

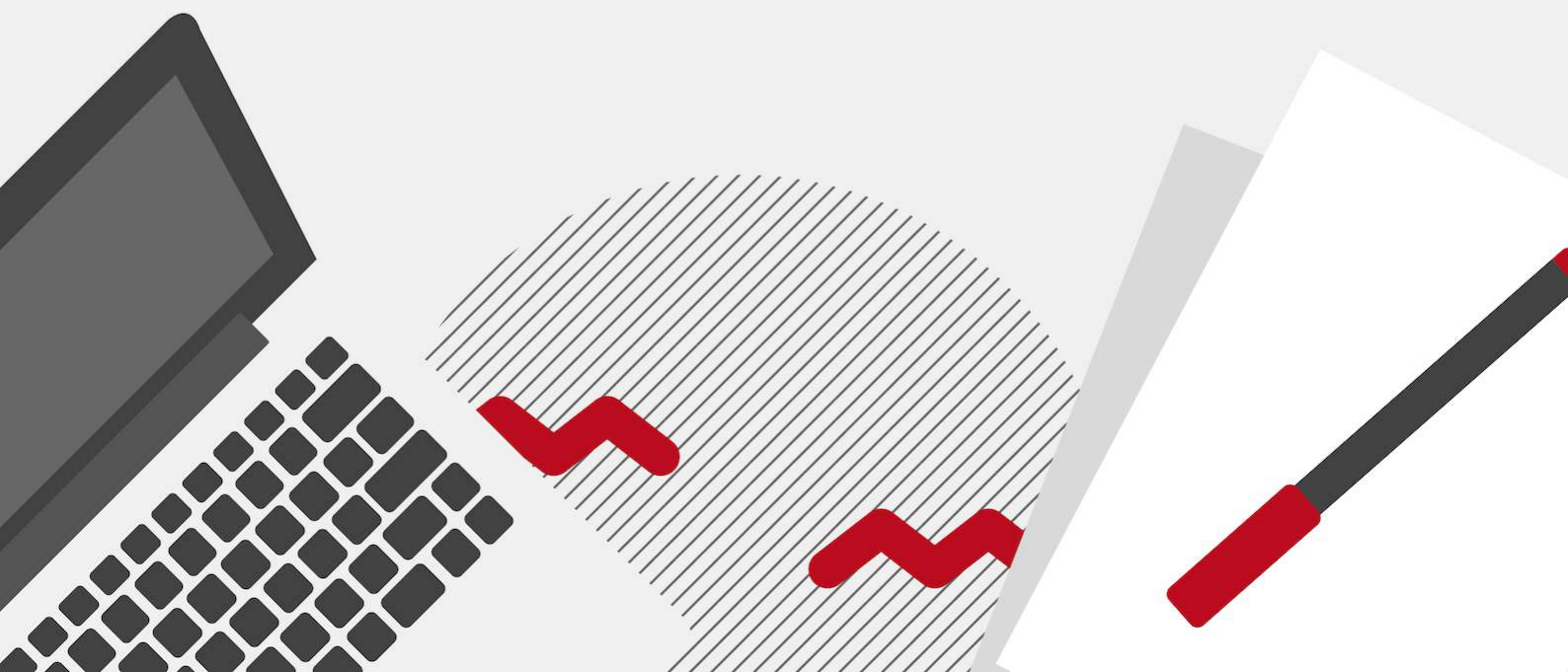
bs4 business solutions sp. z o.o.

CASE STUDY

**Jak oszczędzamy czas handlowców, wykorzystując
ankiety elektroniczne?**

INTEGRACJA

bs4 ultra z webankieta



W procesie sprzedażowym sami wykorzystujemy wiele funkcji naszego systemu, aby jak najbardziej ułatwić pracę naszych handlowców i oszczędzać ich czas. Automatycznie dodajemy do systemu każdego potencjalnego klienta, który złoży zapytanie przez stronę bs4.pl, generujemy triale naszego programu, jednocześnie otwierając nową transakcję w bs4 ultra, generujemy także oferty na podstawie danych o kontrahentach i wykorzystujemy wiele innych możliwości.



W ostatnim czasie wprowadziliśmy kolejne usprawnienie – **zrobiliśmy jednostronną integrację z ankietą elektroniczną - Webankieta.**

Wykorzystujemy ją na dwa sposoby:

- na początku procesu sprzedażowego, aby zbadać **potrzeby potencjalnych klientów** w zakresie systemu CRM,
- po spotkaniu z potencjalnym klientem, w celu otrzymania **informacji zwrotnej.**

webankieta

BADANIE POTRZEB POTENCJALNYCH KLIENTÓW

Handlowcy z bs4 są bardzo zadowoleni z nowego rozwiązania - oszczędzają czas i łatwiej dokonują podstawowej segmentacji kontrahentów. Dodatkowo dysponują szerokim zakresem informacji o potencjalnym kliencie, co ułatwia indywidualne dopasowanie procesu sprzedażowego.

Jak to działa?

Handlowiec ma dwie możliwości:

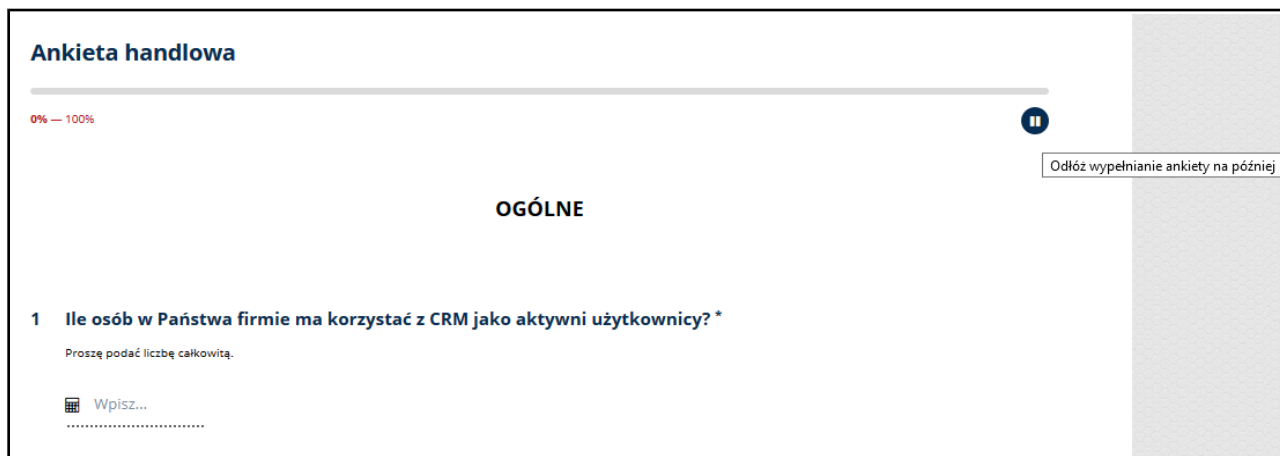


➤ **linku w kartotece kontrahenta przejść do ankiety** przypisanej dla danej firmy i wypełnić ją w trakcie rozmowy, jeśli np. potencjalny klient napotkał problemy z samodzielnym wypełnieniem formularza lub woli przez telefon porozmawiać o potrzebach. Wtedy ankieta jest dla nas również listą wszystkich kwestii o które musimy zapytać. W trakcie takiej rozmowy handlowiec wypełnia ankietę, żeby później móc z łatwością wrócić do ustaleń.

➤ **wysłać e-mail z poziomu transakcji**, wybierając wcześniej przygotowany szablon. Link do ankiety jest już skonfigurowany, a treść można indywidualnie dopisać.

W takim linku zawiera się **user token** – etykieta, generowana dynamicznie przez nasz system, unikalna dla każdego potencjalnego klienta. Użyliśmy znacznika, pod który system automatycznie podstawia **ID kontrahenta**. W ten sposób śledzimy, kto wypełnił daną ankietę. To bardzo proste rozwiązanie, nie wymaga wiele zachodu, a za to oszczędza sporo czasu naszych handlowców.

Dla każdego formularza także system Webankieta osobno generuje **unikalny token** – dzięki temu przedstawiciel danej firmy może **przerwać wypełnianie w trakcie**, aby później **kontynuować od tego samego miejsca**. To szczególnie przydatne w naszej ankiecie potrzeb, która zawiera sporo pytań.



The screenshot shows a survey interface with the following elements:

- Title: **Ankieta handlowa**
- Progress bar: 0% — 100%
- Pause button: A blue circle with two vertical bars.
- Text button: **Odlóż wypełnianie ankiety na później**
- Section header: **OGÓLNE**
- Question 1: **1 Ile osób w Państwa firmie ma korzystać z CRM jako aktywni użytkownicy? ***
- Instruction: **Proszę podać liczbę całkowitą.**
- Input field: **Wpisz...** with a dotted line below it.

Kiedy ankieta zostanie wypełniona, handlowcy są powiadamiani przez e-mail. Dostają wiadomość, w której znajduje się link do podejrzenia ankiety oraz jej pobrania, a także ID kontrahenta, który ją wypełnił.

W wyszukiwarce kontrahentów skonfigurowaliśmy szukanie po ID, więc handlowcy mogą łatwo wyszukać, który potencjalny klient wypełnił ankietę.

W najbliższym czasie planujemy dodatkowo skrócić ten proces – Webankieta umożliwi dynamiczne zaciąganie treści do e-maila. W ten sposób w wiadomości możemy umieścić całą ankietę, więc zupełnie wyeliminujemy konieczność przełączania się między programami – wszystko będzie w jednym miejscu, w systemie CRM.

Takiego e-maila można zarejestrować w bs4 ultra jako unikalne zdarzenie dla kontrahenta (np. ‘wypełniono ankietę’), co umożliwi łatwe wyszukanie jej w kartotece kontrahenta, po typie zdarzenia oraz pozwoli zbudować historię kontaktu. W ten sposób możemy powrócić do wyników za określony czas i sprawdzić jak zmieniły się wymagania Klienta.

INFORMACJA ZWROTNA PO SPOTKANIU

Druga z ankiet, które wykorzystujemy jest **całkowicie zautomatyzowana**. W momencie, kiedy jakiegokolwiek zadanie typu 'wizyta u klienta' zostanie oznaczone jako wykonane, system wysyła do kontrahenta e-mail z szablonu, który zawiera link do ankiety.



Tym razem w linku do ankiety wykorzystujemy dwie etykiety – **ID osoby rejestrującej zdarzenie** (czyli pracownika, który był na spotkaniu z klientem, ponieważ to jego pracy dotyczy ankieta) oraz **ID zdarzenia** (na tej podstawie możemy z łatwością znaleźć informację jakie to było spotkanie, z kim, czego dotyczyło itd.).

Kiedy kontrahent wypełni formularz, do managera działu sprzedaży trafia e-mail z powiadomieniem, w którym znajduje się link do ankiety oraz do jej pobrania, a także nasze etykiety – ID zdarzenia i osoby, która je zarejestrowała.

Co jeszcze możemy zrobić?

Webankieta umożliwia zastosowanie aż 10 etykiet dla każdego formularza. W połączeniu z dynamicznymi znacznikami naszego systemu CRM, możemy w prosty sposób grupować ankiety, aby później hurtowo analizować uzyskane dane.

Przykładowo ankiety z informacją zwrotną po spotkaniu, dotyczące danego handlowca, mogą być gromadzone w jego kartotece pracownika, aby następnie szukać słabych i mocnych stron, analizować poprawę i szybko wychwytywać spadek wyników.