

Ведение клиентской базы

ЭТМ



Специализация МОПП

Основная Цель компании:

лидерство на рынке **каждой ЦКГ** и в **каждом регионе присутствия** при заданном уровне прибыльности.

Для целенаправленной работы в компании существуют специализации МОПП:

- территориальные МОПП
- универсальные МОПП
- менеджеры по работе с промышленными предприятиями (МРПП)
- менеджеры по работе со щитовиками (МРЩ)
- менеджеры по работе с дилерами (МРД)
- менеджеры по работе с сетями (МРС)



Статус МОПП

От стажа работы МОПП зависит его опыт, его возможности и соответственно ожидаемые компанией результаты. В компании приняты следующие определения статусов МОПП:

- **стажер:** сотрудник, находящийся на испытательном сроке и проходящий обучение согласно стандартного плана вхождения в должность.
- **новичок:** сотрудник, успешно прошедший стандартный план вхождения в должность. При этом срок работы составляет менее 6 месяцев включительно с момента перехода в статус новичка.
- **опытный:** сотрудник, отработавший на должности от 7 до 12 месяцев включительно с момента перехода в статус новичка
- **ветеран:** сотрудник, отработавший на должности свыше 12 месяцев с момента перехода в статус новичка



Нормируемые показатели

1. Численность закрепленной клиентской базы.
2. «Чистота» клиентской базы. По сути специализация по ЦКГ или по территориальному признаку.
3. Показатели вклада:
 - количество встреч с клиентами,
 - количество «холодных» звонков,
 - количество покупающих клиентов свыше 15000 рублей,
4. Контроль за частотой покупок клиентов («черные» списки).



Открепление, закрепление передача клиентов.

1. Закрепление клиентской базы МОПП производится в корпоративной системе NS2000 с использованием 37 классификатора.
2. Фактические изменения в классификатор вносит Менеджер по клиентскому анализу на основании служебной записки, с согласованием Директора по продажам (кроме клиентов МРД и МРС).
3. Закрепление или открепление клиента за МРД и МРС производится в ЦП на основании служебной записки ДП и карточки клиента.
4. Организации имеющие несколько юридических лиц плательщиков классифицируются как головные и связанные. Связанным организациям присваивается 140 признак в NS2000 (МКА по служебной записке).

Ограничения:

1. Размер КБ не должен превышать установленного размера.
2. В случае, если по клиенту отсутствует ТО в течении 6 месяцев происходит автоматическая отвязка клиента от МОПП (только в случае отсутствия ПДЗ по клиенту).
3. Период перезакрепления клиентов между МОПП при смене специализации составляет не более двух месяцев.
4. Не допускается неличная (неперсонифицированная) привязка клиентов по 37 классификатору – без указания конкретного МОПП, а также закрепление клиентов за ООК (НООК). При необходимости за руководителями ВТЦ закрепляются их клиенты.

Передача клиентов:

1. Основанием для передачи клиента в ОПП из ООК является наличие достоверной информации о потенциале клиента (S, A, B), которые не реализуются в ООК с помощью стандартных условий ООК (система ценообразования, 1Д, система сервиса и т.д.).
2. В случае увольнения МОПП или перехода на другую должность его КБ должна быть перезакреплена за другим МОПП или передана в ООК в течение месяца. Ответственный за передачу КБ – НОП. Контроль за перезакреплением осуществляет ДП через МКА РЦ.
3. Множественная классификация по 37 классификатору осуществляется в случае необходимости закрепления карточки организации за МОПП, работающими в ОП разных кустов (утверждается в УП ЦП) и разных ОП одного куста (утверждается ДП РЦ).

		Универсальный МОПП		
Количество привязанных клиентов по классификатору (с учетом группировки по 140 признаку)	клиентов, по 37	Ветеран: не менее 20, не более 40	Опытный: не менее 20, не более 40	Новичок: не менее 15 через 2 м-ца, не менее 20 через 4 м-ца, не более 40
Минимальная доля платящим клиентам свыше 15 тыс.руб.	доля по 15	35%		
Количество клиентов в базе	непрофильных	Нет		
Минимальное количество встреч с клиентами вне ОП	количество	Ветеран и опытный – не менее 50% от закрепленной КБ, новичок – не менее 20 встреч		
Минимальное количество «холодных» звонков (для новичков)	число телефонных звонков	Не менее 100 звонков в месяц		
«Черный» список		Объем закупок за последние 2 мес. менее 15 т.р. в каждом месяце		
Работает с ЦКГ		ЭМО, дистрибьюторы, инфраструктура. Допускается иметь в КБ ЦКГ ПП, Щитовики.		
Запрещено работать с ЦКГ (с 1 июля 2010 года)		нет		
Целевые территории		Территория города. Допускается ведение клиентов на территориях вне города при полной реализации потенциала клиентов и наличием отличного взаимодействия клиент – МОПП		
Целевой потенциал клиентов		С,А,В		
Особенности работы: У вновь принимаемых на работу универсальных МОПП КБ не может состоять из клиентов, принадлежащих какой-либо территории.				



Особенности специализаций МОПП

		Территориальный МОПП		
Количество привязанных клиентов по классификатору (с группировки по 140 признаку)	37 (с учетом)	Ветеран: не менее 30, не более 60	Опытный: не менее 30, не более 60	Новичок: не менее 20 через 2 м-ца, не менее 30 через 4 м-ца, не более 60
Минимальная доля платящим клиентам свыше тыс.руб.	по 15	25%		
Количество непрофильных клиентов в базе		С 1 января запрещено закреплять, с 1 апреля до 3, с 1 июля 0		
Минимальное количество встреч с клиентами вне ОП		Ветеран и опытный – не менее 50% от закрепленной КБ, новичок – не менее 20 встреч		
Минимальное количество «холодных» звонков (для новичков)	число телефонных	Не менее 100 звонков в месяц		
«Черный» список		Объем закупок за последние 2 мес. менее 15 т.р. в каждом месяце		
Работает с ЦКГ Запрещено работать с ЦКГ (с 1 июля 2010 года)		ЭМО, дистрибьюторы, инфраструктура, ПП, Щитовики. Нет		
Целевые территории		Строгое закрепление за выделенными территориями		
Целевой потенциал клиентов		А,В, допускается S		



Особенности специализаций МОПП

		МРПП		
Количество привязанных клиентов по классификатору (с учетом группировки по 140 признаку)	клиентов, по 37 (с учетом признаку)	Ветеран: не менее 20, не более 60	Опытный: не менее 20, не более 60	Новичок: не менее 20 через 2 м-ца, не менее 20 через 4 м-ца, не более 60
Минимальная доля по платящим клиентам свыше 15 тыс.руб.		35%		
Количество непрофильных клиентов в базе		С 1 января запрещено закреплять, с 1 апреля до 3, с 1 июля 0		
Минимальное количество встреч с клиентами вне ОП		Ветеран и опытный – не менее 50% от закрепленной КБ, новичок – не менее 20 встреч		
Минимальное количество «холодных» звонков (для новичков)	число телефонных звонков	Не менее 100 звонков в месяц		
«Черный» список		Объем закупок за последние 2 мес. менее 15 т.р. в каждом месяце		
Работает с ЦКГ Запрещено работать с ЦКГ (с 1 июля 2010 года)		ЦКГ ПП. Допускается ЦКГ Щитовики. ЭМО, инфраструктура, дистрибьюторы		
Целевые территории		Территория города. Допускается ведение клиентов на территориях вне города при полной реализации потенциала клиентов и наличием отличного взаимодействия клиент – МОПП (только по ЦКГ ПП и Щитовики)		
Целевой потенциал клиентов		S, A, B		



Особенности специализаций МОПП

		МРЦ		
Количество привязанных клиентов по классификатору (с учетом группировки по 140 признаку)	клиентов, по 37	Ветеран: не менее 10, не более 20	Опытный: не менее 7, не более 20	Новичок: не менее 5 через 2 м-ца, не менее 7 через 4 м-ца, не более 20
Минимальная доля платящим клиентам свыше 15 тыс.руб.	доля по 15	70%		
Количество непрофильных клиентов в базе	непрофильных	С 1 января запрещено закреплять, с 1 апреля до 3, с 1 июля 0		
Минимальное количество встреч с клиентами вне ОП	количество	Ветеран и опытный – не менее 50% от закрепленной КБ, новичок – не менее 20 встреч		
Минимальное количество «холодных» звонков (для новичков)	число телефонных	Не регламентировано		
«Черный» список		Объем закупок за предыдущий месяц менее 300 т. р. для потенциала S, менее 150 т.р. для потенциала А, менее 50 т. р. для потенциала В.		
Работает с ЦКГ Запрещено работать с ЦКГ (с 1 июля 2010 года) Целевые территории		ЦКГ Щитовики. ЭМО, инфраструктура, дистрибьюторы, ПП Территория города. Допускается ведение клиентов на территориях вне города при полной реализации потенциала клиентов и наличием отличного взаимодействия клиент – МОПП (только по ЦКГ Щитовики)		
Целевой потенциал клиентов		S,А,В		



Особенности специализаций МОПП

		МРД		
Количество привязанных клиентов по классификатору (с учетом группировки по 140 признаку)	37	Ветеран: не менее 15, не более 30	Опытный: не менее 15, не более 30	Новичок: не менее 10 через 2 м-ца, не менее 10 через 4 м-ца, не более 30
Минимальная доля по платящим клиентам свыше 15 тыс.руб.		50%		
Количество непрофильных клиентов в базе		0		
Минимальное количество встреч с клиентами вне ОП		Объем закупок за предыдущий месяц менее 300 т. р. для потенциала S, менее 150 т.р. для потенциала A, менее 50 т. р. для потенциала B.		
Минимальное число «х олодных» телефонных звонков (для новичков)		100 звонков в месяц		
«Черный» список		Объем закупок за предыдущий месяц менее 300 т. р. для потенциала S, менее 150 т.р. для потенциала A, менее 50 т. р. для потенциала B.		
Работает с ЦКГ		ЦКГ Дилеры		
Запрещено работать с ЦКГ (с 1 июля 2010 года)		-		
Целевые территории		Не регламентировано		
Целевой потенциал клиентов		S,A,B		



Особенности специализаций МОПП

		МРС		
Количество привязанных клиентов по классификатору (с группировки по 140 признаку)	клиентов, по 37 (с учетом признаку)	Ветеран: не более 10	Опытный: не более 10	Новичок: не более 10
Минимальная доля платящим клиентам свыше 15 тыс.руб.	доля по клиентам свыше 15 тыс.руб.	70%		
Количество клиентов в базе	непрофильных клиентов в базе	До 5 клиентов ЦКГ Дилеры		
Минимальное количество встреч с клиентами вне ОП	количество встреч с клиентами вне ОП	Ветеран и опытный – не менее 50% от закрепленной КБ, новичок – не менее 20 встреч		
Минимальное количество «холодных» звонков (для новичков)	число телефонных звонков (для новичков)	Не регламентировано		
«Черный» список		Объем закупок за предыдущий месяц менее 300 т. р. для потенциала S, менее 150 т.р. для потенциала А, менее 50 т. р. для потенциала В.		
Работает с ЦКГ		ЦКГ Сети. Допускается до 5 клиентов ЦКГ Дилеры		
Запрещено работать с ЦКГ (с 1 июля 2010 года)		-		
Целевые территории		Не регламентировано		
Целевой потенциал клиентов		S,А,В		



Вклад НОП/НОПП/старшего группы

- Установить общее количество встреч НОП с клиентами вне офиса не менее 15 в месяц.
- 2. Установить число встреч для НОПП с клиентами вне офиса – 20 в месяц.
- 3. Установить число встреч для старшего группы с клиентами вне офиса:
 - - по своей КБ – не менее 50% от численности КБ
 - - по КБ МОПП группы – не менее 15 встреч.