handlowcy dbają o każdego leada, czy interesują się tylko najbardziej perspektywicznymi klientami. Jak traktują konsumentów, którzy ich zdaniem i tak nie skorzystają z oferty? Pamiętaj, że oni też oceniają salon i dzielą się swoją opinią z innymi.

03

Przeanalizuj, jak wygląda komunikacja wewnętrzna w Twoim salonie samochodowym. Jak przekazywane są zadania i informacje o klientach pomiędzy call center, działem handlowym, działem serwisowym i działem finansowym.

04

Po dokładnej analizie stwórz procedury. Zadbaj o takie elementy, jak automatyzacja kontaktu z klientem, gromadzenie danych o odbiorcach, komunikacja wewnętrzna czy przydzielanie zadań pracownikom.

05

Analizuj, wyciągaj wnioski i usprawniaj.

Tylko pewnie zastanawiasz się, jak do tego wszystkiego się zabrać. Niektórzy dealerzy gromadzą dane o odbiorcach w pliku Excel, większość korzysta z DMS i CRM. Jednak najlepsze wyniki finansowe osiągają firmy, które w pełni kontrolują kontakt z klientem i sprawnie zarządzają całą komunikacją dzięki dedykowanemu systemowi business development center (BDC).

CZYM JEST SYSTEM BDC?

BDC to inaczej Business Development Center, czyli system contact center dedykowany dealerom samochodowym. Oprogramowanie integruje wiele kanałów komunikacji i pozwala nimi zarządzać z poziomu panelu pracownika. W praktyce system BDC gromadzi informacje o klientach, tworząc ich indywidualne profile, zbiera dane o każdym połączeniu, SMS-ie, e-mailu, wiadomości na czacie czy o zapytaniu wysłanym przez formularz kontaktowy. System usprawnia też komunikację wewnętrzną, analizując efektywność doradców czy pozwalając pracownikom na przekazywanie sobie danych oraz zadań do wykonania. Dzięki temu obsługujesz 100% klientów i w pełni wykorzystujesz wszystkie szanse sprzedażowe.



JAK WYKORZYSTAĆ SYSTEM BDC DO EFEKTYWNEJ SPRZEDAŻY?

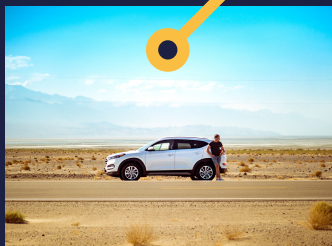
Nie rozdrabniaj się. Zarządzaj kontaktem z klientem z poziomu jednego panelu

Z jakich kanałów komunikacji korzysta Twój salon samochodowy? Wiele różnych możliwości kontaktu z firmą to korzyść dla klienta, ale często problem dla pracowników. Niektórzy doradcy cały czas przeskakują pomiędzy systemem DMS, plikiem w Excelu, skrzynką mailową czy telefonem. To strata czasu. BDC integruje wszystkie kanały komunikacji oraz wewnętrzne systemy firmowe. Niezależnie od tego, czy klient napisze e-maila, zadzwoni, wyśle SMS-a czy zada pytanie na czacie lub na Messengerze, doradca będzie mógł mu odpowiedzieć z poziomu swojego panelu. Bez logowania się do innych aplikacji i bez przeskakiwania na inne strony.

Kontroluj telefony. Odbieraj 100% połączeń od klientów.

Jak pokazują badania, telefon to wciąż najpopularniejsza forma kontaktu klienta z salonem samochodowym. Każde połączenie to szansa sprzedażowa. System BDC pozwala kontrolować 100% rozmów z telefonów firmowych oraz z telefonów komórkowych doradców handlowych. Oprogramowanie zbiera dane o wykonanych i nieodebranych połączeniach. Nawet gdy konsument zadzwoni o godz. 22 do doradcy, od którego dostał wizytówkę, system to zapisze i stworzy zadanie przypominające o oddzwonieniu następnego dnia.

Zbieraj informacje o klientach i wykorzystuj je do podnoszenia jakości obsługi



Klient lubi czuć się doceniany. Lubi, gdy doradca rozumie jego problem i zna jego historię zakupów oraz interakcji z salonem samochodowym. Gdy konsument kontaktuje się z Twoją firmą, system tworzy jego profil. Każdy kolejny kontakt zapisuje się tam automatycznie. Dzięki temu doradca wie, kim jest jego rozmówca, wie, jaki samochód kupił, kiedy mija termin przeglądu czy na jakie jazdy testowe się umówił. Wie, że często rozmawia z serwisem, a ostatnio miał wypadek i potrzebuje nowych części lub usługi lakierniczej. To bardzo cenne informacje, które możesz wykorzystać, aby zdobyć większe zaufanie klienta i przekonać go do zakupu.

Nie trać czasu na klientów, którzy nie odbierają

System BDC pozwala na wykonywanie połączeń i zarządzanie nimi. Możesz wybrać typ dialera, żeby zoptymalizować pracę doradców. Predictive dialer inicjuje połączenia z osobami, które są dostępne. Pracownicy nie tracą czasu na odsłuchiwanie poczty głosowej ani na czekanie aż klient odbierze telefon. To dobre rozwiązanie dla działów call center, ale też dla doradców, którzy dzwonią do zimnej bazy. W ten sposób pracownik może wykonać więcej połączeń w ciągu godziny i działać w 100% efektywnie. System daje też możliwość wprowadzenia IVR (interaktywnych komend głosowych), które kierują konsumenta od razu do odpowiedniego działu



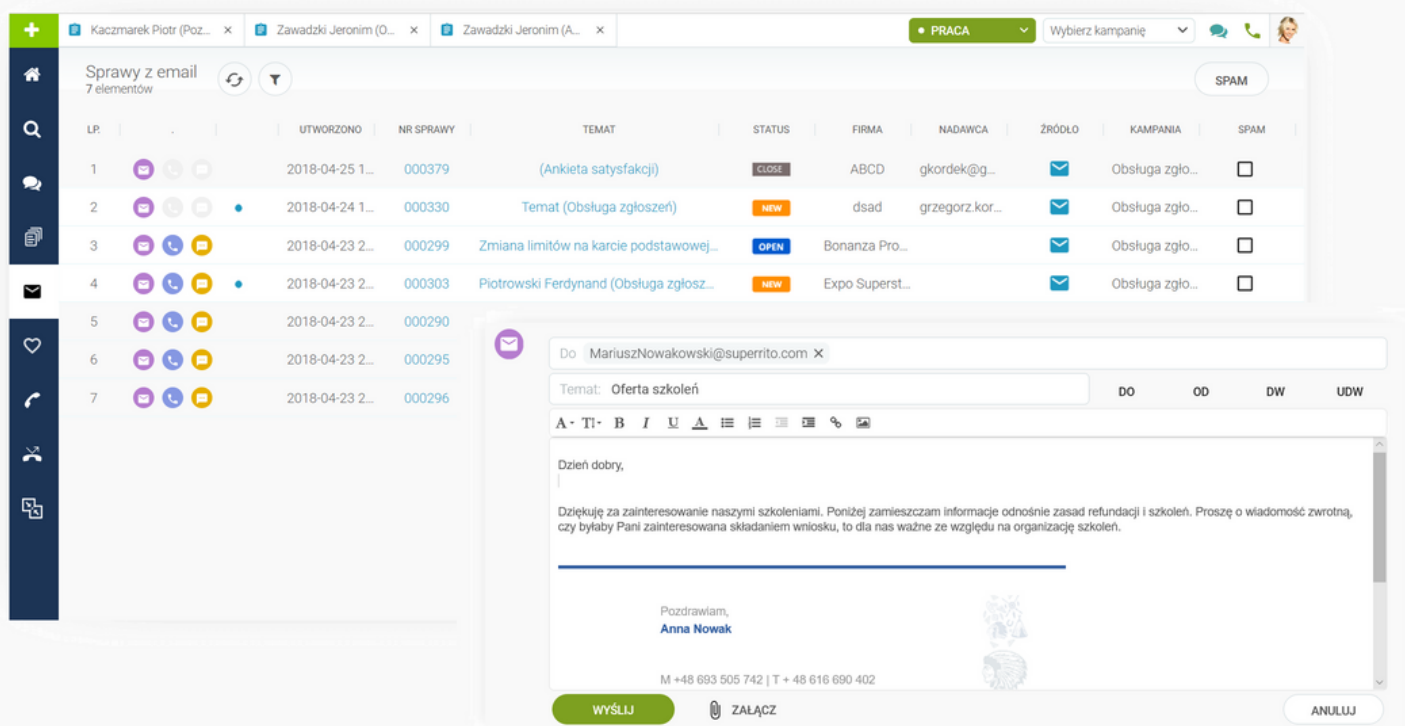
Zbieraj dane i kontroluj wyniki

Wiedza o tym, co działa, a co nie, daje Ci przewagę. Mając wartościowe informacje, możesz optymalizować procesy i działać efektywniej. Dlatego BDC wzbogacił się o moduł dedykowanych raportów. Możesz m.in. badać service level (SVL), satysfakcję klientów (CSI), efektywność konkretnych pracowników, call abandonment rate, call scoring, skuteczność kampanii outboundowych, koszt połączeń oraz wiele innych elementów. To pozwoli Ci łatwo zidentyfikować mocne i słabe strony obsługi klienta oraz szybko wdrożyć odpowiednie zmiany.



Nagrywaj rozmowy i wykorzystuj je do szkoleń lub do poprawy efektywności

Same wskaźniki sprzedażowe nie dają kompletu informacji. Bardziej jakościowe dane zapewni Ci funkcja automatycznego nagrywania i zapisywania wszystkich rozmów z telefonów w salonie samochodowym oraz z komórek doradców. Dzięki temu, gdy pojawi się konflikt z klientem, zawsze będziesz mógł wrócić do konkretnej rozmowy i sprawnie wyjaśnić sprawę. Nagrania przydadzą się też przy szkoleniu nowych doradców oraz przy analizie skuteczności różnych technik sprzedaży przez telefon.



WIDOK PANELU E-MAIL

Połącz dział handlowy z serwisowym

Serwis blacharsko-lakierniczy często funkcjonuje jak całkowicie oddzielny organizm. Pracownicy nie przejmują się sprzedażą, zbieraniem danych czy komunikacją z działem handlowym. Niestety. Klienci, którzy korzystają z usług serwisu, mogą kontaktować się z innymi działami, dopytywać o inną ofertę czy wykazywać zainteresowanie nowym lub używanym samochodem.

Dlatego tak ważna jest wewnętrzna komunikacja. System BDC zbierze informacje o kliencie i pozwoli na sprawne przekazywanie zadań oraz danych z działu do działu, od jednego pracownika do drugiego. Dzięki temu doradca zawsze będzie wiedział, czym zainteresowany jest klient i jaka jest jego historia.

Bądź zawsze na bieżąco

Lubisz wiedzieć, co się dzieje i na bieżąco monitorować pracę doradców? Logując się do systemu BDC, widzisz wallboard z analizą informacji w czasie rzeczywistym. Dzięki temu wiesz np., ilu klientów czeka na połączenie, ile telefonów było nieodebranych, ilu doradców jest zalogowanych czy ile wynosi średni czas rozmowy pracownika z konsumentem.

Zaskocz klientów premium

Powracający klienci oraz konsumenci, którzy zostawiają więcej pieniędzy w Twoim salonie samochodowym, zasługują na szczególną obsługę. Jeśli ją zapewnisz, to zyskasz w ich oczach. Dzięki systemowi BDC możesz segmentować bazę i łatwiej identyfikować klientów VIP, a tym samym przydzielać im najbardziej kompetentnych doradców, oferować im szybsze załatwienie sprawy, dodatkowe usługi czy oferty.

Zadbaj o Tajemniczego Klienta

Nigdy nie wiesz, kiedy importer czy agencja badawcza wyśle do Twojego salonu samochodowego Tajemniczego Klienta. Nie daj się zaskoczyć. Gdy wdrożysz system BDC, sprawnie, szybko i dobrze obsłużysz każdego klienta.

FORMULARZ POJAZDY POWIĄZANE SPRAWY KONTAKTY

*Salon:
SKODA VW SEAT AUDI

Dzień dobry, (imię i nazwisko) w czym mogę pomóc?

*Departament
SERWIS NOWE UZYWANE CZESCI F&I AKCESORIA INNE OGOLNE

* Czy jest Pan/i zainteresowany/a zakupem czy sprzedażą swojego samochodu?
ODKUP OD KLIENTA SPRZEDAŻ KLIENTOWI

WIDOK STATUSU ZGŁOSZENIA

Optymalizuj i zmieniaj

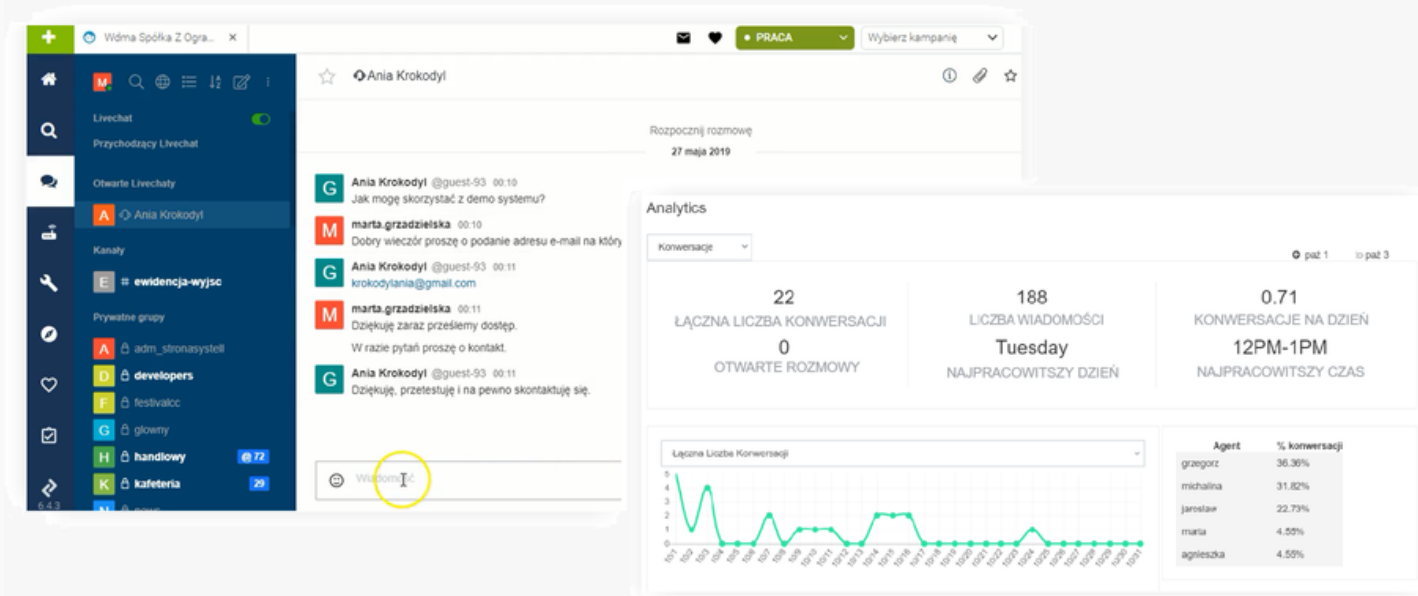
Nasz system BDC to dedykowane rozwiązanie. Oznacza to, że możesz go w pełni dopasować do potrzeb swojego salonu samochodowego oraz odpowiednio zintegrować z systemem DMS, oraz z innymi narzędziami firmowymi. Korzystasz z funkcji, których potrzebujesz, łatwo optymalizujesz procesy oraz poprawiasz wyniki sprzedażowe.

Prowadź skuteczne kampanie promocyjne

W 2019 roku branża motoryzacyjna wydała na promocję online niemal 317 mln złotych (badanie AdEx, PwC). To przede wszystkim reklamy displayowe, ogłoszenia, kampanie mailingowe i działania w wyszukiwarce. Jaka część tych pieniędzy została wyrzucona w błoto? Wielu dealerów reklamuje się, ale nie mierzy efektywności takiej promocji. Bez analizy i wyciągania wniosków nie ma szans na skuteczność w dłuższej perspektywie. System BDC pozwala na tworzenie kampanii outboundowych i uruchamianie ich w 5 minut, a także na analizę efektów. W ten sposób kontrolujesz swoje wydatki i inwestujesz tylko w reklamę, która przynosi efekty.

PROSTE I SZYBKE WDROŻENIE BDC W SALONIE SAMOCHODOWYM

System BDC możesz wdrożyć nawet w ciągu 1 miesiąca. Nie musisz robić rewolucji, zatrudniać nowych pracowników czy wydawać fortuny. Wystarczy, że powiesz nam, na czym Ci zależy i czego potrzebujesz.



WIDOK PANELU CHATU

Współczesne BDC to pomoc w codziennej pracy, a coraz częściej także wymóg importerów. Korzystanie z systemu podniesie codzienną sprzedaż, pomoże w lojalizowaniu klientów, a także usprawni komunikację działu handlowego i serwisu blacharsko-lakierniczego. Choć to rozbudowany i kompleksowy system, to

może działać w chmurze. Wdrożysz go nawet w ciągu miesiąca. Nie musisz stawiać do góry nogami całego działu, kupować nowej infrastruktury, tworzyć skomplikowanych, rozbudowanych procesów czy szkolić doradców. Przejście na pracę w systemie BDC może być szybkie i przyjemne.

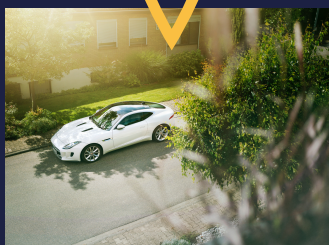
CASE STUDY. DEALER BMW INCHCAPE

Inchcape to dealer BMW, który oferuje nowe i używane samochody, a także serwis blacharsko-lakierniczy. Prowadzi działalność w 3 lokalizacjach.



PROBLEM

Komunikacja wewnętrzna między działami a centralną oraz komunikacja zewnętrzna. Firma nie miała kontroli nad telefonami od klientów i nie wiedziała, czemu konsument nie mógł dozwonić się na komórkę doradcy lub bezpośrednio do firmy i czemu jego problem nie został rozwiązany. Dealer nie był w stanie sprawnie zarządzać relacjami z klientami oraz analizować wyników sprzedaży.



ROZWIĄZANIE

Prosty, lecz funkcjonalny system BDC wraz z dedykowanym call center, pozwalający na kompleksowe zarządzanie relacjami, połączeniami oraz na sprawne wykonywanie zadań i zautomatyzowane zbieranie danych



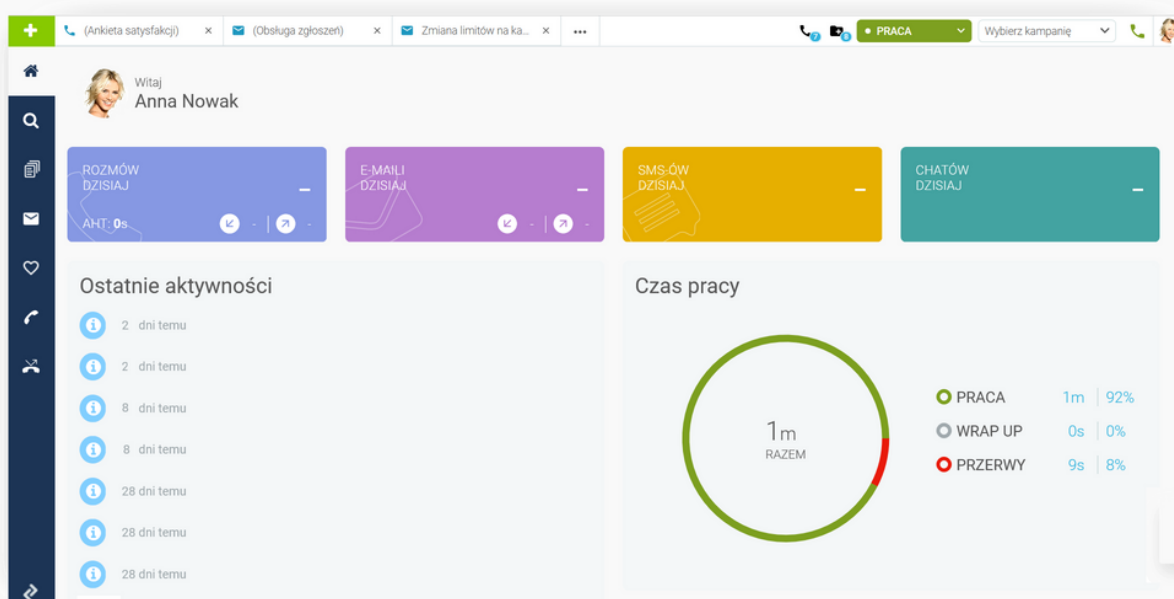
EFEKT

Doradcy stali się bardziej produktywni i zaczęli odbierać 100% połączeń. Dealer zyskał też konkretne statystyki o obsługiwanych i nieobsługiwanych klientach w konkretnych działach i przez konkretnych doradców. Dzięki temu mógł usprawnić komunikację, zwiększyć satysfakcję i poprawić wyniki sprzedażowe.

POKONAJ KONKURENCJĘ I PRZYCIĄGNIJ WARTOŚCIOWYCH KLIENTÓW

Chcesz za darmo wypróbować DEMO systemu BDC?
Napisz do nas na **kontakt@system.pl** i sam przekonaj się, jak takie rozwiązanie usprawni komunikację z klientami w Twoim salonie.

Zakup samochodu to proces. Klienci nie decydują się na wybór marki i dealera w jeden dzień. Zanim przyjdą do salonu samochodowego czy skontaktują się z doradcą, szukają informacji w Internecie, pytają znajomych o radę i korzystają z kalkulatorów internetowych. Mogą wyrobić sobie opinie o Twojej firmie, zanim ją odwiedzą. Dlatego tak ważne jest budowanie zaufania i dbałość o dobrą obsługę klienta. To wartości, które w perspektywie długoterminowej przynoszą największy zwrot z inwestycji. System BDC pomoże Ci zwiększyć sprzedaż, poprawić komunikację wewnętrzną, a także usprawnić pracę wszystkich działów. Zyskasz zadowolonych, powracających klientów, którzy będą chętnie korzystali z Twojej oferty teraz i w przyszłości.



WIDOK PANELU OGÓLNEGO SYSTEMU CONTACT CENTER

Pomożemy Twojej firmie rozwinąć skrzydła i pokonać konkurencję.



W Systell pomagamy firmom podbijać serca klientów i zdobywać przewagę nad konkurencją. Tworzymy kompleksowe rozwiązania do skutecznej komunikacji. Przygotujemy dla Ciebie system BDC, system contact center, system ticketowy, wirtualną centralę telefoniczną lub dedykowane narzędzie do automatyzacji obsługi klienta.



(+48) 61 669 04 00



KONTAKT@SYSTELL.PL