



VOICECOM

market research group

NARI



«VoiceCommunication» - передовая российская компания, созданная в 2008 году. Является квалифицированным поставщиком услуг в сфере голосовых коммуникаций.

- 2000 г. – создание компании Voicesom в г. Владимир, как исследовательского агентства
- 2004 – 2006 г. – открытие направления BTL и создание одно из первых САТI-студий
- 2008 г. – создание Voice Communication
- 2010-2011 г. – открытие площадок в г. Муром и Гусь-Хрустальный
- 2013 г. - создание собственной эксклюзивной программной разработки MAIC System
- 2017 г. - открытие площадок в г. Дзержинск, Сызрань, Кинешма и Балаково
- 2018 г. – открытие площадки в г. Вольск
- 2019-2020 г. – открытие площадок в г. Волгодонск и Новомосковск

Благодаря внедрению эксклюзивных программных решений в нашем контакт-центре, мы предлагаем услуги, недоступные для других компаний, существующих на рынке.



С кем Вы будете взаимодействовать:

- **Супервайзер** – основное контактное лицо. К нему можно обращаться по любому вопросу
- **Группа контроля качества** – контролёры, которые проверяют правильность проведения интервью и заполнения анкет в компьютере, при выявлении ошибок предоставляют обратную связь
- **Респондент** – человек, у которого берут интервью





VOICECOM



market research group
NARI

Маркетинг - комплекс мероприятий по привлечению клиентов и продвижению продуктов и услуг.

Маркетинговые исследования проводятся для получения информации от потребителя товаров или услуг. Они помогают бизнесу выявить потребности потребителя, сделать продукт или услугу лучше и качественней.

Что Вам поможет при общении с респондентом:

- Грамотная и четкая речь
- Улыбка в голосе
- Концентрация на разговоре
- Уверенный голос
- Ровное дыхание

Категорически запрещается во время разговора:

- Принимать пищу
- Шуршать бумагой
- Курить
- Вздыхать, зевать
- Разговаривать параллельно с кем-то еще
- Отклоняться от вопросов анкеты
- Разговаривать на личные темы

Основные этапы проведения опроса:

- **Ожидание звонка** – набор номера происходит автоматически
- **Установление контакта** – расположить к себе респондента, вывести его на диалог
- **Пояснение цели звонка** – объяснить респонденту суть опроса
- **Проведение опроса** – задать вопросы и внести в программу ответы респондента
- **Завершение опроса** – поблагодарить респондента и завершить опрос, сохранив анкету в программе





Типы респондентов:

- **Лояльный респондент** – «золотой» респондент, он будет ответственно отвечать на Ваши вопросы, обдумывая свои ответы
- **Излишне общительный респондент** – «разговорчивый» респондент, он не только ответит Вам на все вопросы, но и расскажет массу дополнительно информации, не всегда имеющей отношение к опросу.
*Возвращайте респондента к сути разговора, используя фразы «Извините, что прерываю Вас (зачитать еще раз вопрос)»
«Это очень интересно, но, если Вы не возражаете, мы продолжим и закончим опрос»*
- **Энергичный респондент** – «быстрые» респонденты, ценят каждую секунду своего времени. Они будут перебивать, завершать вместе с Вами фразы и давать ответы, забегая вперед.
С такими респондентами необходимо быть конкретным, четко формулировать мысли и предложения.
- **Медлительный респондент** – респондент «улиточка», такое общение тоже имеет преимущество – тренируется выдержка.
Один из инструментов – Ваш темп речи. Зачастую такие респонденты подстраиваются под темп речи собеседника.



VOICESOM

Типы респондентов:

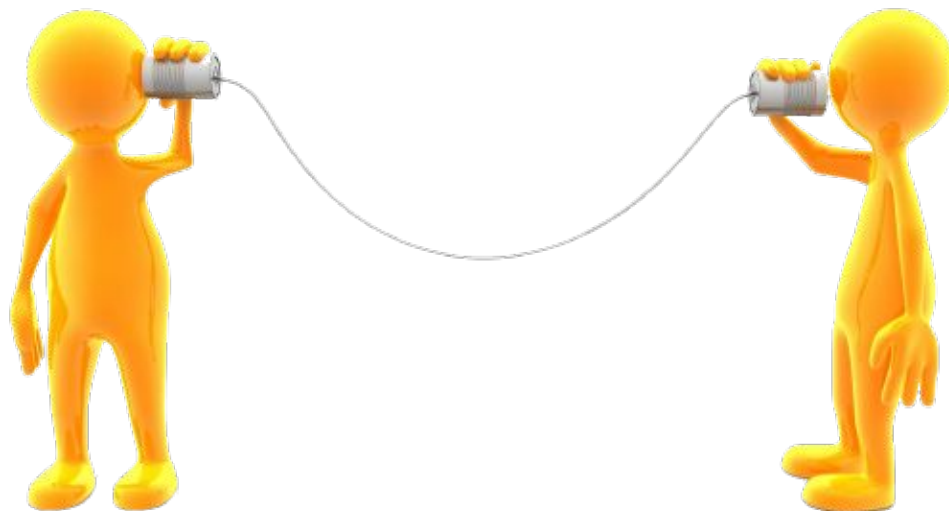
- **Не заинтересованный респондент** – таким респондентам чаще всего просто скучно, поэтому они соглашаются на опросы.
- **Негативный респондент** – в любой ситуации недовольные респонденты возмущаются. Не имеет значения, дружелюбны ли Вы, услужливы, качественны ли продукты и услуги и имеют ли они разумную цену — так или иначе, причина для острого недовольства найдётся.

С кричащим респондентом главное - разговаривать спокойно и вежливо. Как правило, такие люди отказываются отвечать на вопросы анкеты, поэтому не стоит их уговаривать. Лучше просто вежливо попрощаться.



Диалог с респондентом:

- Верное обращение к респонденту - на «Вы». Диалог должен быть выражен в деловом стиле
- Не использовать слова-паразиты: вот, ну, это, как бы, это самое, эээ и т.д.
- К респонденту необходимо обращаться только по имени-отчеству. Нельзя обращаться: мужчина, женщина, девушка, молодой человек и т.д.
- Запрещено дублировать информацию респонденту фразами: «я же Вам сказал (а)...», «повторяю еще раз...», «я же только что это прочитал(а)...»
Необходимо говорить: «разрешите, я Вам повторю информацию».
- Не использовать уменьшительно-ласкательные слова: трубочка, звоночек, минуточку, секундочку.
Необходимо говорить: трубка, звонок, минуту пожалуйста



Расчет заработной платы:

Как рассчитывается Ваша заработная плата:

Чаще всего оплата производится за минуту разговора или за каждое завершённое интервью, **2 типа оплаты:**

Поанкетная – оплата производится за 1 полностью завершённую анкету

Поминутная – оплата производится за 1 минуту в разговоре

По завершению расчётного периода вся заработанная сумма умножается на коэффициент качества Вашей работы, он формируется из:

- Правильности зачитывания приветствия и прощания
- Отсутствия слов паразитов: ага, угу, ммм и т.д.
- Отсутствия грубости и хамства
- Отсутствия неверных ударений, неправильного произношения в специфичных словах
- Правильности внесения ответов респондента в программу
- Отсутствия самостоятельного проставления ответов за респондента или наталкивания на ответ респондента
- Правильности зачитывания всех вопросов анкеты, не искажая слов

Стоимость одной анкеты или минуты разговора зависит от длительности и сложности анкеты

Пример расчета заработной платы:

Предположим, что Вы работаете на 2-х проектах:

1 проект с поминутной оплатой – 1,50 руб. за минуту в разговоре и коэффициент качества 98% (0,98)

2 проект с поанкетной оплатой - 30 рублей за анкету и коэффициент качества 100% (1)

По 1 проекту Вы проговорили 6000 минут, считаем:

$6000 \text{ минут} * 1,50 \text{ рубля} * 0,98 \text{ коэф. качества} = 8\,820 \text{ рублей}$

По 2 проекту провели 100 анкет, считаем:

$100 \text{ анкет} * 30 \text{ рублей} * 1 \text{ коэф. качества} = 3\,000 \text{ рублей}$

Итого: $8\,820 + 3\,000 = 11\,820$

Выплата заработной платы:

Выплата производится один раз в месяц на QIWI-кошелек России или Казахстана.
-Оплата происходит один раз в месяц до 10 числа. За предыдущий месяц.

Кроме того, выплаты могут производиться на карту Сбербанка, но в этом случае Вам необходимо оформиться самозанятым.

Инструкции по созданию кошелька и оформлению в качестве самозанятого будут Вам направлены . При оформлении Киви кошелька необходимо ввести паспортные данные.





VOICESCOM

План обучения надомных операторов

1	Создание группы в skype новых операторов	Супервайзеры создают группу в skype	
2	Рассылка обучения "Знакомство с компанией"	Супервайзеры высылают в группу информацию по обучению, операторы просматривают информацию	1 час
3	Со звон с ОП, ответы на их вопросы	Супервайзеры созваниваются с операторами и отвечают на вопросы, которые появились в ходе ознакомления с информацией по обучению	30 мин
4	Выдача логинов и обучение	Супервайзеры выдают операторам логины для работы в программе "СATI-center"	1-2 часа
5	Сдача тренажеров	Супервайзеры высылают в группу тестовые задания для заполнения в формате Excel	2 часа
6	Сдача тестовых звонков	Оператор осуществляет тестовый звонок специалисту отдела контроля качества	1 час
7	Сдача пилотных интервью	Операторы делают 2 тестовых интервью с реальными респондентами. Специалист отдела контроля качества проверяет запись звонка и при отсутствии ошибок выдает допуск на проект	2-3 часа
8	Высадка в линию	После получения допуска супервайзер подключает оператора к рабочему проекту	

market research group

NARI