

Примеры акционных игр: заполнение CRM

Цель: Заполнить в базе CRM данные по маркам и количеству автомобилей в парках клиентов

Срок проведения: 3 месяца

КРІ: баллы за количество заполненных карточек (3 карточки = 1 балл)

Фиксирование результатов: маркерная доска в ОП (продавцы вносят обновляют данные самостоятельно, ответственная за контроль – Расич)

Определение победителя: набравший большее количество баллов (при этом должно быть заполнено не менее 70% карточек от общего количества закрепленных за данным менеджером)

Бонус: бесплатный обед или дополнительный выходной

Эффект для компании: Получение данных для проведения RFM-анализа и развития выработки потенциала клиентов

