Пять систем
5-systems.ru

Комплекс решений «Система управления лояльностью клиентов»

Интегрированные решения для конфигурации «1С-Рарус: Альфа-Авто»

Пять систем
5-systems.ru

«Система управления лояльностью клиентов»

Комплекс решений «Система управления лояльностью» содержит средства реализации эффективной маркетинговой стратегии удержания клиентов и повышения их лояльности.

Целью внедрения решений является сохранение и развитие имеющихся клиентов, а также формирование лояльности у новых клиентов.

Конечным **результатом** реализации стратегии повышения лояльности является снижение затрат на привлечение новых клиентов, постоянный поток заказов, увеличение количества обращений, среднего чека и прибыли компании в целом.

Пять систем
5-systems.ru

«Система управления лояльностью клиентов»

Комплекс обеспечивает решение следующих **задач:**

- Определение целевых групп клиентов для повышения их лояльности;
- Предоставление средств проведения маркетинговых мероприятий, направленных на повышение лояльности;
- Мониторинг и оценка показателей лояльности.

Пять систем
5-systems.ru

В соответствии с поставленными задачами комплекс включает следующие **решения:**

1. Инструменты выявления целевых групп для повышения их лояльности;
2. Средства информирования: телемаркетинг, sms- и email- рассылки;
3. Функционал реализации системы льгот: скидки, бонусы, рассылка поздравлений;
4. Средства оценки удовлетворенности клиента и мониторинга уровня лояльности.

Каждое решение выполняет конкретную задачу в построении системы управления лояльностью клиентов, поэтому может использоваться как самостоятельный функциональный модуль, так и в комплексе.

Исходя из логики построения комплекса последовательно рассмотрим функционал каждого решения.

Пять систем
5-systems.ru

Целевые группы

Основной принцип эффективной системы управления лояльностью — нацеленность на ключевых клиентов. Известно, что меньшая часть клиентов приносит большую часть прибыли, поэтому целесообразно выделить таких клиентов из общей базы.

Для выявления группы ключевых клиентов, в отношении которых наиболее актуально повышение лояльности, используется **ABC-анализ** - ранжирование клиентов по степени влияния на прибыльность компании.

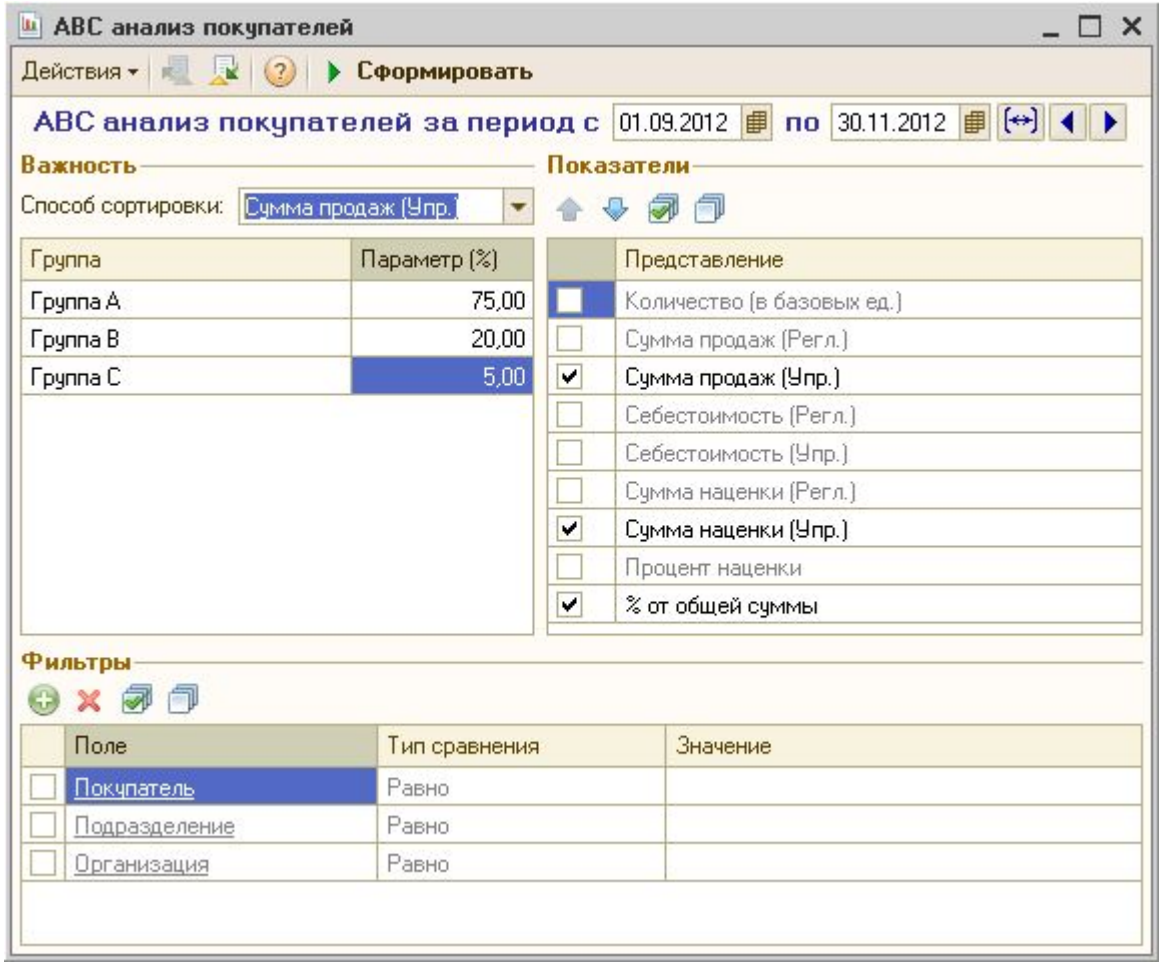
Кроме того, ABC-анализ позволяет определить общие черты наиболее выгодных клиентов, определить стратегическую целевую категорию клиентов компании.

Результатом ABC-анализа будет рабочий список контрагентов для проведения маркетингового мероприятия.

Пять систем
5-systems.ru

Целевые группы

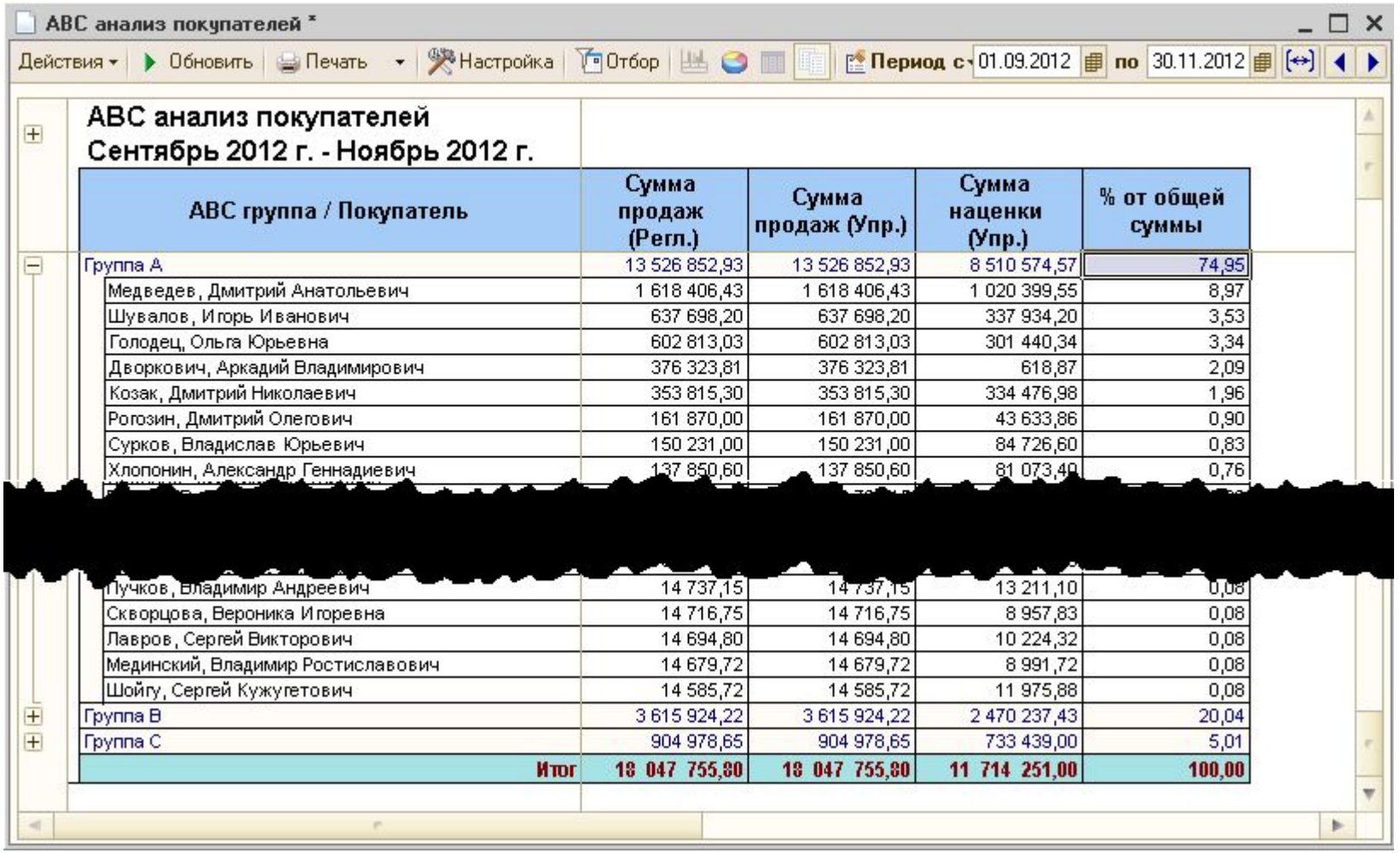
Отчет ***ABC-анализ покупателей*** позволяет распределить клиентов по группам, приносящим, например, 75%, 20% и 5% дохода компании:



Пять систем
5-systems.ru

Целевые группы

В результате формируется список клиентов, составляющих ключевую группу, приносящую 75% дохода. Как правило, это 20-25% от всех клиентов компании.



АВС анализ покупателей
Сентябрь 2012 г. - Ноябрь 2012 г.

АВС группа / Покупатель	Сумма продаж (Регл.)	Сумма продаж (Упр.)	Сумма наценки (Упр.)	% от общей суммы
Группа А	13 526 852,93	13 526 852,93	8 510 574,57	74,95
Медведев, Дмитрий Анатольевич	1 618 406,43	1 618 406,43	1 020 399,55	8,97
Шувалов, Игорь Иванович	637 698,20	637 698,20	337 934,20	3,53
Голодец, Ольга Юрьевна	602 813,03	602 813,03	301 440,34	3,34
Дворкович, Аркадий Владимирович	376 323,81	376 323,81	618,87	2,09
Козак, Дмитрий Николаевич	353 815,30	353 815,30	334 476,98	1,96
Рогозин, Дмитрий Олегович	161 870,00	161 870,00	43 633,86	0,90
Сурков, Владислав Юрьевич	150 231,00	150 231,00	84 726,60	0,83
Хлопонин, Александр Геннадиевич	137 850,60	137 850,60	81 073,40	0,76
Пучков, Владимир Андреевич	14 737,15	14 737,15	13 211,10	0,08
Скворцова, Вероника Игоревна	14 716,75	14 716,75	8 957,83	0,08
Лавров, Сергей Викторович	14 694,80	14 694,80	10 224,32	0,08
Мединский, Владимир Ростиславович	14 679,72	14 679,72	8 991,72	0,08
Шойгу, Сергей Кужугетович	14 585,72	14 585,72	11 975,88	0,08
Группа В	3 615 924,22	3 615 924,22	2 470 237,43	20,04
Группа С	904 978,65	904 978,65	733 439,00	5,01
Итог	18 047 755,80	18 047 755,80	11 714 251,00	100,00

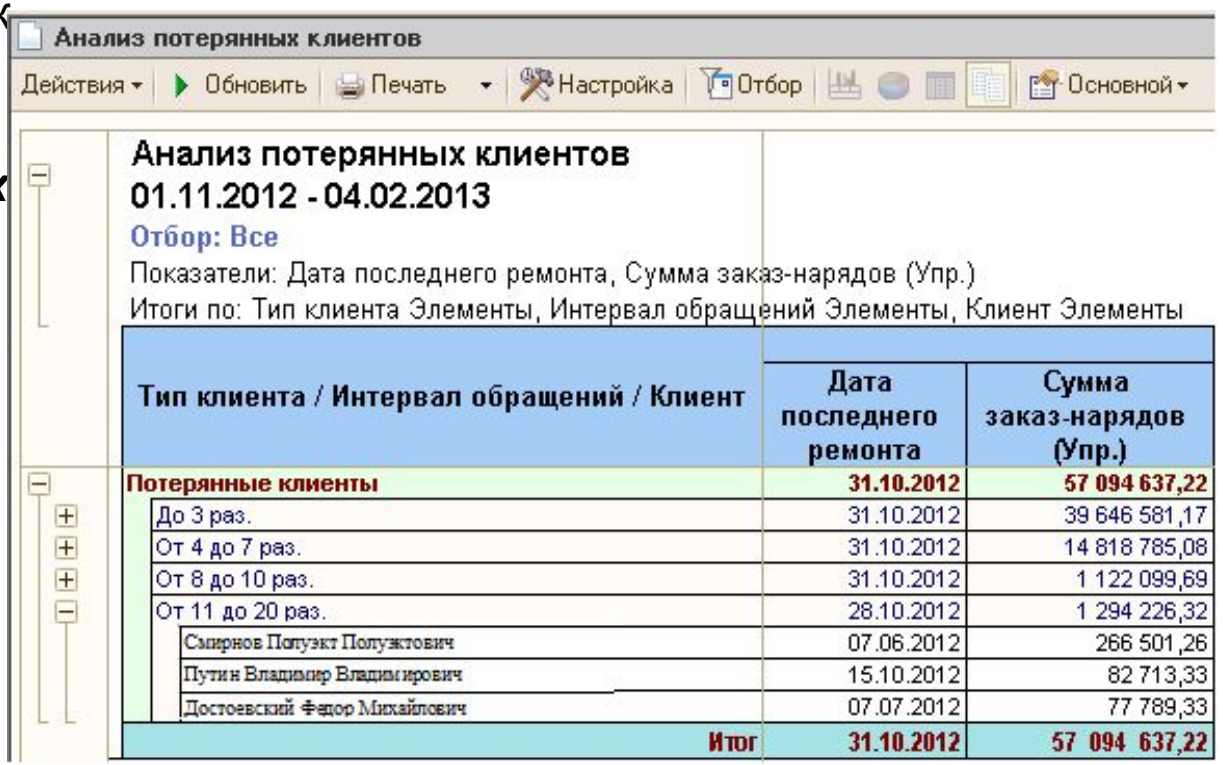
Пять систем
5-systems.ru

Целевые группы

В зависимости от поставленных целей маркетинговые мероприятия могут быть направлены не только на развитие отношений с наиболее прибыльными клиентами, но и на переход клиентов в эту категорию.

Например, целевой группой могут являться клиенты, не посещающие автосервис в течение определенного периода времени. Мероприятие может быть направлено на то, чтобы напомнить об компании, предоставить те или иные привилегии и тем самым предотвратить потерю клиентов.

Сформировать список клиентов позволяет отчет ***Анализ потерянных клиентов***



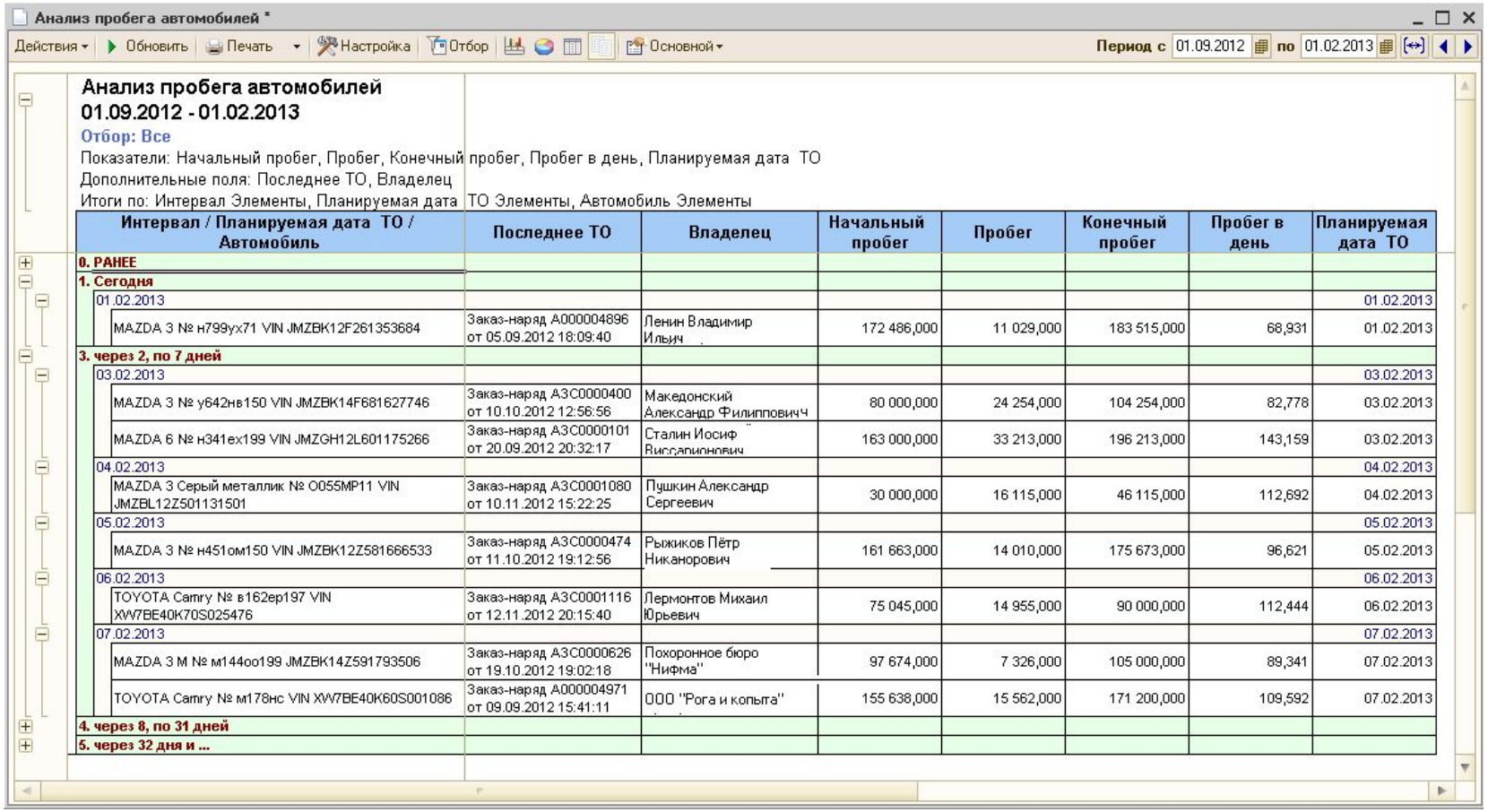
Анализ потерянных клиентов
01.11.2012 - 04.02.2013
Отбор: Все
Показатели: Дата последнего ремонта, Сумма заказ-нарядов (Упр.)
Итоги по: Тип клиента Элементы, Интервал обращений Элементы, Клиент Элементы

Тип клиента / Интервал обращений / Клиент	Дата последнего ремонта	Сумма заказ-нарядов (Упр.)
Потерянные клиенты	**31.10.2012**	**57 094 637,22**
До 3 раз.	31.10.2012	39 646 581,17
От 4 до 7 раз.	31.10.2012	14 818 785,08
От 8 до 10 раз.	31.10.2012	1 122 099,69
От 11 до 20 раз.	28.10.2012	1 294 226,32
Смирнов Полуэкт Полуэктович	07.06.2012	266 501,26
Путин Владимир Владимирович	15.10.2012	82 713,33
Достоевский Федор Михайлович	07.07.2012	77 789,33
Итог	**31.10.2012**	**57 094 637,22**

Пять систем
5-systems.ru

Целевые группы

Примером целевой группы также могут являться клиенты, чьи плановые ТО должны производиться в определенный период. Сформировав с помощью отчета ***Анализ пробега автомобилей*** рабочий список таких клиентов, можно напомнить им о необходимости прохождения ТО и сделать привлекательное предложение в отношении этой услуги (получение скидки, участие в акции и т.п.)



Анализ пробега автомобилей *

Действия | Обновить | Печать | Настройка | Отбор | Основной | Период с 01.09.2012 по 01.02.2013

Анализ пробега автомобилей
01.09.2012 - 01.02.2013
Отбор: Все
Показатели: Начальный пробег, Пробег, Конечный пробег, Пробег в день, Планируемая дата ТО
Дополнительные поля: Последнее ТО, Владелец
Итоги по: Интервал Элементы, Планируемая дата ТО Элементы, Автомобиль Элементы

Интервал / Планируемая дата ТО / Автомобиль	Последнее ТО	Владелец	Начальный пробег	Пробег	Конечный пробег	Пробег в день	Планируемая дата ТО
0. РАНЕЕ							
1. Сегодня							
01.02.2013							01.02.2013
MAZDA 3 № н799ух71 VIN JMZBK12F261353684	Заказ-наряд А000004896 от 05.09.2012 18:09:40	Ленин Владимир Ильич	172 486,000	11 029,000	183 515,000	68,931	01.02.2013
3. через 2, по 7 дней							
03.02.2013							03.02.2013
MAZDA 3 № у642нв150 VIN JMZBK14F681627746	Заказ-наряд АЗС0000400 от 10.10.2012 12:56:56	Македонский Александр Филиппович	80 000,000	24 254,000	104 254,000	82,778	03.02.2013
MAZDA 6 № н341ех199 VIN JMZGH12L601175266	Заказ-наряд АЗС0000101 от 20.09.2012 20:32:17	Сталин Иосиф Виссарионович	163 000,000	33 213,000	196 213,000	143,159	03.02.2013
04.02.2013							04.02.2013
MAZDA 3 Серый металлик № О055МР11 VIN JMZBL12Z501131501	Заказ-наряд АЗС0001080 от 10.11.2012 15:22:25	Пушкин Александр Сергеевич	30 000,000	16 115,000	46 115,000	112,692	04.02.2013
05.02.2013							05.02.2013
MAZDA 3 № н451ом150 VIN JMZBK12Z581666533	Заказ-наряд АЗС0000474 от 11.10.2012 19:12:56	Рыжиков Пётр Никанорович	161 663,000	14 010,000	175 673,000	96,621	05.02.2013
06.02.2013							06.02.2013
TOYOTA Camry № в162ер197 VIN XW7BE40K70S025476	Заказ-наряд АЗС0001116 от 12.11.2012 20:15:40	Лермонтов Михаил Юрьевич	75 045,000	14 955,000	90 000,000	112,444	06.02.2013
07.02.2013							07.02.2013
MAZDA 3 M № м144оо199 JMZBK14Z591793506	Заказ-наряд АЗС0000626 от 19.10.2012 19:02:18	Похоронное бюро "Нифма"	97 674,000	7 326,000	105 000,000	89,341	07.02.2013
TOYOTA Camry № м178нс VIN XW7BE40K60S001086	Заказ-наряд А000004971 от 09.09.2012 15:41:11	ООО "Рога и копыта"	155 638,000	15 562,000	171 200,000	109,592	07.02.2013
4. через 8, по 31 дней							
5. через 32 дня и ...							

Пять систем
5-systems.ru

После формирования выборки клиентов необходимо непосредственно сообщить нужную информацию клиентам. Для решения этой задачи мы предлагаем:

Инструменты организации телемаркетинга

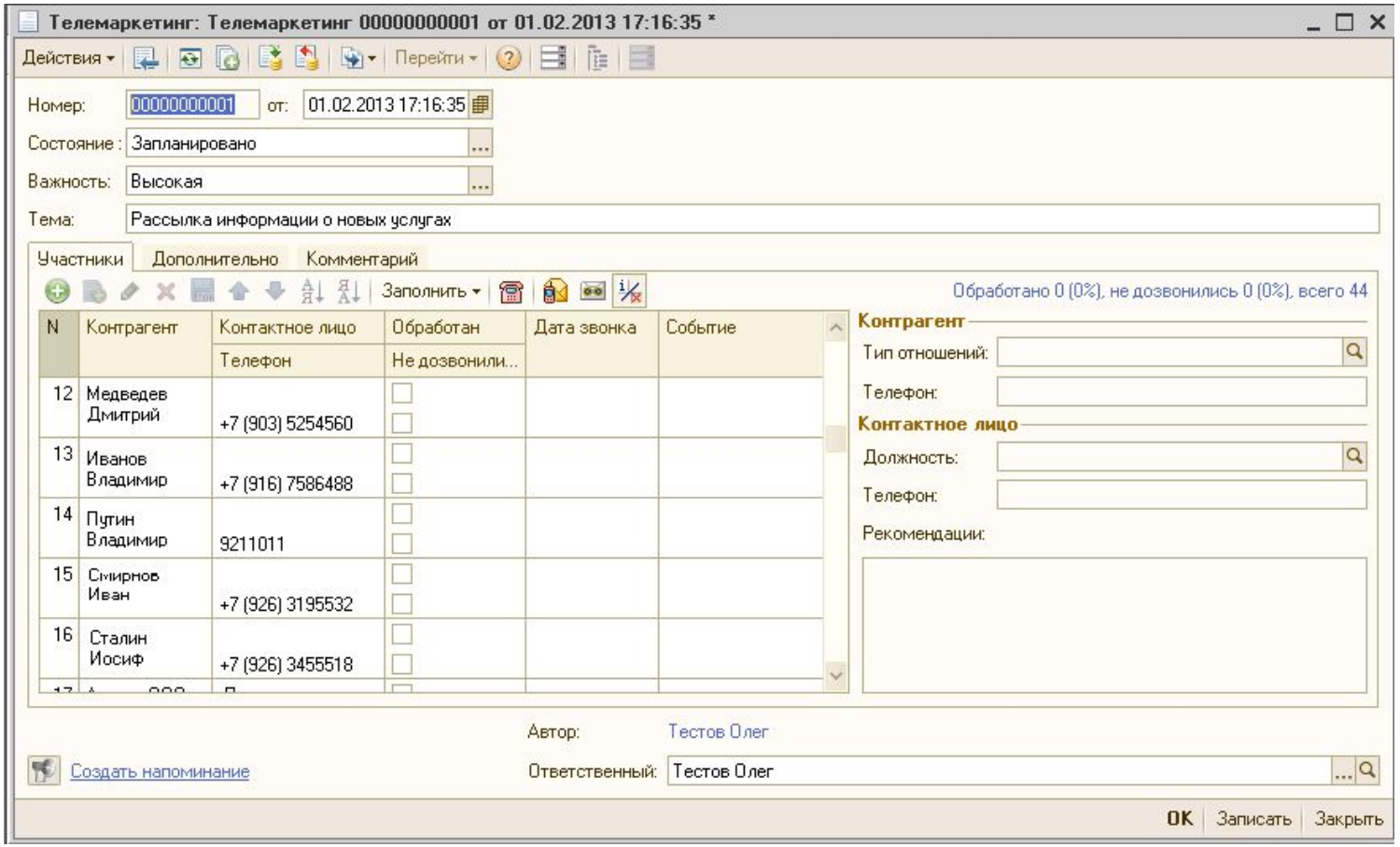
Средства автоматической рассылки электронных писем

Средства рассылки sms

Пять систем
5-systems.ru

Средства информирования

Инструментарий организации телемаркетинга позволяет: создать событие – *Телемаркетинг*, соответствующее мероприятию по обзвону клиентов, заполнить список результатами отчета, выделившего целевую группу клиентов, произвести звонки, осуществить контроль выполнения звонков и зафиксировать результат.



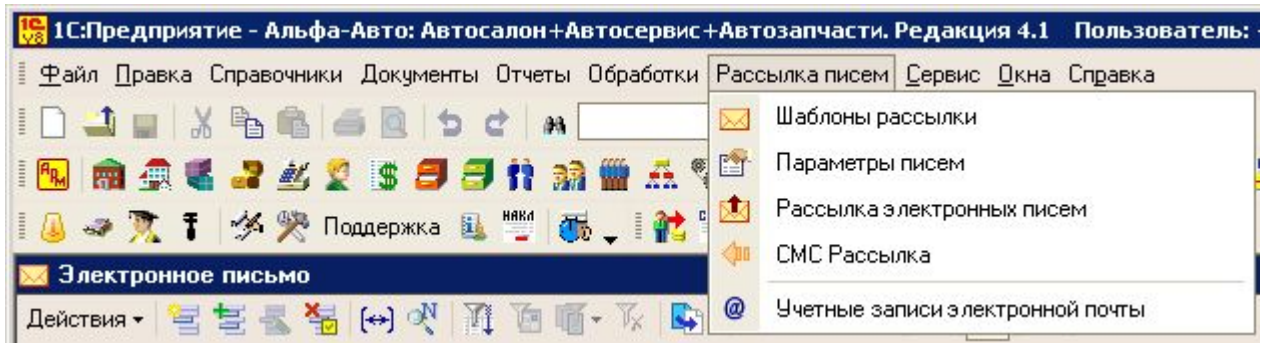
Пять систем
5-systems.ru

Средства информирования

Рассылка SMS осуществляется с помощью стандартного функционала Альфа-Авто через сервис sms4b.ru, также мы предлагаем настройку интеграции с любыми другими сервисами.

Наше решение по **рассылке электронных писем** включает:

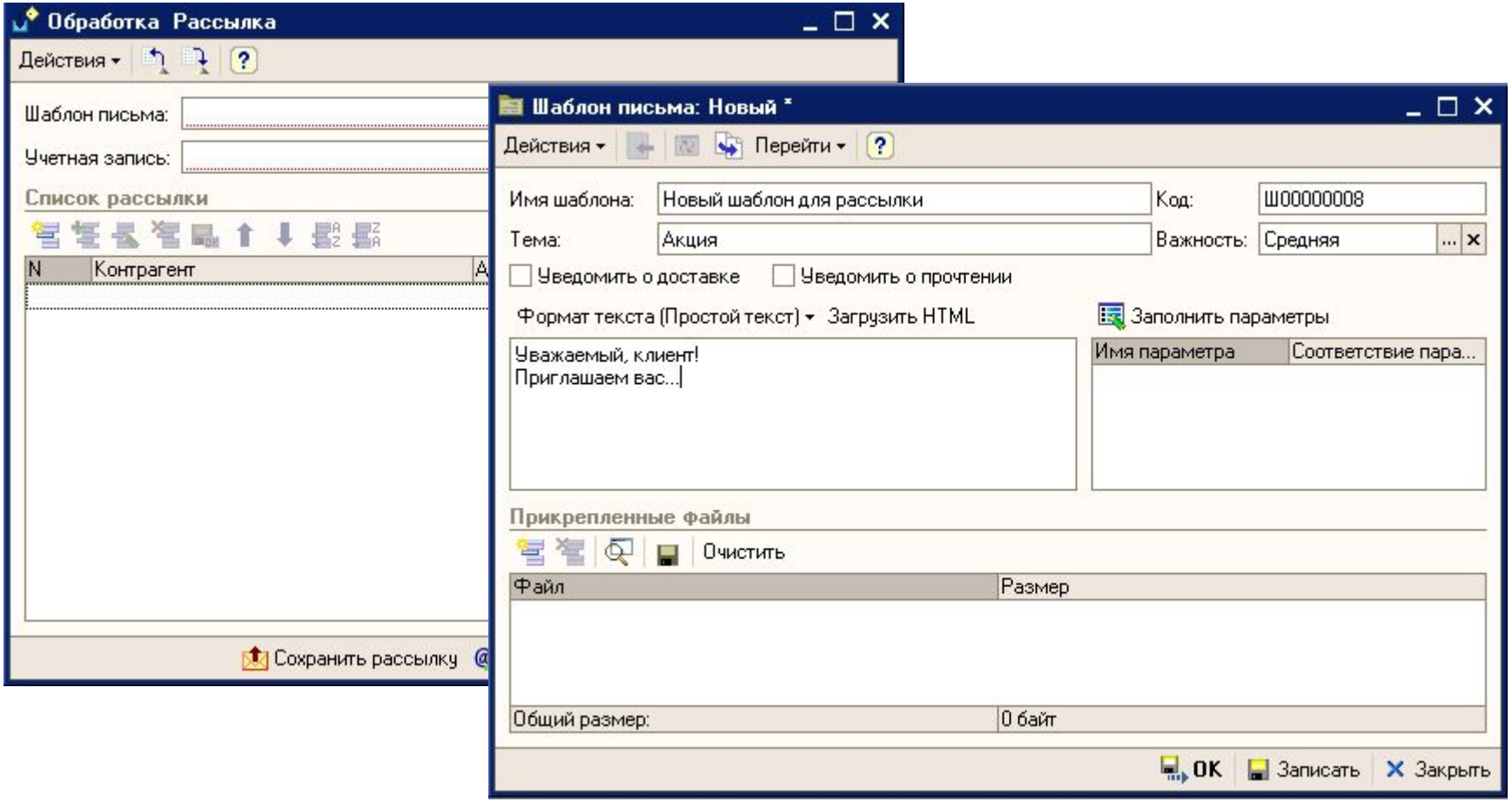
- Управление учетными записями отправителя;
- Создание шаблонов писем для рассылки;
- Автоматически изменяемые параметры писем;
- Выборки адресатов на основании справочника контрагентов;
- Средства контроля рассылок.



Пять систем
5-systems.ru

Средства информирования

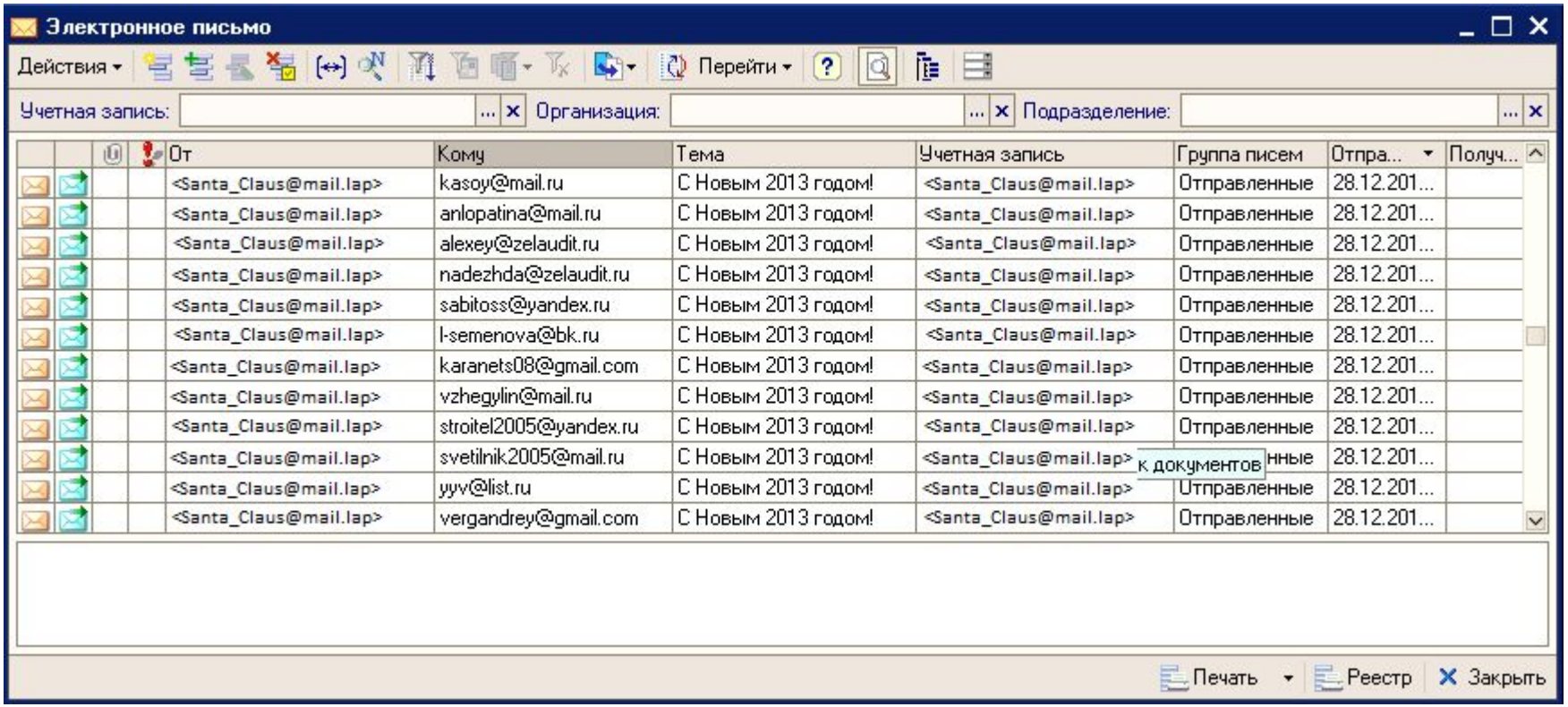
Создание шаблона письма для автоматической рассылки: текст письма может содержать общую для всех часть (например, текст приглашения) и автоматически изменяемую – индивидуальную для каждого клиента (например, обращение по имени).



Пять систем
5-systems.ru

Средства информирования

Контроль автоматической рассылки: отображение списков отправленных писем



Основной способ повышения лояльности - предоставление клиентам **льгот.**

Льготы

<u>Материальные</u>
(на основе стоимости):
провоцируют клиента подсчитать свою выгоду, экономию или дополнительную ценность, выраженную в деньгах. Например, скидки в чистом виде, подарки, зависящие от суммы покупки, бонусные купоны различного номинала.

<u>Нематериальные</u>
(на основе контактов):
усиливают интенсивность контактов, повышают доверие и

Материальные льготы

Предоставление материальных льгот – основной способ повысить лояльность после высокого качества услуги.

Плюсы материальных льгот в том, что они осязаемы, заметны и позволяют клиенту экономить деньги.

Мы сможем обеспечить реализацию следующих вариантов льгот на основе материальных льгот:

- скидка при повторной покупке;
- скидка для определенных групп потребителей;
- ценовые гарантии и договоры, регулирующие цены на определенное время.

Эти варианты реализуются с помощью введения системы скидок, бонусов и сертификатов (купонов).

Нематериальные льготы

Удержать клиентов только материальные льготы не могут, так как они легко копируются конкурентами. Для удержания клиентов и формирования лояльности рекомендуется принимать меры обеих категорий.

Мы предлагаем внедрение и поддержку следующих вариантов решений, направленных на повышение лояльности клиента на основе нематериальных льгот:

- поздравления: Новый Год, 8 марта, день рождения, день автомобилиста ;
- приглашения на мероприятия: презентации, тест-драйв и т.п.;
- работа с рекламациями (см. презентацию «Система управления качеством»).

Реализуя стратегию повышения лояльности, важно оценить динамику изменения лояльности, отражающую эффективность затрат на маркетинговые мероприятия.

Измерить лояльность позволяют две группы показателей:

- Прямые показатели (объективные): оценка лояльности через возросшее количество контактов и объема покупок;
- Косвенные показатели (субъективные): оценка лояльности через показатели удовлетворенности клиента.

Для оценки прямых показателей лояльности мы предлагаем внедрение во все стандартные отчеты возможностей осуществлять выборку по заданной целевой группе клиентов.

О методах оценки косвенных показателей лояльности см. Презентацию решения «Оценка удовлетворенности клиента».

Пять систем
5-systems.ru

Представленный комплекс «Система управления лояльностью» позволяет достигнуть одну из наиболее актуальных целей автопредприятия – удержание клиентов и повышение уровня их лояльности.

Мы предлагаем внедрение как отдельных решений, так и комплекса в целом.

Наши специалисты с удовольствием ответят на ваши вопросы о возможностях комплекса и его внедрению.

Телефоны: 8 (495) 540-46-14
8 (812) 313-25-57
E-mail: info@5-systems.ru
Web: www.5-systems.ru

Надеемся на долговременное сотрудничество!