

AKTIVITA DEALERŮ PŘI TELEFONÁTECH POTENCIÁLNÍCH ZÁKAZNÍKŮ JE NA ÚROVNI 65%.

Z kontinuálního benchmarkového mystery callingu, který dlouhodobě realizujeme jsme zjistili:

- Většina dealerů plní standardy telefonické obsluhy při akvizici nových zákazníků v rozmezí 60-70 %.
- Není vždy pravidlem, že na dealerstvích prémiových značek je nejvyšší úroveň telefonické obsluhy při akvizici nových zákazníků.
- Největší úspěšnost v rámci plnění standardů telefonické obsluhy na dealerství má momentálně značka Seat. Její prodejci vykazují při telefonické obsluze zákazníka téměř dvakrát větší aktivitu, než prodejci nejméně úspěšné značky.
- V 85 % případů mají prodejci na autosalonech přesvědčivý a srozumitelný projev.
- Do autosalonu pozve potenciálního zákazníka během telefonátu 69 % prodejců.
- Zkušení jízdou nabídne telefonujícímu zákazníkovi při akvizičním rozhovoru 35 % prodejců.
- Pouze 34 % prodejců požádá volajícího zákazníka o telefonický nebo písemný kontakt.
- Při dotazu na aktuální marketingovou kampaň sdělí 42 % prodejců zákazníkovi veškeré informace, 43 % prodejců musí drobnosti dohledávat. 15 % má málo informací a 3% nejsou o nabídce informováni.

červen 2011

www.marketvision.cz/blog