



Realitní společnost

Nasazení sjednoceného komunikačního systému Panasonic a informační databáze Fusio v realitní společnosti. Spolehlivé zaznamenání obchodního případu: Všechny hovory od zákazníků reagujících na zveřejněný inzerát jsou nyní přijímány centrálním dispečinkem. Operátorka zde zaznamená potřebné informace o příchozím hovoru do informačního systému, kam se posléze uloží i nahrávka celého hovoru, a takto odbaveného zákazníka přepojí na příslušného realitního makléře. Každý obchodní případ je tak v informačním systému Fusio spolehlivě zaznamenán.

Původní nevyhovující systém

Realitní společnost, mající centrálu v Praze a pobočku v Ostravě, zaměstnává celkem 60 lidí, z toho 40 makléřů.

Dosavadní obchodně-komunikační systém ve společnosti byl postaven téměř výhradně na využívání mobilních telefonů. Zákazník, reagující na inzerát v novinách nebo na webu, se dovolal vždy přímo obchodníkovi, který měl danou nemovitost na starosti. Pro záznam obchodních případů měli makléři za úkol zaznamenávat své aktivity do jednoduchého informačního systému, to však často nečinili, z důvodu nízké využitelnosti údajů pro jejich další obchodní práci.

Proč starý systém snižoval produktivitu?

- Chyběly nástroje a kritéria pro sledování a hodnocení práce makléřů, využít mohl být jen dosažený obrát
- Makléř často nezavedl obchodní případ do informačního systému a nebylo tedy v silách managementu zjistit, že o danou nemovitost projevil zákazník zájem
- Přímá vazba zákazník - makléř způsobovala ztráty při odchodu makléře ke konkurenci

- Rozjednaný obchod navíc bylo obtížné, při odchodu jednoho makléře, kvalitně předat druhému, chyběl totiž záznam historie případu
- Nemožnost vyhodnotit účinnost inzerátů v jednotlivých médiích - vzhledem k vysoké ceně za inzerci nemovitostí by vedení uvítalo možnost statisticky sledovat, na které inzeráty zákazníci reagují a do těchto zdrojů následně posílit investice na úkor méně rentabilních umístění inzerátů

Optimalizovaný systém

Proč váhali a co je přesvědčilo

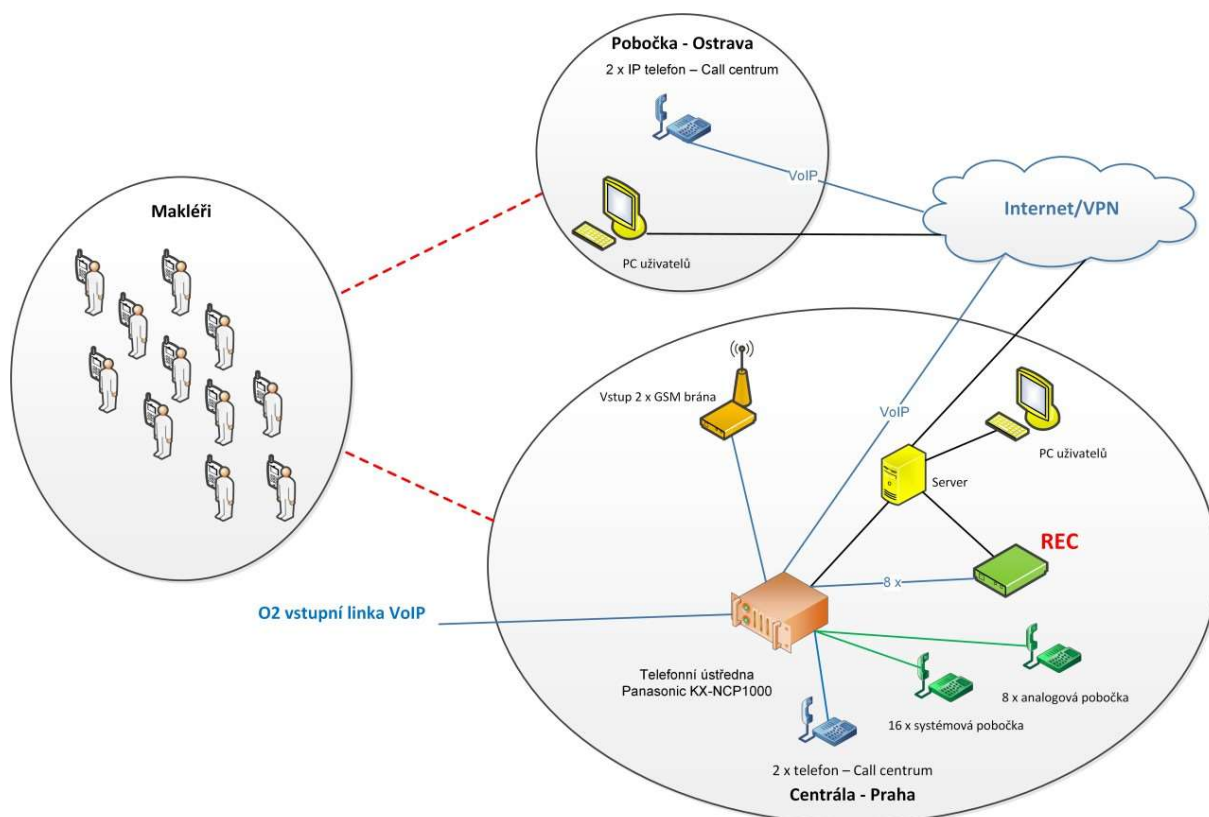
Management již dříve zvažoval zavedení centrálního dispečinku, odkud by docházelo k redistribuci zákazníků na konkrétní makléře, obával se však zvýšení nákladů plynoucího z přepojování hovorů mezi centrálou v Praze, pobočkou v Ostravě a makléři v terénu po celé ČR a také z nutnosti zaměstnat nové operátory, kteří by hovory od zákazníků přijímali a distribuovali dál. Týmu společnosti STAND se podařilo nalézt řešení, které tyto obavy o navýšení nákladů vyvrátilo a navíc přineslo realitní společnosti významné úspory.

Nová topologie

Základem nového řešení bylo vybavení centrály v Praze telefonním systémem Panasonic KX-NS1000, pobočky v Ostravě IP telefony a propojení celé společnosti, prostřednictvím internetu a VPN sítě, do jednoho komunikačního celku. A v neposlední řadě také implementace informačního systému Fusio.

Tento systém využívá jednu centrální přípojku, která sdružuje všechny stávající čísla a nově také umožňuje využití provolby složené z několika stovek samostatných telefonních čísel.

Nová topologie propojuje komunikační systém v jednotný celek umožňující efektivní distribuci hovorů mezi operátory a makléře



Které 4 výhody management oceňuje především?

1. Snížení nákladů

Cílení inzerce: Nový systém nabídl statistický nástroj umožňující efektivní investici do reklamy. Díky přidělování jedinečných telefonních čísel k jednotlivým inzerátům (k dispozici od operátora jich společnost dostala 1 000), je nyní snadné získat přesná data o tom, na které inzeráty zákazníci reagují a investovat jen do těchto zdrojů. Systém jedinečných čísel přináší úspory v řádech 10.000 Kč měsíčně.

Sdružení přípojek a vnitřní hovory zdarma: Dalším zdrojem úspor bylo zrušení poplatků spojených s více přípojkami operátorů ve starém systému a nové zřízení jen jedné centrální vstupní linky, která navíc umožňuje vedení a přepojování hovorů v rámci VPN sítě realitní společnosti i na mobilní telefony zdarma.

2. Centrální příjem a evidence obchodních případů

Spolehlivé zaznamenání obchodního případu: Všechny hovory od zákazníků reagujících na zveřejněný inzerát jsou nyní přijímány centrálním dispečinkem. Operátorka zde zaznamená potřebné informace o příchozím hovoru do informačního systému, kam se posléze uloží i nahrávka celého hovoru, a takto odbaveného zákazníka přepojí na příslušného realitního makléře. Každý obchodní případ je tak v informačním systému Fusio spolehlivě zaznamenán.

Vedení historie a plánování úkolů: Makléř následně doplňuje informace společně s tím, jak se daný případ vyvíjí. Tato evidence makléřům pomáhá plánovat aktivity pro jednotlivé obchodní případy, každé ráno jim například zašle seznam naplánovaných schůzek, motivuje je k plnění úkolů a hlídá dohodnuté termíny.

3. CRM databáze klientů

Budování dlouhodobého vztahu se zákazníky: Vybudovaná databáze kontaktů a potřeb zákazníků slouží i pro následné aktivní nabízení vhodných nemovitostí. Operátorky call centra obvolávají zákazníky, svoji aktivitu i záznam hovoru opět přikládají do informačního systému a, v případě zájmu, zákazníka přepojí na příslušného realitního makléře. Databáze zákazníků tak realitní společnosti umožňuje vyhledávat potenciálně vhodné kupce daných nemovitostí, stal se nástrojem pro udržení si klientů, kterým na oplátku nabízí vítanou službu navíc.

4. Efektivní řízení obchodu

Supervize obchodních případů: Vedení má přehled o všech obchodních případech, protože jsou nyní spolehlivě zadávány do informačního systému operátorkou ihned při prvním volání zájemce a následně je jejich vývoj zaznamenáván příslušným makléřem.

Statistika plnění úkolů: Vedení má nyní dobrý přehled o tom, jak jednotliví makléři plní dohodnuté dílčí úkoly i strategii prodeje. Úkoly jim také mohou přes informační systém sami zadávat. Při hodnocení, motivaci a odměňování svého týmu tak mohou vycházet z přesných statistických dat.

Snadné předávání obchodních případů: V případě odchodu makléře ze společnosti mohou být jeho rozjednané obchodní případy, i se záznamem kompletní historie, jednoduše předány jinému obchodníkovi. Ten se s případem snadno seznámí a má vysokou šanci, že jej zdárně uzavře. Tak již nedochází k přetahování obchodních případů ke konkurenci společně s odchodem makléře, vazba zákazník – makléř již není dominantní a realitní společnost nepřichází o cenné kontakty.