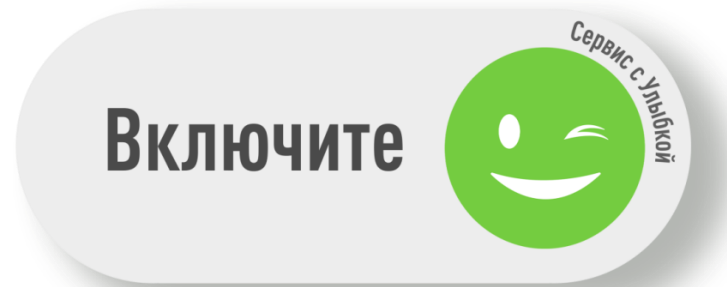


ПРОК: Новая парадигма управления эффективностью Продавцов

Управление по Результату на основе внутренней мотивации Продавцов с использованием эмоционально-речевого анализатора



ПРОК = Продажи Качеством



Кликните на картинку и узнайте больше

Важно не то, что говорит Продавец. **Важно то, что «слышит» Покупатель**

Две системы принятия решений: быстрая эмоционально-интуитивная («слышит» эмпатию, обеспечивающую доверие) и медленная рационально-аналитическая («слышит» ценность предложения). При отсутствии доверия Покупатель «не слышит» ценность предложения. Положительный эмоциональный фон Продавца на подсознательном уровне повышает доверие Покупателя. Это помогает донести до Покупателя ценность предложения



Повышайте **внутреннюю мотивацию** Продавцов (саморегуляцию)

Внутренняя мотивация дополняет внешнюю и эффективнее внешней. Внутренняя мотивация основана на удовлетворении базовых психологических потребностей Продавца (любого человека): автономия, принадлежность, компетентность. Работа «по скриптам» не удовлетворяет потребность в автономии и компетентности и снижает внутреннюю мотивацию Продавца.



Управляйте по Результату. На основе **Опережающего Целевого Показателя**

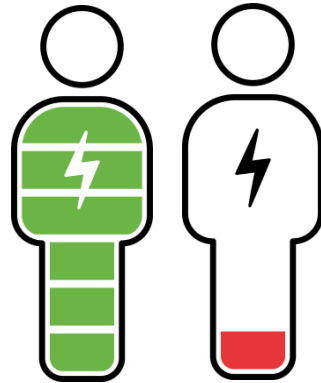
Постоянно контролируйте только Результат - **Опережающий Целевой Показатель (ОЦП)**. Периодически оценивайте Процесс.

Цели оценки Процесса. **Во-первых**, для определения причин ухудшения Результата (ОЦП), для верификации ОЦП. Оценка выполняется на основе Факторной модели (например, эмпатия, экспертность, отзывчивость, ценность предложения). На основе результатов оценки Процесса автоматически рассчитывается Индекс Качества Процесса. **Во-вторых**, для оценки используемой Продавцами лексики. Оценка выполняется с использованием речевой аналитики.



Оценивайте результативность контактов «глазами Продавца»

В качестве **Опережающего Целевого Показателя (ОЦП)** можно использовать оценку результативности контактов «глазами Продавца». Это повышает внутреннюю мотивацию Продавцов. Для оценки можно использовать любую модель Кнопки Лояльности, установленную на стороне Продавца.



Регулярно оценивайте **психоэмоциональное состояние Продавцов**

Высокий уровень вовлеченности Продавцов и/или использование для управления эффективностью продаж речевой аналитики **ускоряет процесс эмоционального выгорания** Продавцов. Поэтому измеряйте уровень эмоционального выгорания Продавцов не реже 1-го раза в квартал.

Три категории оценок:



Оценка **Результата:**

1. Процент выполнения плана
2. **Опережающий Целевой Показатель**

Корреляция



Оценка **Процесса:**

1. **Опережающий Целевой Показатель**
2. Индекс Качества Процесса

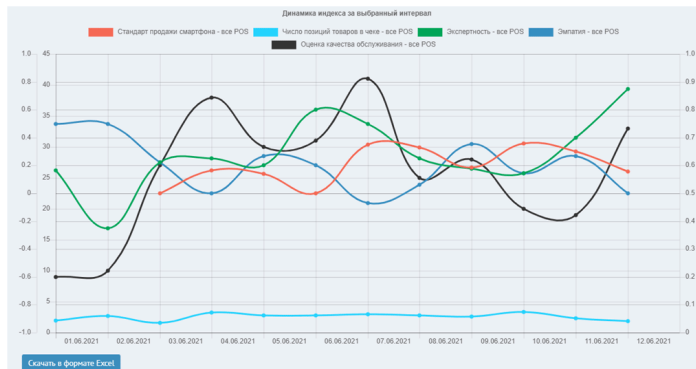
Корреляция



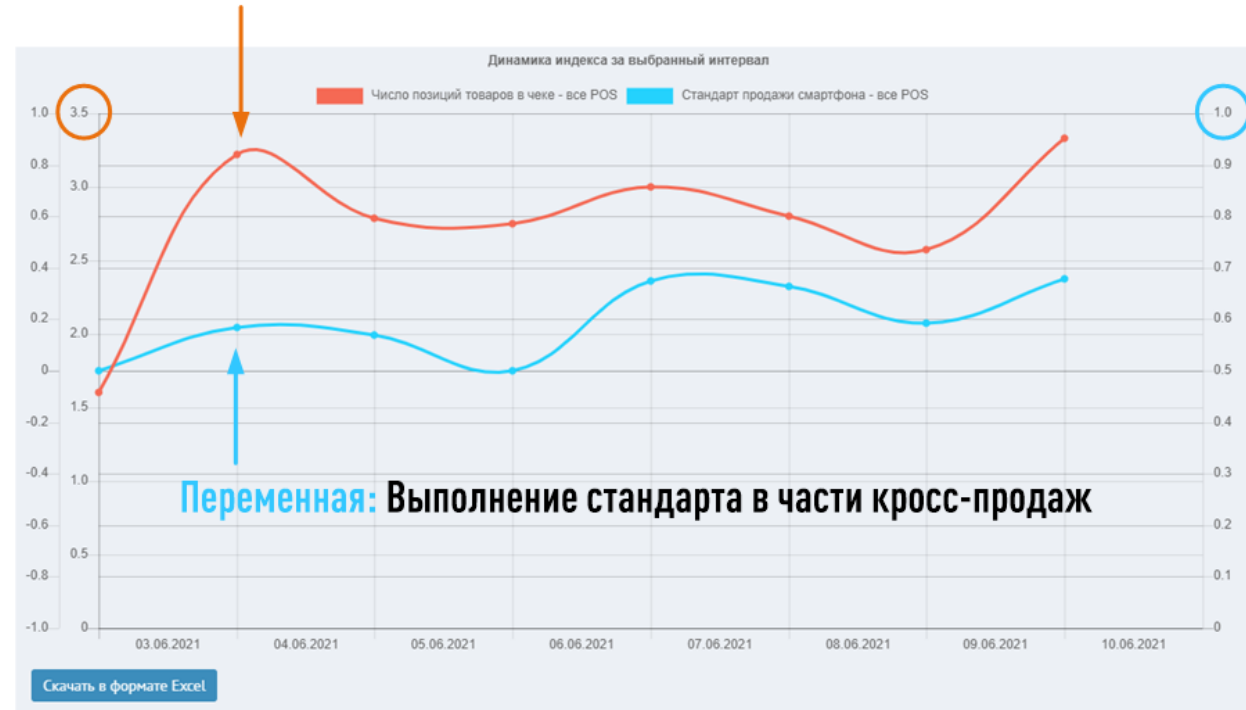
Оценка **Ресурсности:**

Уровень эмоционального выгорания

Корреляционный анализ оценок:



Целевая функция: Число позиций в чеке



Оценка Ресурсности:

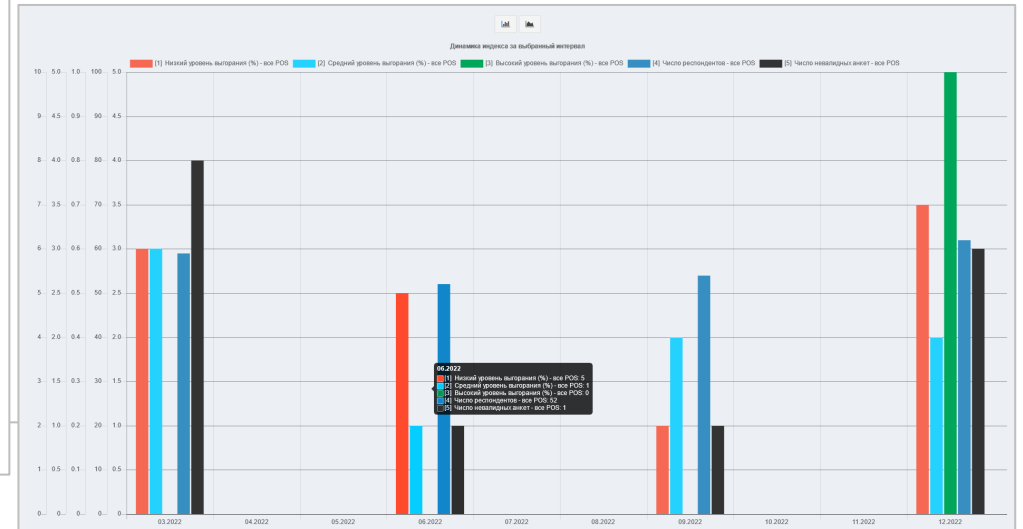
Отчет №4

Общий отчет по результатам тестирования эмоционального выгорания сотрудников по методике MBI

11 мая 2023 г.

Организация: Банк
 Подразделение: Фронт офис
 Период проведения тестирования: 26.04.2023 – 29.04.2023
 Число респондентов: 59
 Число невалидных анкет: 6 (10.2%)

Оценка эмоционального выгорания	Число сотрудников	Доля сотрудников (%)
Отсутствие выгорания	39	73,6
Низкий уровень выгорания	12	22,6
Средний уровень выгорания	2	3,8
Высокий уровень выгорания	0	0,0
Очень высокий уровень выгорания	0	0,0



Результаты тестирования эмоционального выгорания по методике MBI

Организация: Банк
 Подразделение: Фронт офис
 Период проведения тестирования: 26.04.2023 – 29.04.2023

№	ID	Эмоциональное истощение	Деперсонализация	Редукция личных достижений	Сумма баллов	Оценка
1	MAR01	9	5	56	0	Отсутствие выгорания
2	MAR02	8	5	56	0	Отсутствие выгорания
3	MAR03	9	5	56	0	Отсутствие выгорания
4	MAR04	14	9	40	5	Средняя степень выгорания

Управляйте ... Действуйте!

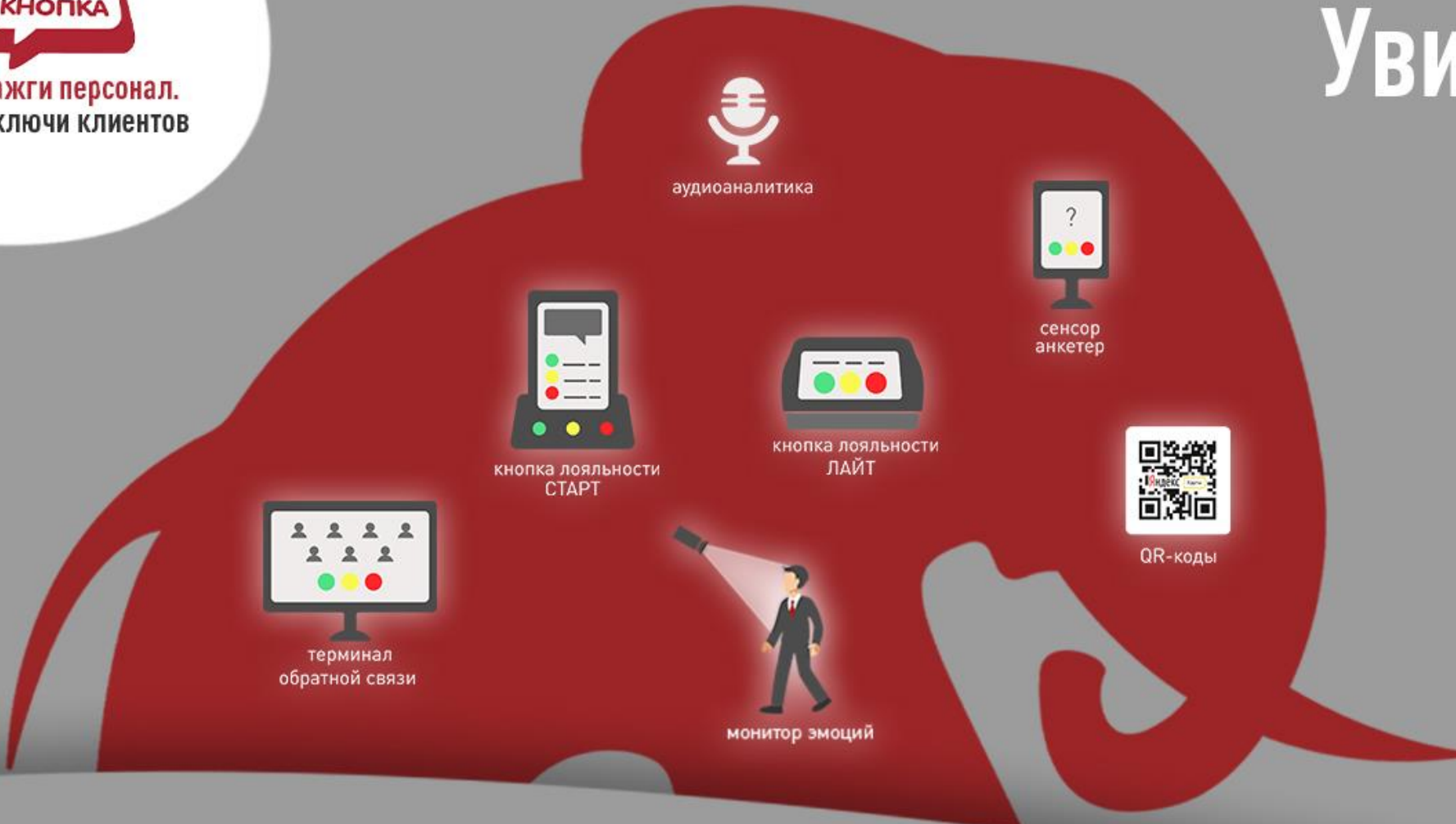
Базовое управление эффективностью Продавцов

1. **Внедрите постоянный мониторинг ОЦП.** Если в качестве ОЦП используется оценка результативности контактов «глазами Продавцов», то для мониторинга ОЦП можно использовать практически любой продукт серии Кнопка Лояльности в комплектации с сервисом CXM-Online. В этом случае Кнопка Лояльности устанавливается на стороне Продавца, а не Покупателя
2. **Внедрите диагностику провалов и верификацию ОЦП на основе Факторной модели.** Эксперт выборочно прослушивает записи речи Продавца и с помощью программы ППЛ для Windows оценивает речь Продавца по шкале Лейкарта **на соответствие Факторной модели**. На основе оценок автоматически рассчитывается Индекс Качества Процесса
3. **Внедрите саморегуляцию эмоционального фона Продавцов;** для этого используется Сервис с Улыбкой в комплектации Зеркало Эмоций и/или Монитор Эмоционального Фона
4. **Внедрите комплексное управление эффективностью Продавцов по Результату;** для этого используется Сервис с Улыбкой в комплектации Эмоционально-речевой Анализатор и технология VoiceTrigger
5. **Внедрите мониторинг ресурсности Продавцов;** для этого используется продукт Клиентинг без Выгорания



Зажги персонал.
Включи клиентов

Увидеть слона целиком



Системное управление клиентским опытом
в клиентоцентричных компаниях

