



## **BUSSINESS DEVELOPMENT CENTER**

### **OD CALL CENTER POPRZEZ CONTACT CENTER PO BUSSINESS DEVELOPMENT CENTER**

*Wyzwaniem jest tak budować relację z Klientem,  
by miał on pewność, że jest najważniejszym,  
a nie kolejnym.*





Photo created by Prostooleh - www.freepik.com

## KLIENT NASZYCH CZASÓW

**Preferencje zakupowe Klientów i możliwości jakie daje im konkurencyjny rynek sprawiają, że wcześniej zbudowane struktury handlowe stają się nieefektywne, a kanały kontaktu z Klientem mało zachęcające.**

Silna pozycja Klienta na rynku powoduje, że to Sprzedawcy powinni stać się bardziej elastyczni i mocno skupieni na obserwowaniu zachowań Klienta. Dzisiaj na rynku wygrywa nie ten, który oferuje najniższą cenę, a ten kto ma dostęp do informacji o Klientach, potrafi je przetworzyć i wykorzystać w budowaniu wartości oferty dla Niego. Spersonalizowanej oferty, wychodzącej naprzeciw jego oczekiwaniom czy potrzebom, które dopiero się tworzą.

Większość Klientów, poza kontaktem z nami wykonuje każdego dnia szereg czynności w obszarze zawodowym i prywatnym. Apetyty są ciągle podsycane nowymi rozwiązaniami czy możliwościami na rynku.

To powoduje, że Klient szuka prostego kontaktu, chce rozmawiać z jedną osobą w firmie i z nią przeprowadzić cały proces zakupu – od początku do końca.

Klient stał się niecierpliwy. Ma szereg zadań i szereg możliwości spełnienia swoich potrzeb. To powoduje, że jeśli napotyka na trudność w ich realizacji, szuka innego miejsca, by tę potrzebę zaspokoić. Sam fakt, że Klient jest w stanie poczekać do 15 sekund przy połączeniu telefonicznym (40% Klientów po tym czasie się rozłącza) pokazuje, że reakcja Sprzedawcy na impuls chęci realizacji potrzeby powinna być natychmiastowa, tak by Go wstępnie zainteresować i utrzymać jego uwagę na swojej ofercie.



# BDC PRZYSZŁOŚCIĄ PUNKTÓW DEALERSKICH

**Business Development Center (BDC) to centrum rozwoju biznesu. Jest to dział w firmie, który jest jedynym punktem styku z Klientem. Dzięki zastosowaniu CRM staje się najbardziej mierzalnym działem w Firmie. To tutaj można badać efektywność procesów biznesowych, jakość dostarczanych produktów i usług, zaangażowania sił sprzedaży, jakość działań marketingowych.**

Dobrze zorganizowane BDC daje Klientowi najszybszą drogę do zrealizowania swojej potrzeby. Klienci nie „uciekają” z lejka sprzedażowego, gdy CRM wymusza monitorowanie ich poczynąń a Klient jest „pilnowany” w procesie.

I wreszcie, dział BDC organizuje pracę pozostałych działów, poprzez zlecenie zadań od Klientów i rozliczanie ich pod kątem efektywności biznesowej, terminowości i jakości pracy. Dodatkowo zarządza przepustowością działów, tak by nie było luk w pracy, co ogranicza koszty przestoju.

To oznacza, że BDC wykorzystuje zaawansowane technologie i najnowsze rozwiązania telekomunikacyjne oferowane przez specjalistyczne firmy, które proponują oprogramowania pozwalające śledzić zachowania Klienta w kontakcie z Dostawcą. Wykorzystując zbierane dane w jednym miejscu przygotowuje strategię kontaktu z Klientem i aktywnie Go utrzymuje dedykując spersonalizowane działania.

## WIZJA BDC



Photo created by Arlington Research - [www.unsplash.com](http://www.unsplash.com)



## CZYM SIĘ ZAJMUJEMY I JAK TO ROBIMY?

Wieloletnie doświadczenie w branży motoryzacyjnej pokazuje, że przy tworzeniu BDC ważne jest jasne sprecyzowanie oczekiwań w stosunku do tego działu jak i kompleksowe podejście do jego wdrożenia, przy uwzględnieniu specyfiki biznesowej danego Dealera. W naszej pracy uwzględniamy punkt wyjścia, by proces wdrożenia był realizowany ewolucyjnie, nie rewolucyjnie. Tworzenie tak strategicznego działu w Firmie ma wpływ na otoczenie w organizacji, dlatego proces ten trzeba zaplanować i realizować „z wyczuciem”.

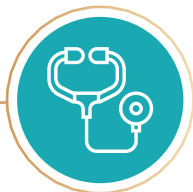
Działania nasze realizujemy projektowo, angażując zespół pracowników, aby zapewnić największą efektywność podejmowanych działań i monitorować cały proces.

## KOMPLEKSOWA OFERTA

**Jako jedyna firma w Polsce, dostarczamy Państwu kompleksową ofertę na stworzenie BDC:**

- przeprowadzamy audyt organizacji pod kątem tworzenia BDC
- dzięki współpracy z dostawcami oprogramowania, rekomendujemy rozwiązania informatyczne do obsługi BDC
- poprzez warsztaty i szkolenia rozwijamy kompetencje osób pracujących w dziale BDC
- prowadzimy wdrożenie projektowo, dzięki czemu Pracownicy poznają inne, efektywne metody pracy, które mogą wykorzystać w innych obszarach

# ETAPY PROCESU WDROŻENIA DZIAŁU BDC



## I DIAGNOZA SYTUACJI W DZIALE CONTACT CENTER

1. Tajemniczy telefon / e-mail (perspektywa Klienta zewnętrznego)/ chat
2. Wywiady z kadrą zarządzającą w celu zdefiniowania wizji i roli BDC w firmie
3. Obserwacja i analiza procesów relizowanych z Klientami zewnętrznymi i wewnętrznymi w dziale BDC.
4. Ocena wykorzystania potencjału ludzkiego i efektywności realizowanych działań w dziale BDC
5. Analiza mocnych obszarów i zdefiniowanie słabych punktów w funkcjonowaniu BDC
6. Analiza narzędzi do prowadzenia Bussiness Development Center



## II SZCZEGÓŁOWY RAPORT I REKOMENDACJE

Na spotkaniu z osobami decyzyjnymi raportujemy wyniki przeprowadzonej diagnozy wraz z rekomendacjami wdrożenia zmiany w obszarach:

1. Zespół BDC
2. Systemy informatyczne
3. Procesy w organizacji a obsługa Klienta
4. Kompetencje pracowników działu BDC
5. System motywacyjny w dziale BDC
6. Narzędzia do realizacji zadań w dziale
7. Rutyny kierownika w dziale BDC



## III STWORZENIE PROJEKTU WDROŻENIA BDC

Na podstawie podjętych decyzji, oceny zaawansowania działania BDC w Firmie, zakresu wdrażanych zmian – opracujemy Kartę Projektu oraz plan i harmonogram wdrożenia. Zostanie powołany zespół projektowy składający się z pracowników oddelegowanych do takiego działania oraz dostawców zewnętrznych, którzy będą realizowali poszczególne działania w tym projekcie. Ważnym dla nas jest, by we wdrożenie BDC zaangażowali się Pracownicy Państwa Firmy. Nasza rola we wdrożeniu jest następująca:

- Realizacja części działań w projekcie przypisanych do naszej odpowiedzialności
- Monitorowanie i koordynowanie innych działań w projekcie, gdzie odpowiedzialność jest przypisana innym członkom zespołu projektowego.
- W tym działaniu realizowane są następujące kroki:
  1. Warsztat zespołu projektowego – opisanie zakresu zmian oraz stworzenie diagramu projektu
  2. Opracowanie planu projektu i harmonogramu wdrożenia
  3. Opracowanie wskaźników jakościowych na kolejnych etapach wdrożenia projektu, by monitorować postępy.
  4. Prezentacja i zatwierdzenie harmonogramu projektu



## IV REALIZACJA WDROŻENIA DZIAŁU BDC I MONITOROWANIE POSTĘPÓW

Zależy nam, by zespół projektowy był zaangażowany w realizację wdrożenia BDC, dlatego przypisane zadania w projekcie są dopasowane do kompetencji członków zespołu projektowego i mają charakter rozwojowy dla osób je realizujących. Nasza rola sprowadza się do koordynowania działań, reagowania na trudności w realizacji i monitorowanie postępów, które raportujemy do wyznaczonych osób. Spotkania zespołu projektowego odbywają się co 2 tygodnie w czasie realizacji całego projektu. Podczas spotkań zespołu prowadzimy również konsultacje dla Zarządu czy kierowników działów w obszarze wdrożenia BDC.



## V OCENA FUNKCJONOWANIA DZIAŁU BDC I WSPÓŁPRACY MIĘDZYDZIAŁOWEJ

Po zakończeniu realizacji wdrożenia otrzymacie Państwo rekomendacje dotyczące dalszego rozwoju działu BDC.





# WIĘKSZOŚĆ REALIZOWANYCH PROJEKTÓW UWZGLĘDNIĄ:

1. Rekrutację i stworzenie kompetentnego zespołu BDC
2. Zakup systemu telekomunikacyjnego do wielokanałowej obsługi Klientów.
3. Zdefiniowanie procesów kontaktu z Klientami zewnętrznymi i wewnętrznymi
4. Rozwój kompetencji sprzedażowych/ analitycznych/ zarządczych zespołu
5. Stworzenie i wdrożenie efektywnych systemów motywacji
6. Stworzenie i wdrożenie narzędzi pracy dla działu BDC
7. Wprowadzenie rutyn kierowniczych BDC, jako narzędzia do regularnej komunikacji z innymi działami (serwis, marketing, dział części...)



## CO SIĘ ZMIENI?

Przy dużym zaangażowaniu pracowników oraz kadry zarządzającej w Firmie oraz skutecznej koordynacji działań jesteśmy w stanie zagwarantować następujące efekty wdrożenia:

1. **Wysoka jakość oraz „szczelność” wpisów do CRM.** Każdy kontakt z Klientem znajduje zapis w CRM
2. Wysoki wskaźnik procentowy **realizacji zadań** jako szans sprzedażowych/ serwisowych w CRM
3. Obsadzenie zleceń serwisowych na **poziomie 90%**
4. **Skrócenie procesu decyzyjnego Klienta**, co wpływa na efektywność sprzedażową
5. Szanse sprzedażowe/serwisowe będą **traktowane priorytetowo**
6. Wszystkie szanse mają **właściwie przypisanych pracowników**
7. Dobre **przygotowanie wiedzowe** pracowników BDC
8. **Wysokie oceny satysfakcji Klienta** z obsługi BDC – ankieta satysfakcji
9. **Zwiększona efektywność** lokalnych działań marketingowych
10. Przepustowość linii BDC wynosi średnio **85% połączeń realizowanych**

Photo created by senivpetro - www.freepik.com

## KIM JESTEŚMY?



### PAWEŁ SKORUPA

- Od 15 lat na rynku doradczym i szkoleniowym jako trener, konsultant i coach
- 12 lat był szefem sprzedaży w firmie dystrybucyjnej w której odpowiadał za rozwój sprzedaży marki w branży materiałów eksploatacyjnych urządzeń drukujących. Zarządzał zespołem handlowców, budował procesy sprzedażowe i rozwojowe dla pracowników i Klientów.
- Od 11 lat związany z rynkiem motoryzacyjnym – konsultant zarządzający w firmie doradczo-szkoleniowej – tworzył i zarządzał projektami rozwojowymi mi.in. dla sieci ŠKODA, SEAT.
- Posiada międzynarodowy certyfikat kierownika projektu (certyfikacja IPMA)
- Właściciel firmy IMPULSE



### WALDEMAR SZYMECKI

- Od 10 lat na rynku doradczym i szkoleniowym, jako trener i coach.
- 20 lat doświadczenia korporacyjnego jako handlowiec i menedżer zespołów sprzedażowych.
- Od 6 lat realizuje projekty szkoleniowe i doradcze dla branży motoryzacyjnej.
- Przeprowadził ponad 200 dni szkoleniowych i doradczych dla handlowców i menedżerów salonów/serwisów.
- Posiada międzynarodowy certyfikat trenera marki ŠKODA
- Właściciel firmy CHARYZMA Sp. z o.o.



## BUSSINESS DEVELOPMENT CENTER

## Z KIM WSPÓŁPRACUJEMY?

W ramach realizowanych projektów współpracujemy z trenerami realizującymi działania w branży motoryzacyjnej, trenerami od rozwiązań informatycznych i systemów CRM. Nasz zespół to 12 osób dedykowanych do współpracy, dobieranych do projektów klienckich indywidualnie. Naszym partnerem jest FOCUS TELECOM Sp. z o.o. Rekomendujemy naszego partnera jako dostawcę profesjonalnych rozwiązań i systemów telekomunikacyjnych sprawdzonych w branży motoryzacyjnej.

**Zapraszamy do kontaktu i bezpośredniego spotkania, aby przedstawić Państwu możliwe rozwiązania i korzyści.**



**IMPULSE**  
bdc@im-pulse.pl  
Tel. 601 • 321 • 192



**CHARYZMA**  
bdc@charyzma.biz  
Tel 665 • 558 • 081

