



СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ РАБОТЫ С КЛИЕНТАМИ

КОНСУЛЬТАЦИЯ-СЕМИНАР

Ашхабад, Туркменистан
16.02.2007

Customer Relationship Management Cycle

Цикл управления отношений с клиентами

Планирова-
ние поиска и
привлечения
клиентов





Планирование поиска и привлечения клиентов.

Определение:

- ✓ сферы продвижения,
- ✓ географических рамки маркетингового пространства,
- ✓ ценовой категории объекта продаж,
- ✓ временных рамок программы продвижения,
- ✓ количественный характер интересующей нас аудитории,
- ✓ качественный характер интересующей нас аудитории,
- ✓ какой характер информации нам необходимо донести до выбранной аудитории,
- ✓ информационные каналы продвижения, выводящие нас наиболее точно на определённую аудиторию.

Customer Relationship Management Cycle

Цикл управления отношений с клиентами

Планирование поиска и привлечения клиентов





АГЕНТСТВО МСТ
Management Consulting & Training Agency

Продвижение и привлечения клиентов.

✓Реклама:

- ✓ наружная щитовая
- ✓ в газетах и журналах
- ✓ телевизионная

✓Приёмы:

- ✓ покупки клиентов
- ✓ соблазнения клиентов
- ✓ переманивания клиентов у конкурентов

Customer Relationship Management Cycle

Цикл управления отношений с клиентами

Планирование поиска и привлечения клиентов





Продвижение и привлечения клиентов.

Если продвижение и привлечение клиентов «не срабатывает», то есть покупателей вашего товара или услуги как не было, так и нет, значит, в планировании поиска и привлечения клиентов допущены ошибки.

Необходимо вновь вернуться к планированию и пересмотреть его.

Customer Relationship Management Cycle

Цикл управления отношений с клиентами





Продажа (сделка).

Момент продажи товара или услуги требует от его участника использования навыков работы с клиентами и знания технологии и техник продаж.

Customer Relationship Management Cycle

Цикл управления отношений с клиентами





АГЕНТСТВО МСТ
Management Consulting & Training Agency

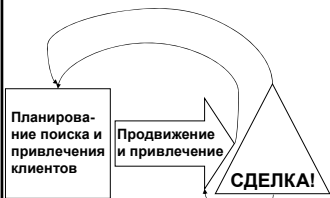
Продажа (сделка).

Если объёмы продаж не обеспечивают вам запланированного дохода...

Необходимо вновь вернуться к планированию и пересмотреть его.

Customer Relationship Management Cycle

Цикл управления отношений с клиентами





Продажа (сделка).

Клиенты есть.

Объёмы продаж соответствуют плану.

Победа?

- Если не поддерживать интереса к вашим товарам и услугам;
- Если не вкладывать силы и ресурсы в продвижение и привлечение,

Поток клиентов ослабнет, доходы упадут, бизнес может погибнуть.

Customer Relationship Management Cycle

Цикл управления отношений с клиентами



Customer Relationship Management Cycle

Цикл управления отношений с клиентами





Привлечение новых потребителей – более сложный и затратный процесс, чем удержание старых:

- в среднем 65% объема продаж приходится на уже имеющихся потребителей;
- увеличение числа повторных покупателей на 5% приводит к повышению прибыли продавца на 20-100%;
- исследования показали, что программы лояльности, использующие дисконтные карты, приводят к уменьшению текучести покупателей на 30% и к увеличению оборотов на 10%;
- удержание лишь 5% от общего количества покупателей через некоторое время приводит к 25-85%-ному увеличению получаемой от них прибыли;
- расходы торговой фирмы на завоевание новых клиентов в 11 раз превышают расходы на укрепление уже существующей клиентской базы.



С каждым годом стоимость обслуживания постоянных клиентов уменьшается.

Начиная с какого-то момента, постоянные клиенты начинают сами “строить бизнес предприятия”, приобретая больше покупок, покупая более дорогие вещи и услуги, а также повсюду рекламируя “любимую” фирму.

Постоянного клиента мы можем считать своим сотрудником.

Customer Relationship Management Cycle

Цикл управления отношений с клиентами





Планирование удержания клиента

Инструмент «Охота»

Отличие:

- ✓ Прицеливание происходит по-другому
- ✓ Нет необходимости использовать дорогостоящие патроны

Customer Relationship Management Cycle

Цикл управления отношений с клиентами





Программа удержания (лояльности, приверженности) клиентов:

База данных постоянных клиентов

Приёмы удержания клиентов

Активные продажи

Customer Relationship Management Cycle

Цикл управления отношений с клиентами





АГЕНТСТВО МСТ
Management Consulting & Training Agency

Программа удержания (лояльности, приверженности) клиентов:

Повторные продажи!

Customer Relationship Management Cycle

Цикл управления отношений с клиентами