



Мегафон расширяет границы, а тюменские журналисты этим пользуются и...меняют профессию

«Будущее зависит от тебя» говоришь себе ты, и по схеме «стимул-реакция» в голове всплывает оператор сотовой связи «Мегафон». «По-настоящему рядом» – гласит слоган компании. Журналистам интересно всё новое, и им удалось оказаться «по-настоящему рядом» к оператору сотовой связи на целый день.

В рамках PR-мероприятия «Журналист меняет профессию» тюменского отделения «Мегафон» двум журналистам, мне и моей коллеге, предстояло перевоплотиться в продавцов-консультантов одного из офисов продаж и обслуживания клиентов. «Опыт – бесценный материал и может привести к новым открытиям», – подумала я и отправилась в одно из 23-х отделений компании-оператора сотовой связи, расположенное в ТЦ «Солнечный».

Эксперимент. Начало. Журналисты превращаются...

В назначенное время в назначенном месте нас приветливо встретила PR-специалист территориального офиса в Тюмени Мария Саукова с анонсом предстоящего эксперимента. Мы познакомились с командой смены, получили опознавательные знаки консультанта – бейджи и шейные платки, но еще мало представляли, справимся ли с поставленной задачей.

Кто не бывал в учениках, тот учителем не будет

Обучением зелёных новобранцев занималась руководитель территориального офиса Ирина Дюкова. Информация была разной, ее было много. Тарифы, акции, опции, возможности, электронные устройства. Ирина преподнесла нам всё со знанием дела. Чувствовался профессионализм, и было видно, что она любит свою работу. Как выяснилось, карьеру в компании она начинала 6 лет назад с должности стажера и в последствии смогла вырасти до топ-менеджера. «Такова кадровая политика «Мегафон», которая с начальных ступеней куёт лучшие кадры», – поделилась она с нами.

Преодоление барьеров

Основным опасением перед мероприятием для меня было предположение, что нам предстоит заниматься «навязыванием» ненужных покупок. Не люблю навязываться, и к моему облегчению, в офисах компании «Мегафон» этого не происходит. Пошаговая проработка блока работы с клиентом выявила основную цель продавца-консультанта – удовлетворить потребности каждого заглянувшего человека. И действительно, какое навязывание, если мы

сами заходим в офис изучить витрину с телефонами и аксессуарами, разобраться с тарифом, которым пользуемся, узнать о возможностях более выгодного расходования средств на связь, стать новым абонентом. Такова градация в матрице интересов.

Ready, steady, go! Проверка боем

Проверить свежеполученные навыки и знания на практике нам предстояло на самой Ирине. Мы пытались выявить потребности гипотетического посетителя в зависимости от проявленного внимания в салоне. Последние напутствия, комментарии, пожелания, – и вот мы уже в команде продавцов-консультантов офиса. На тот момент в салоне нас оказалось пятеро. Может показаться, что получился переизбыток специалистов на одного потенциального клиента, но работы хватило на всех. Непрерывный поток покупателей предоставил нам обширное поле для деятельности.

Зачем пожаловали, господа, или «Чем я могу быть Вам полезна?!»

«Сделать заманчивое предложение – значит дать возможность тому или иному человеку получить выгоду от посещения салона», – подумалось мне, и я решила сделать ставку на акции, привлекательные тарифы, выгодные бонусы.

Помимо консультирования по пополнению баланса и иным услугам офиса я решила предлагать клиентам успеть «запрыгнуть в вагон уходящего поезда», на котором красными буквами написано слово АКЦИЯ. День нашей работы стал последним днём возможности получить «золотой номер в подарок». Обычная стоимость 1000 рублей, но по условиям предложения, красивые цифры можно было получить совершенно бесплатно при готовности внести на счёт новой сим-карты сумму 290 рублей. Это оказалось очень интересным для новых абонентов. Желающие были.

Вижу «цель»

Определиться с выбором нового телефона всегда непросто, знаю по себе. Поэтому меня заинтересовал пожилой мужчина, который зашел в «Мегафон» со словами «ну еще здесь посмотрю и хватит» и направился к витрине с сотовыми телефонами. Не предложить свою помощь я не могла, тем более у покупателя была возможность приобрести неплохой смартфон ZTE Blade A3 за 2490 рублей. 500 рублей из выделенного бюджета отправятся на баланс, итого чистая стоимость телефона 1990!

Выявив потребности и определив заинтересованность потенциального обладателя телефона по выгодной цене, мы приступили к обзору модели. Вспомнила всё, что рассказывала о телефоне Ирина и воспользовалась опытом и знаниями свободного консультанта Симоны – так мы определились с покупкой и цветом модели, представленной в чёрном и белом цветах.

Приобретение для мужчины было важным, он хотел сделать подарок своей супруге на предстоящее через месяц торжество, и сотрудники офиса «Мегафон» помогли ему в этом. К телефону добавилась выгодная пара – карта памяти и чехол со скидкой 20% (по условиям предложения «скидка на 2-й аксессуар»), красивый золотой номер, выбрать который смог сам клиент, и выгодный тариф «ВСЁ включено L».

Покупатель оказался очень доброжелательным, что придало стимул и внушило уверенность. Он доволен выбором, значит, я могу! Мы попрощались с моим первым клиентом, он выразил готовность приходить в офис компании за новыми продуктами, а в моей копилке достижений оказалась успешная продажа.

Консультирование, информация, выгоды

Как оказалось, именно за консультацией в салоны офисов люди обращаются достаточно часто. Им требуется помощь в подключении, настройке телефонного устройства, информация о списании с баланса денежных средств, наличии желаемой модели гаджета. Многие приходят для того, чтобы сменить старого оператора сотовой связи на «Мегафон». В моменты, когда я была свободна от общения с клиентами, наблюдала за опытными консультантами офиса. Они работали с людьми со знанием дела, в результате чего почти каждая коммуникация становилась успешной. Именно к ним я и моя напарница Ксения перенаправляли посетителей офиса в случае, если были не компетентны по тому или иному виду обслуживания. К слову, большинство сотрудников работают в компании порядка 3-х лет, что говорит о её стабильности и надёжности.

Проверка на прочность

В общем потоке клиентов в салон заглянули женщина с девочкой. Отказавшись от помощи настоящего работника офиса, они остановились у витрины с телефонами и принялись что-то обсуждать. Через некоторое время в их взгляде читалась растерянность, и я поспешила к ним на помощь.

Оказалось, мама с дочерью пришли купить средство связи для младшей девочки. Лучшим выбором по соотношению свойства-выгоды опять же оказался телефон ZTE Blade A3, на этот раз в белом цвете.

Сомнение вызвала невысокая чистая стоимость телефона. Определиться помогла перспектива отсутствия необходимости пополнять баланс в течение некоторого времени, ведь на счету сим-карты уже оказывались 500 рублей, и наличие гарантии на устройство сроком 1 год. Акция «золотой номер» пришлась им по вкусу так же, как и моему предыдущему довольному покупателю.

Пока продавец оформляла покупку, я задумалась о том, что консультанту важно быть стойким, уметь донести информацию в выгодной для понимания клиента форме, и не бояться сделать еще один дополнительный шаг к человеку, даже после отказа о помощи. Клиент в приоритете и обязательно вернётся туда, где был удовлетворён полученной услугой. В моём случае, довольные покупатели выразили желание обращаться в офис компании «Мегафон» и впредь.

Мы выбираем одно и то же, мы выбираем «Мегафон»

Рабочий эксперимент журналиста подходил к концу, и напоследок я занялась молодым человеком. Причиной обращения в офис стал вопрос по тарифу, которым он пользуется. Оказалось, у нас одинаковые тарифные планы, и в его вопросе я была компетентна.

Парень пожаловался на излишнее, по его мнению, списание денежных средств, строго заверив меня в том, что больше установленного лимита связью не пользуется и дополнительных услуг не подключал.

Такого относительно моего опыта использования тарифа не случалось. Посетитель был перенаправлен к консультанту Елене. Она обратилась к системе клиентского обслуживания. В ходе проверки стало ясно – молодой человек всё же превышает ежедневный лимит выбранного тарифа в отношении телефонных разговоров. Ему было предложено сменить условия пользования услугами сети и подключить более выгодный тариф. Он согласился, и еще одно обращение в офис «Мегафон» закончилось в пользу клиента.

1,2,3 – подведём итоги

Приближалось время подведения итогов рабочего дня. На моём счету оказались продажи 2-х недорогих телефонов, 2-х золотых номеров. Мне удалось сделать абонентами компании 2-х человек, плюс я успешно проконсультировала 1 текущего абонента. Работая со связью и оперируя цифрами целый день, не могла не заметить, что в моей копилке для красивой картины результатов не хватало цифры «3»...

Рассказывая клиентам офиса об акции «золотой номер», я подумала что «такая корова нужна и самому». «Продавала» так, что сама захотела стать обладателем запоминающегося лично для меня номера. Я выразила своё желание продавцу-консультанту и стала 3-м своим клиентом, выбрав номер, имеющий значение лично для меня.

Мысли вслух

На день перевоплотившись в продавца-консультанта оператора сотовой связи, я несколько поменяла своё отношение к продажам в целом. Продавать несложно, интересно, а продавать и продвигать хороший продукт – даже приятно.

Благодаря опыту работы в команде «Мегафон», который помог расширить личные границы, я поняла что у профессий журналист и продавец-консультант есть общая база. Я бы сказала так: люди работают с людьми и для людей. Людей я люблю, поэтому работать консультантом «Мегафон» оказалось не так сложно, как это представлялось изначально.

P.S: Скоро в подразделении Тюменского отделения «Мегафон» ожидается пополнение, предстоит открытие филиала в ТЦ «Зелёный берег». Будет набираться команда, и если вдруг мой личный опыт становления в продажах окажется кому-то интересным, следите за вакансиями, у вас может быть возможность присоединиться к команде.

Мой личный вывод: на хлеб с Российским сыром в период кризиса теперь я всегда смогу заработать.

Спасибо за полезный опыт и новые открытия, «Мегафон»!