



7 ошибок в работе с клиентами

# Сервис стратегия или «изюминка»

---

1. Долгосрочная ценность клиента:  
lifetime customer value



2. Стоимость привлечения нового клиента=  
Бюджет на маркетинг/количество новых клиентов



# Потеря клиентов

---

Цель: Потеря клиентов – считаем стоимость «0»  
оттока клиентов в год

Количество потерянных клиентов \* customer value / за  
год

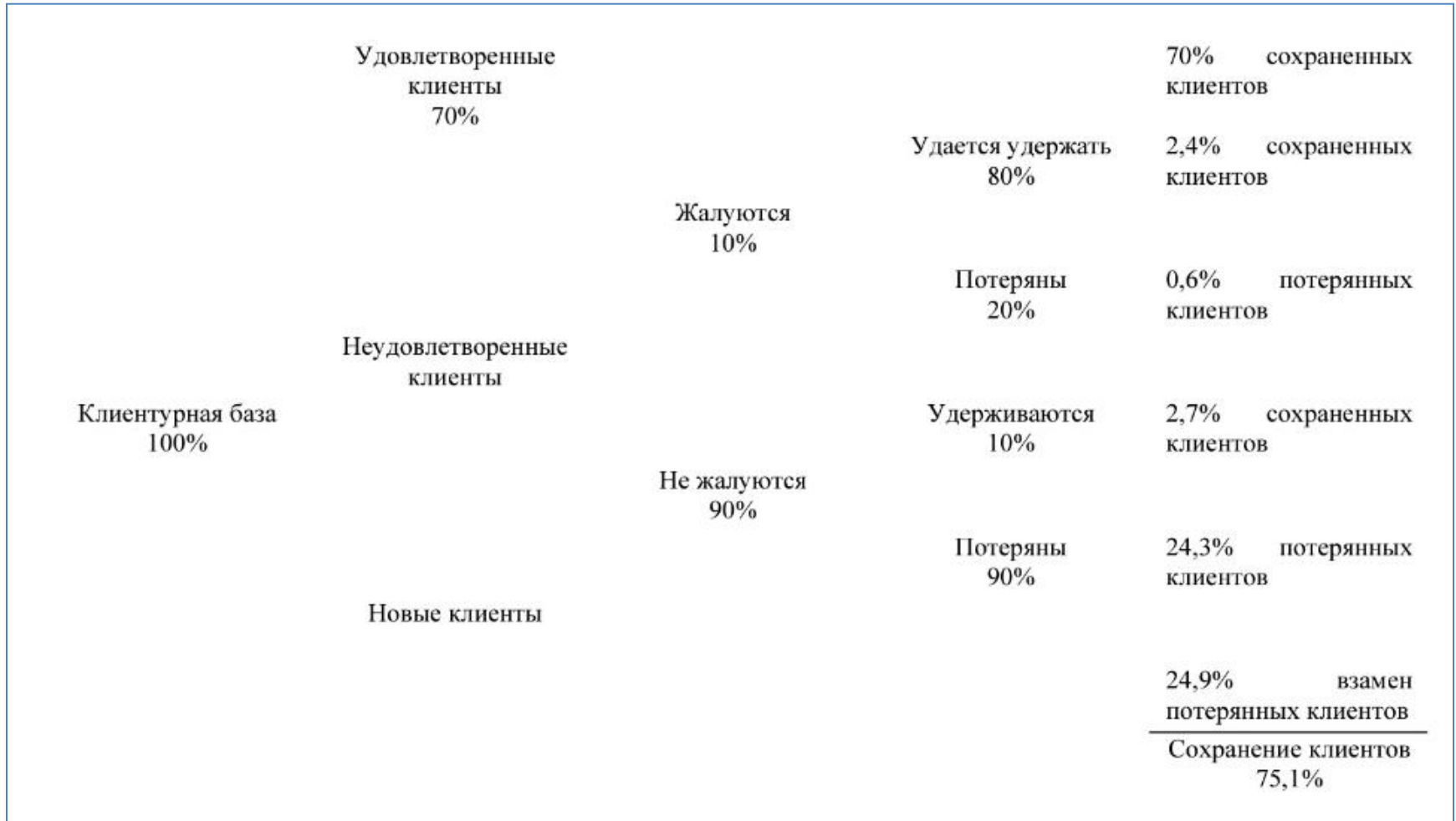
В среднем компания на ушедших клиентах теряет  
12% годового дохода

При потере клиентов 15-20% в год  
уменьшение оттока приводит к росту  
дохода на 25-100%

---



# Удовлетворенность и сохранение клиентов



# Методы формирования конкурентных преимуществ на предприятия

---

- Гибкая ценовая политика

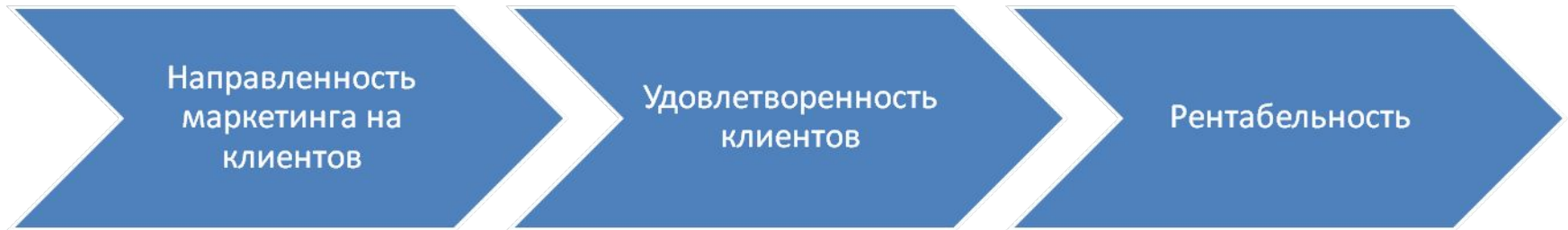


- Повышение удовлетворенности потребителей (ценность)



# Направленность маркетинга, удовлетворенность и рентабельность

---



Сколько стоит  
потребительская  
неудовлетворенность?





# Как обеспечивать хороший сервис

---

- Не делайте предположений о том, чего хотят клиенты. Они сами жаждут сообщить Вам это.
- Дайте им возможность высказаться. Сделайте небольшую анкету — не больше 5 вопросов, а лучше всего 3, — сфокусированную на наиболее важных аспектах общения клиентов с Вами.
- Простой способ получить 100% ответов — дать эту анкету в тот момент, когда клиент расплачивается. Тогда он сможет заполнить её за то время, пока Вы ведете расчеты.
- Не надоедайте клиентам. Если люди не хотят заполнять анкеты — ничего страшного. Не заставляйте их. Не начинайте звонить им по вечерам или приставать к ним, пока они ходят по магазину. Запомните: главная идея опроса — сделать так, чтобы люди были счастливы вести с Вами дела. Если Вы им надоедаете, у них не получится быть счастливыми.





МЫ ХОТЕЛИ БЫ УЗНАТЬ...

1. Вы заплатили

а) меньше    б) больше    в) столько, сколько ожидали?

*(Пожалуйста, обведите один из вариантов)*

2. Был ли ваш автомобиль готов в обещанное время?

\_\_\_\_\_ Да                      \_\_\_\_\_ Нет

3. Был ли это повторный ремонт одной и той же неисправности?

\_\_\_\_\_ Да                      \_\_\_\_\_ Нет

БОЛЬШОЕ СПАСИБО!

---

---

---

SEWELL  
Village Cadillac  
Семейная традиция с 1911 года



# Что получает компания от качественного сервиса?

---

- Лояльность, рост доли рынка и объемов продаж
  - Рост прибыли
  - Увеличение частоты покупок
  - Рост ср.чека
  - Увеличение клиентской базы
  - Сокращение бюджета на маркетинг
  - Репутация +
  - Конкурентное преимущество
  - Повышение дисциплины и кпд благодаря позитивному настрою клиентов
  - снижение текучки кадров
- 



# Функции сервиса

---



# Сервис для клиента это...

---

- заботливость
- вежливость
- честность
- готовность помочь
- оперативность
- доступность
- дружелюбие
- знания
- профессионализм



---

□ Обслуживание ЭТО ТО,  
что о нем думают ваши клиенты

!важны

только те критерии которые влияют на решение  
о покупке

!Отношение во время процесса контакта с  
компанией важнее чем ценность или цена.

! WOW сервис - дать клиенту больше, чем он  
ожидает

---



# Тенденции

---

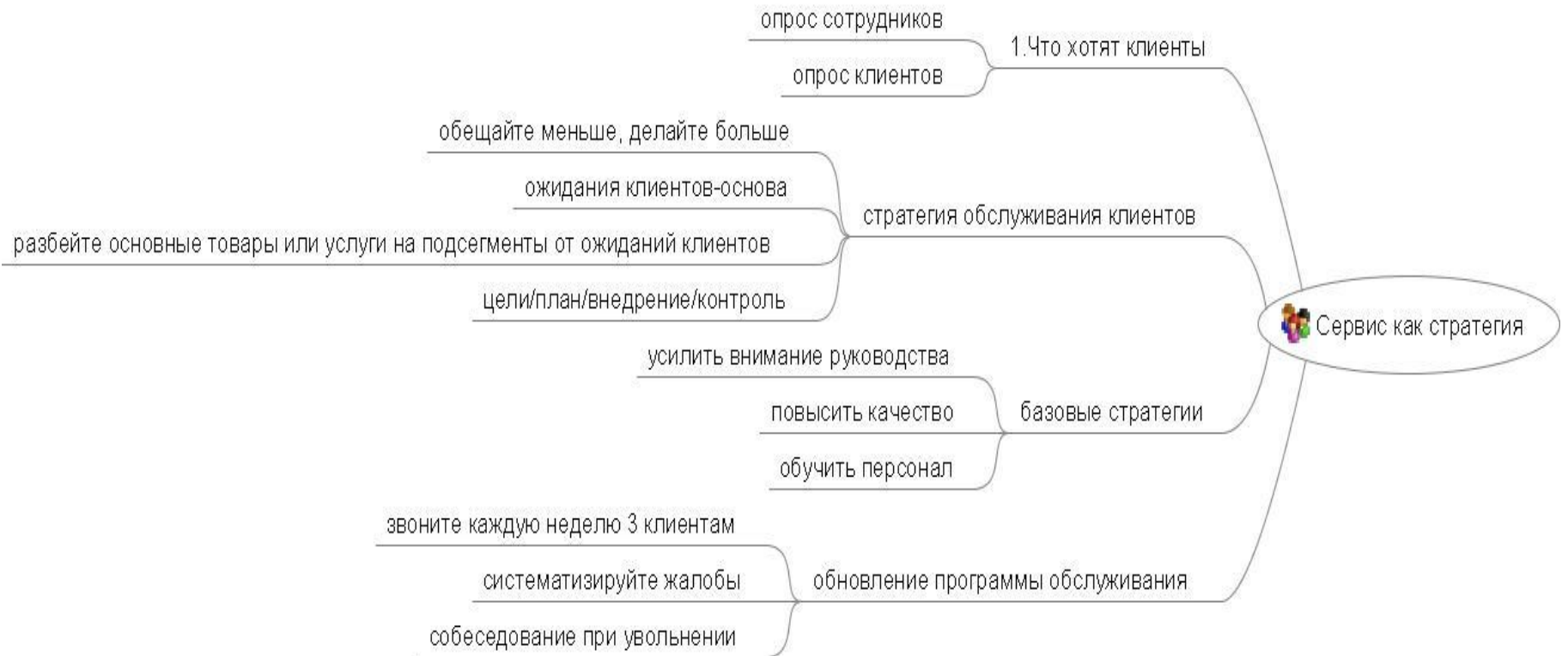
- Растущий выбор каналов взаимодействия с клиентом
- Возрастают ожидания клиентов от дифференциации товаров и услуг.

Самое важное сейчас —  
сконцентрироваться на том, что  
хотят клиенты от компании

Сервис может легко стать вашей  
КК, которая не оставит и шанса  
вашим конкурентам



# Дерево целей «Сервис – стратегии»





# Законы обслуживания клиентов

---

- первое впечатление
- 2 закон термодинамики :  
«Все предоставленное  
собственной воле приходит  
к хаосу или разрушается»



# 7 смертельных ошибок

---



# 1. Не собирать контакты

---

- Контакты в обмен на халяву офлайн
- Контакты окно захвата сайт
  - Бонус: ваша экспертность повысится через обучение
- Контакты на странице в FB за лайк+халява
- Купоны



Спа-салон Sunrita предлагает балийский, тайский массаж, спа-программы - Mozilla Firefox

Файл Правка Вид Журнал Закладки Инструменты Справка

Яндекс IB Старт2: День 19 ... Новая вкладка Новая вкладка JС Подписчики :: www... Я недовольный кли... Спа-салон Sun... x терапия клиента: ... терапия клиента: ... Я все предоставлен... Законы обслужив... +

Яндекс www.sunrita.ru

SEARCH - f u


Get Media Player Plugin 9°C

esyrkova Екатеринбург +9 0 USD 33,32

закреть

## Мини-книга Этнический массаж и спа

**Этнический массаж и спа:**  
как получить максимальную пользу?



**Получить мини-книгу  
БЕСПЛАТНО!**

Ваше имя:

Ваш email:

**Получить книгу**

Из данной книги Вы узнаете:

- ✓ Как правильно выбрать оздоровительный массаж
- ✓ Какой эффект даст та или иная техника
- ✓ Какая техника подойдет именно Вам
- ✓ Как не ошибиться с выбором салона

Хост: Авториз. Провайдер: Авториз. Авториз. 91.201.52.17 (8:5202) ... Безопасный поиск McAfee

Пуск ИСQ Теку... Спа... Знед... При... Веби... 7 спо... Общ... День... Слай... Курс... Прил... Файл... Фотк...

0:57

## 2. Не работать с клиентской базой

---

- регламент рассылок смс
- регламент касаний емейл
- автораспродажи
- будим спящих клиентов
- Стим улируем отзывы
- реферальная система
- треугольник деньги время потребность



## 3. Сделать очень сложной работу с вами

---

- Тестируем момент истины
- Делаем матрицу ответственности
- Контроль и проверка
- Время работы



# Момент истины

---

- «Момент **истины**» - это **момент** встречи клиента с компанией, при котором у клиента складывается собственное «истинное» представление о компании. Р.Нортон
- Гость выходит в бар вечером
- Гость заказывает напиток
- Просьба гостя разбудить его утром в определенное время
- Гость принимает звонок-побудку
- Обслуживание номера гостя коридорным
- ...





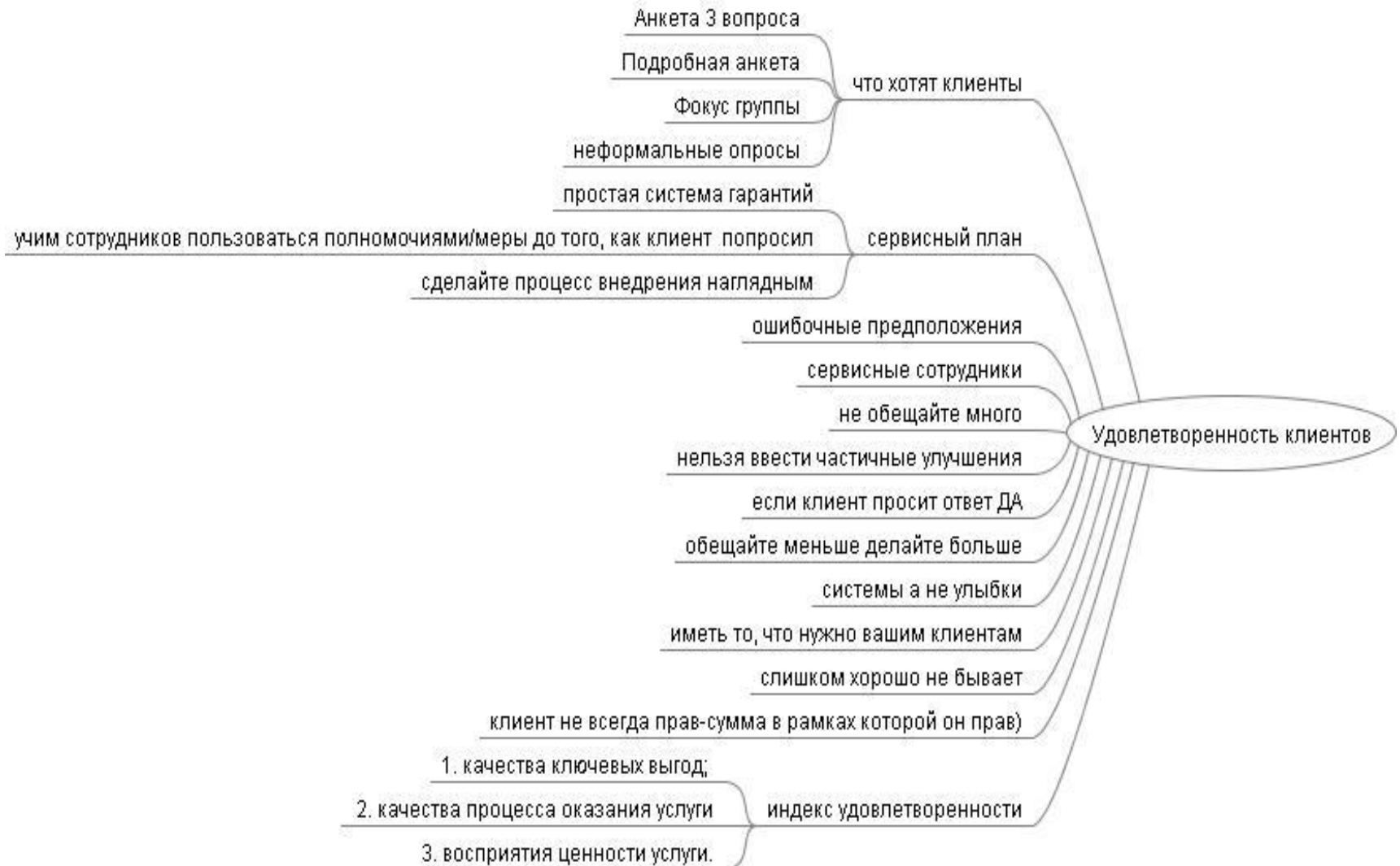
### 3. Сделать очень сложной работу с вами

---

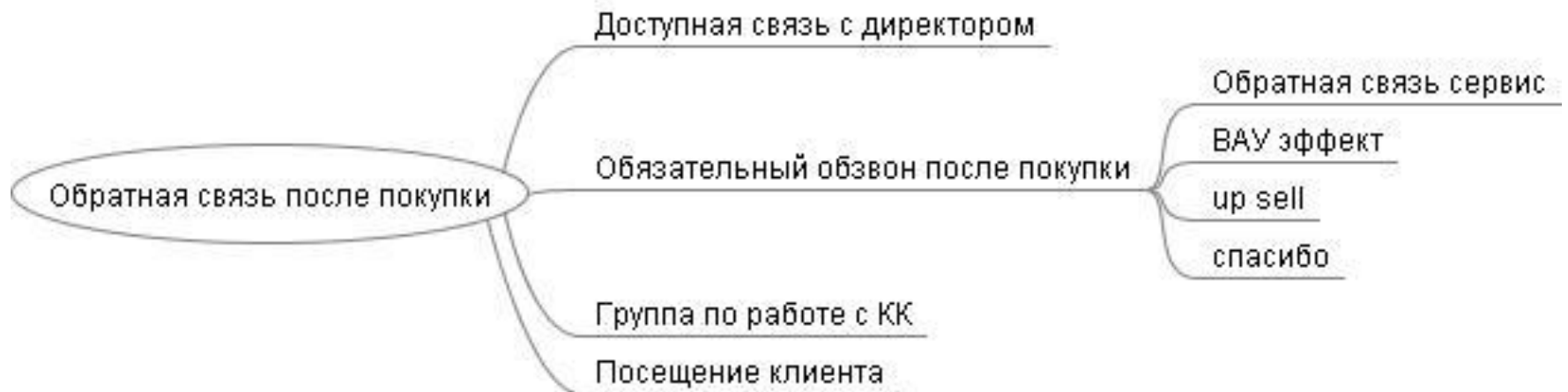
- Сайт
- Личное общение
- Телефонный звонок-сбор контактов
  - контроль прозвона , лучше кол центр-живое общение
- скрипты
- "мелочи":имя клиента
  - имя клиента
  - манеры
  - туалеты
  - вывески и указатели
  - а что снаружи



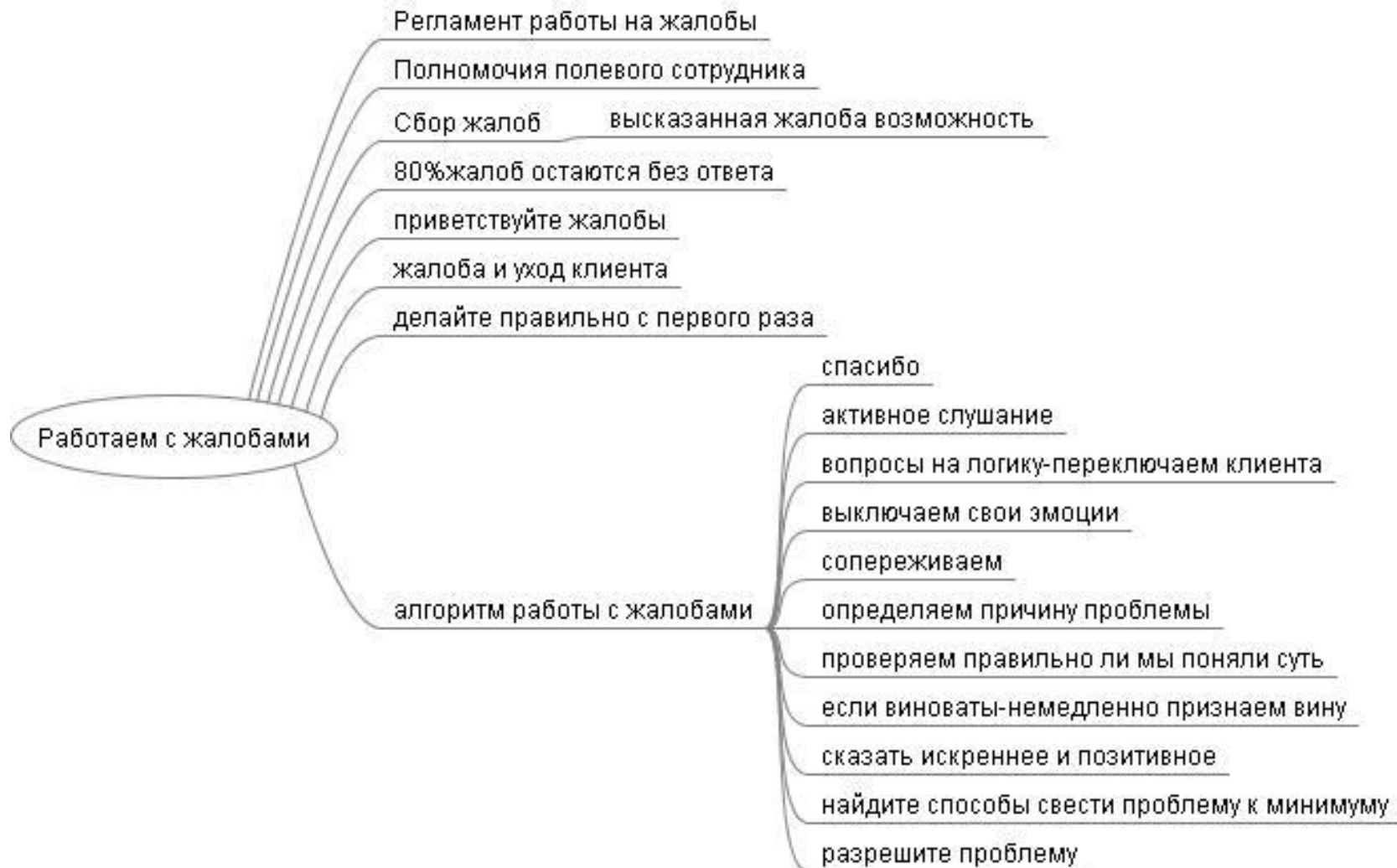
# 4. Не заботимся об удовлетворенности клиента



# 5. Забыть о клиенте после покупки



## 6. Не работать с жалобами



# Потеря клиентов и жалобы

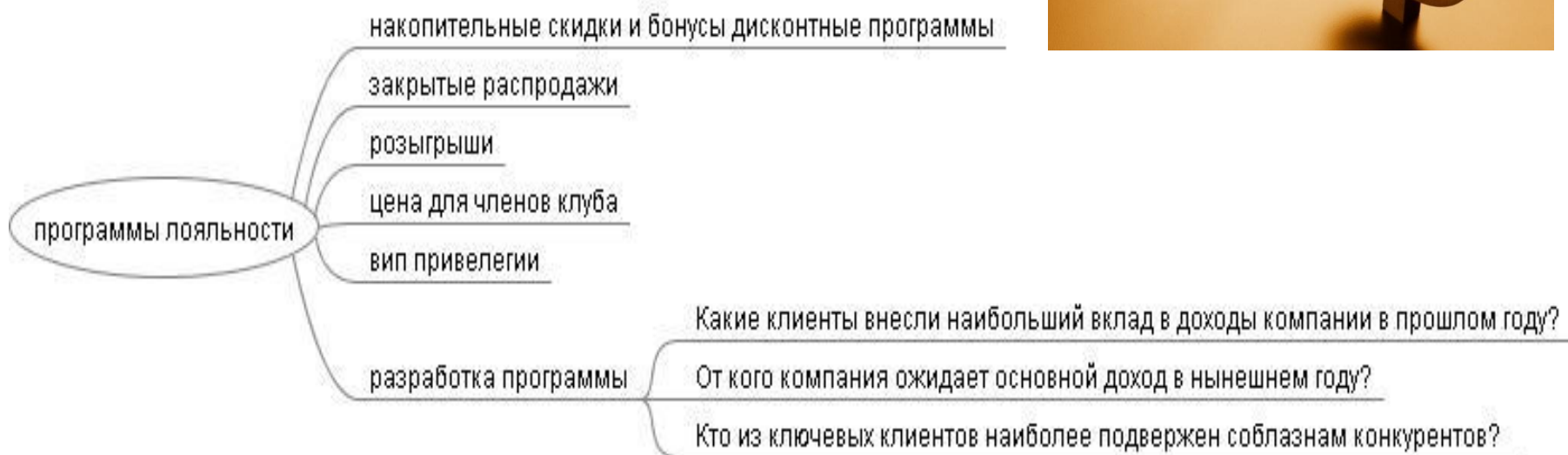
100% неудовлетворенных покупателей	4% жалуются	75% удалось удержать	3
		25% уходят	1
	96% не жалуются	5% остаются	5
		95% уходят	91



**Задача бизнеса побудить открыто  
выражать свое недовольство!**



# 7. Не иметь программы лояльности



# Причины потери покупателя

---

- Необходимость искать торговый персонал или ждать, когда он освободится
- Необходимость думать, чем «может помочь» излишне услужливый продавец, который превратно понял правила работы с покупателями на последнем тренинге
- Невозможность найти самому нужный товар
- Невозможность сделать выбор из-за слишком большого ассортимента, половина которого предлагается по специальной цене
- Невозможность спокойно рассмотреть товар, попробовать его на ощупь, вкус. Запах и примерить его на себя, особенно если продавец «стоит над душой».
- Невозможность разобраться, сколько стоит товар, и нежелание спрашивать о его цене у продавца, который оценивает платежеспособность покупателя по его внешнему виду
- Необходимость общаться с невнимательным и некомпетентным продавцом, либо в плохом настроении, который не знает, чем один товар лучше другого
- Невозможность выйти из ситуации «впаривания» залежалого или ненужного товара
- Необходимость ожидать в очереди
- Необходимость доказывать кассиру, что на самом деле товар стоит дешевле и это не его проблема, что информация о распродаже не была своевременно занесена в компьютер
- Необходимость общаться с неграмотным продавцом с неправильной речью
- Необходимость выслушивать обсуждение продавцами между собой покупателей, сотрудников и личные проблемы продавцов
- Ответы продавцов на вопросы покупателей фразами «Что вы хотите за такую зарплату?», «Пишите жалобы, нам от этого будет только лучше», «Мне одной не разорваться», «Читайте, здесь все написано», и т.д.
- Разговоры продавцов по мобильному телефону в торговом зале, курение продавцов на лестничных площадках и у центрального входа
- Медленное обслуживание и плавность движений продавцов





# Задания

---

- 1. Считаем  $I_{cv}$  и стоимость привлечения нового клиента
- 2. Узнаем что хотят наши клиенты
- 3. Тестируем момент истины и пишем матрицу ответственности
- 4. Делаем жалобы доступными
- 5. Даем полномочия сотрудникам
- 6. Контролируем и меряем результаты



# К чему стремимся?

---

