

**«300 новых клиентов в салон красоты
каждый месяц»**

Занятие №1. Система учета

Дмитрий Белешко

Консалтинговый проект

«Салон Маркетинг»

www.salonmarketing.ru

Система учета

- Зачем нужна система учета?
- Какие показатели и зачем нужно измерять?
- Как измерять показатели?
- Виртуальная АТС
- Задание

Зачем нужна система учета?

- Все, что Вы не измеряете – Вы не контролируете
- Если Вы не посчитали нового клиента, значит у Вас нет этого клиента
- Показатели определяют факт – действительное положение дел в салоне
- Маркетинг – это цифры и психология. Но цифры – на первом месте!
- Кроме того, показатели дают Вам информацию – сколько денег тратить на привлечение нового клиента

Какие показатели необходимо измерять?

- Затраты на рекламную кампанию
- Количество обратившихся клиентов (звонки)
- Стоимость одного обращения (= затраты/количество обращений)
- Количество новых клиентов (оставили деньги в кассе)
- Стоимость одного нового клиента (= затраты/количество новых клиентов)
- Средний чек (= выручка/кол-во клиентов)
 - по всему салону
 - по новым клиентам
 - по постоянным клиентам
- Средняя ценность клиента (= Ср. чек * Рент. * Кол. посещений * Кол. лет)

Зачем их необходимо измерять?

- Затраты на рекламную кампанию – сколько мы тратим денег на привлечение клиентов?
- Количество обратившихся клиентов (звонки) – результат потраченных денег на рекламу
- Стоимость одного обращения – насколько эффективна реклама?
- Количество новых клиентов (оставили деньги в кассе) – результат рекламы и работы салона при первом контакте с клиентом (админы)
- Стоимость одного нового клиента – кроме рекламы, насколько эффективно салон (админы) конвертируют обращение в нового клиента?
- Средний чек - сколько денег приносит нам клиент при одном посещении?
- Средняя ценность клиента - сколько денег приносит нам клиент вообще за все время работы с нами?

Пример. Рекламная кампания «Промоутеры»

Затраты на кампанию = 15 000 руб.

Кол. потенц. клиентов = 70 чел.

Кол. новых клиентов = 54 чел.

Стоимость потенц. клиента (обращения) = $15\,000 / 70 = 214$ руб.

Стоимость клиента = $15\,000 / 54 = 278$ руб.

Средний чек = 2 350 руб. Прибыль = 27%

Общая прибыль = $54 * 2350 * 0,27 = 34\,263$ руб.

Средняя ценность клиента = $2350 * 0,27 * 1 * 1 = 634,5$ руб.

Общая прибыль = +19 263 руб.

Прибыль на одного клиента = +356,5 руб.

Как измерять показатели?

Количество обращений	<ul style="list-style-type: none">• Виртуальная АТС (система записи звонков)• Журнал администратора (программа)• Видеокамера или инфракрасный счетчик
Количество новых клиентов:	<ul style="list-style-type: none">• Журнал• Программа• Чеки
Средний чек	<ul style="list-style-type: none">• Выручка / количество клиентов
Количество посещений в месяц	<ul style="list-style-type: none">• Кол-во визитов / кол-во клиентов

Проблема с измерениями

- Можно измерить все параметры – журнал администратора
- Если используется программа – то готовим специальный отчет по показателям
- Сложно измерить только количество обращений – этот показатель дает информацию об эффективности рекламы и работе администратора
- Количество обращений можно измерить с помощью внедрения Виртуальной АТС

Виртуальная АТС

- Преимущества
 - Многоканальность (никогда не будет занято)
 - Статистика звонков (время, пропущенные входящий номер,)
 - Запись звонков
 - Система мультиномер
- Стоимость (Москва)
 - Подключение номера (от 990 руб.) или покупка аппаратного шлюза (от 2000 руб. И номер телефона не меняется)
 - Абонентская плата – от 890 руб.

Где найти виртуальную АТС?

Если Вы находитесь в одном из этих городов:

- Москва
- Санкт-Петербург
- Екатеринбург
- Нижний Новгород
- Ростов-на-Дону
- Казань

...то используйте mango-office.ru

Если Вы из другого города, то

- Открываете yandex.ru
- Там вбиваете «виртуальная АТС [ваш город]»
- Находите компанию, которая предлагает услуги виртуальной АТС с возможностью записи разговоров

Как подключить виртуальную АТС

1. Заходите на сайт mango-office.ru (или др. который Вы нашли)
2. Выбираете услугу «Виртуальная АТС»
3. Нажимаете кнопку «Подключить»
4. Выбираете самый дешевый тариф
5. Покупаете номер, который Вам понравится
6. Вносите предоплату и решаете вопрос со всеми документами (1-2 дня)
7. Пользуетесь возможностью смотреть статистику, слушать разговоры и полноценно измерять воронку продаж...

А так выглядит Ваш пульт управления;)

Все (111)/129 Голосовые сообщения /0 Факсы /0 ● Записи разговоров (111)/129

Ид: Направление: Длительность от: до:
 Линия:
 Абонент(ы):

Выделенные (0):

<input type="checkbox"/>	Действия	Тип	С номера	На номер	Дата	Размер
<input type="checkbox"/>		● запись	74954742177	74992384166	20 дек. 2012, 19:33	109 сек. (107 КБ)
<input type="checkbox"/>		● запись	79099293018	74992384344	20 дек. 2012, 18:52	71 сек. (69 КБ)
<input type="checkbox"/>		● запись	79168222727	74992384166	20 дек. 2012, 18:41	45 сек. (44 КБ)
<input type="checkbox"/>		● запись	79168222727	74992384344	20 дек. 2012, 17:34	16 сек. (16 КБ)
<input type="checkbox"/>		● запись	79037746302	74992384344	20 дек. 2012, 16:59	65 сек. (63 КБ)

Задание. Часть 1 (для НОВИЧКОВ)

- Составьте таблицу учета основных показателей привлечения новых клиентов для своего салона за последний год (данные из программы и журнала админов)
- Установите «Виртуальную АТС»
- Начните вести и заполнять таблицу каждую неделю

Задание. Часть 2 (для ОПЫТНЫХ)

- Составьте таблицу учета основных показателей отдельно для каждого источника новых клиентов за последний год
- Автоматизируйте формирование отчета по основным показателям привлечения новых клиентов (выгрузка из программы или формирование таблицы админом)