

# Как исследования в области Stakeholder Management помогают в построении сильных брендов



**Инна Меренкова, TNS Россия**

# Кто такие “Стейкхолдеры” ?

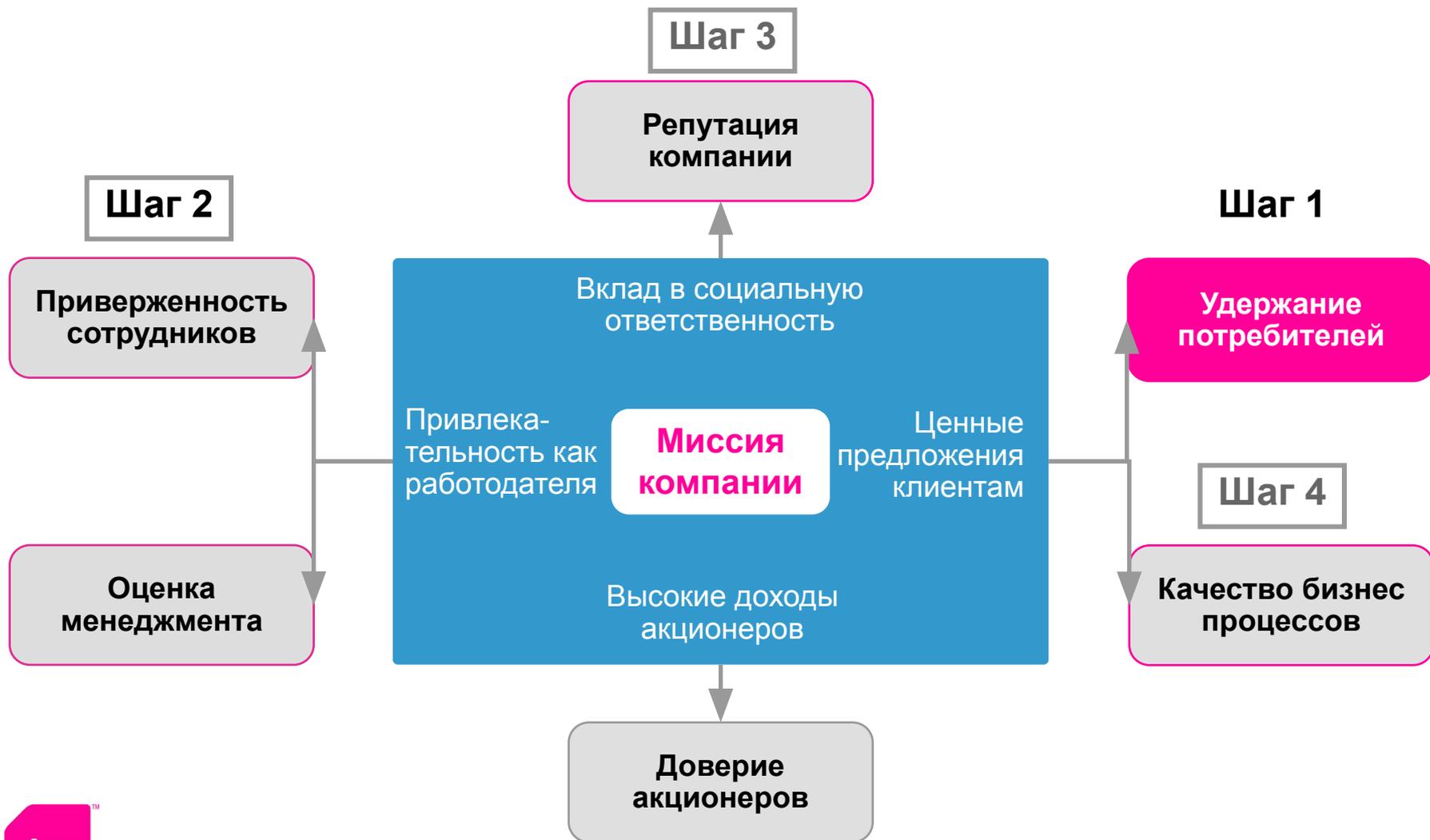
**Это те люди, на которых  
оказывает влияние  
деятельность компании или  
которые, наоборот, сами  
влиют на деятельность  
компании**



# Stakeholder Management – управления взаимоотношениями со стейкхолдерами



# Stakeholder Management в системе управления





Trust Survey 2010

# Роль 'доверия' в отношениях с потребителями

Что больше  
всего влияет  
на отношения  
с клиентами

Доверие = Дружба

“Без доверия нет лояльности”

“Доверие позволяет компании  
сохранить клиентов в трудные  
времена”



# Trust Survey 2010

## География и рынки



# Trust Survey 2010

## Содержание исследования

- Измерение удовлетворенности и репутации компании:
  - TRI\*M Customer Retention
  - TRI\*M Corporate Reputation
- 9 вопросов про доверие и эмоциональную связь с брендом
- Валидизационные бизнес-индикаторы
  - Открытость к предложениям конкурентов
  - Открытость к кросс-продажам (cross-selling)
  - Открытость к новым инновационным продуктам бренда (up-selling)



Что же такое “доверие”?

ДОВЕРИЕ

=

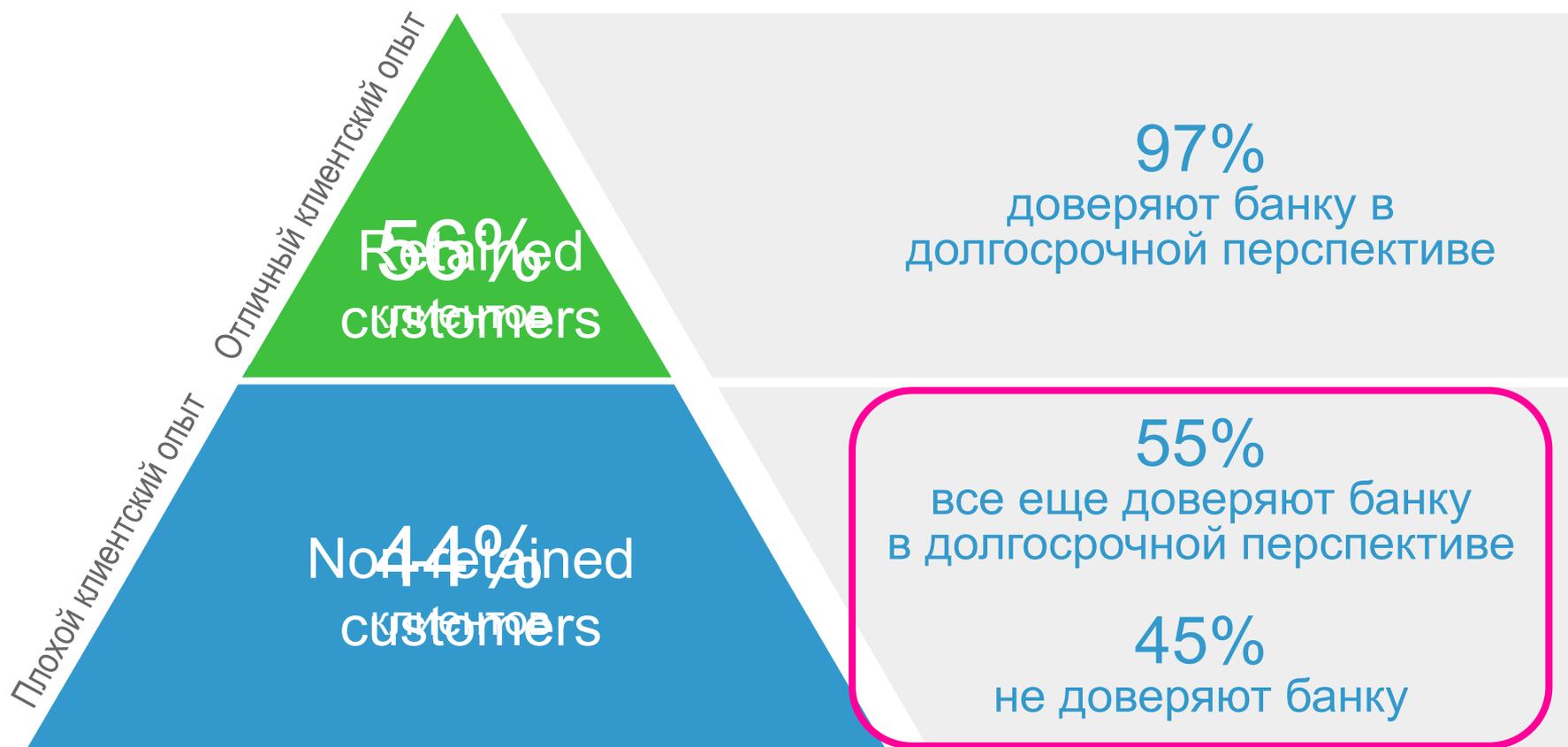
Насколько вы можете доверять банку  
в долгосрочной перспективе?

+

Является ли для вас банк партнером,  
на которого всегда можно  
положиться?

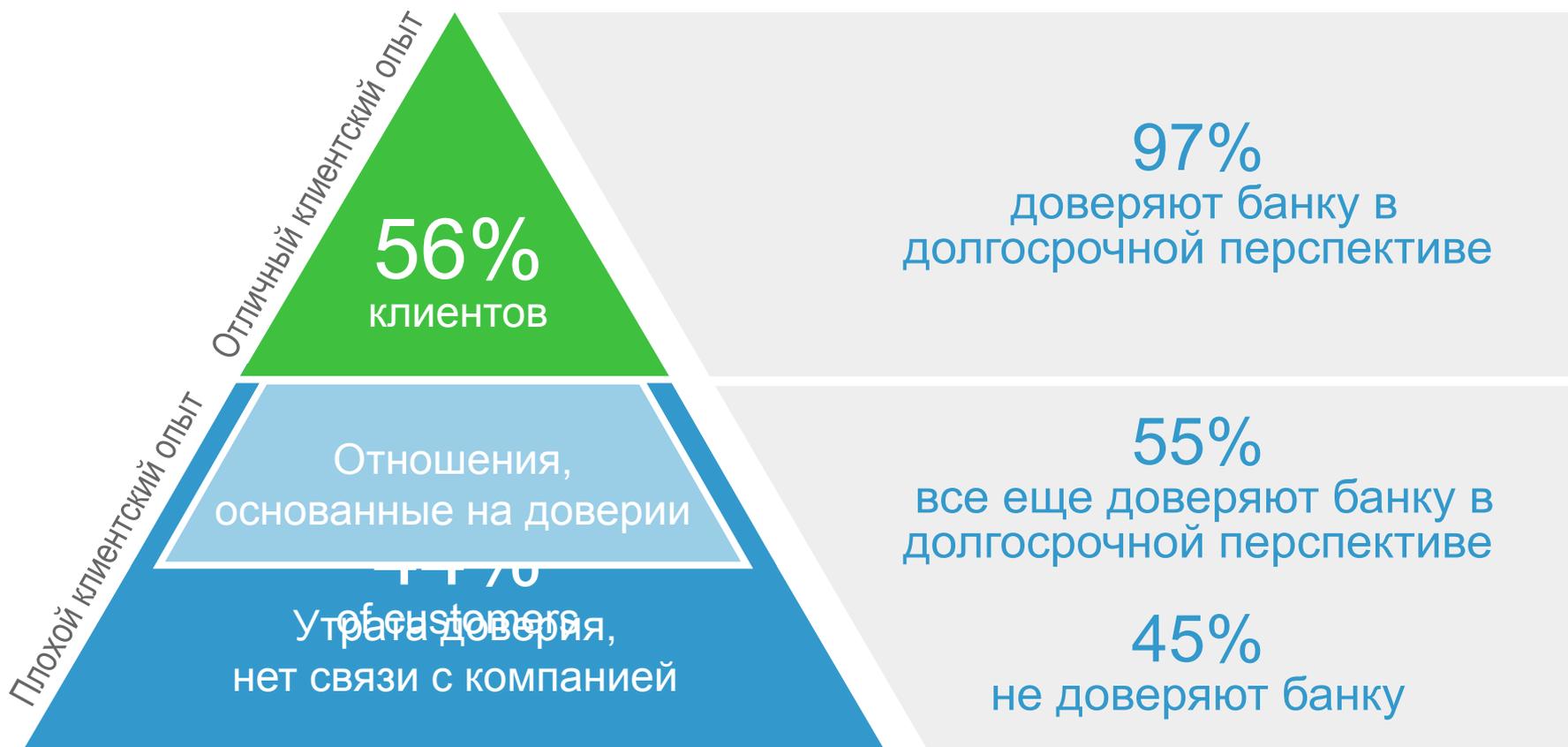
# Как доверие помогает удерживать клиентов

Доверие начинает работать, когда клиент неудовлетворен



# Как доверие помогает удерживать клиентов

Доверие начинает работать, когда клиент неудовлетворен



# Связь с бизнес-результатами

Доверие компании приводит к тому, что часть клиентов остаются лояльными компании даже будучи неудовлетворенными



## Связь с бизнес-результатами

Loyalty*	Cross Selling*	Up Selling*
47%	37%	39%
25%	16%	13%

\* Validation Questions (Top-2 Box Ratings)

# Роль 'доверия' в отношениях с потребителями

Любовь

Энтузиазм



Что больше  
всего влияет  
на отношения  
с клиентами

Доверие = Дружба

“Без доверия нет лояльности”

“Доверие позволяет сохранять бизнес  
в трудные времена, когда клиент  
неудовлетворен”



# Что такое 'энтузиазм'?

Это страсть



# Почему важен Энтузиазм?

Энтузиазм ведет бизнес к успеху



25,000,000 iPhones было продано в 2009

73,000,000 iPhones будет продано в 2011

300,000,000 iPods продано, начиная с 2001

более 500,000 Apps доступно в iTunes Store

12,000,000,000 песен было загружено через iTunes

**МИЛЛИОНЫ ЛЮДЕЙ ВО ВСЕМ МИРЕ  
ИСПЫТЫВАЮТ ЭНТУЗИАЗМ ПО ОТНОШЕНИЮ К  
БРЕНДУ**



Как измерять 'энтузиазм'?



**ЭНТУЗИАЗМ**

=

Как бы вы оценили компанию Apple с точки зрения ее способности поражать вас своими успехами?

+

Насколько бы вы были разочарованы, если бы компания Apple перестала существовать?

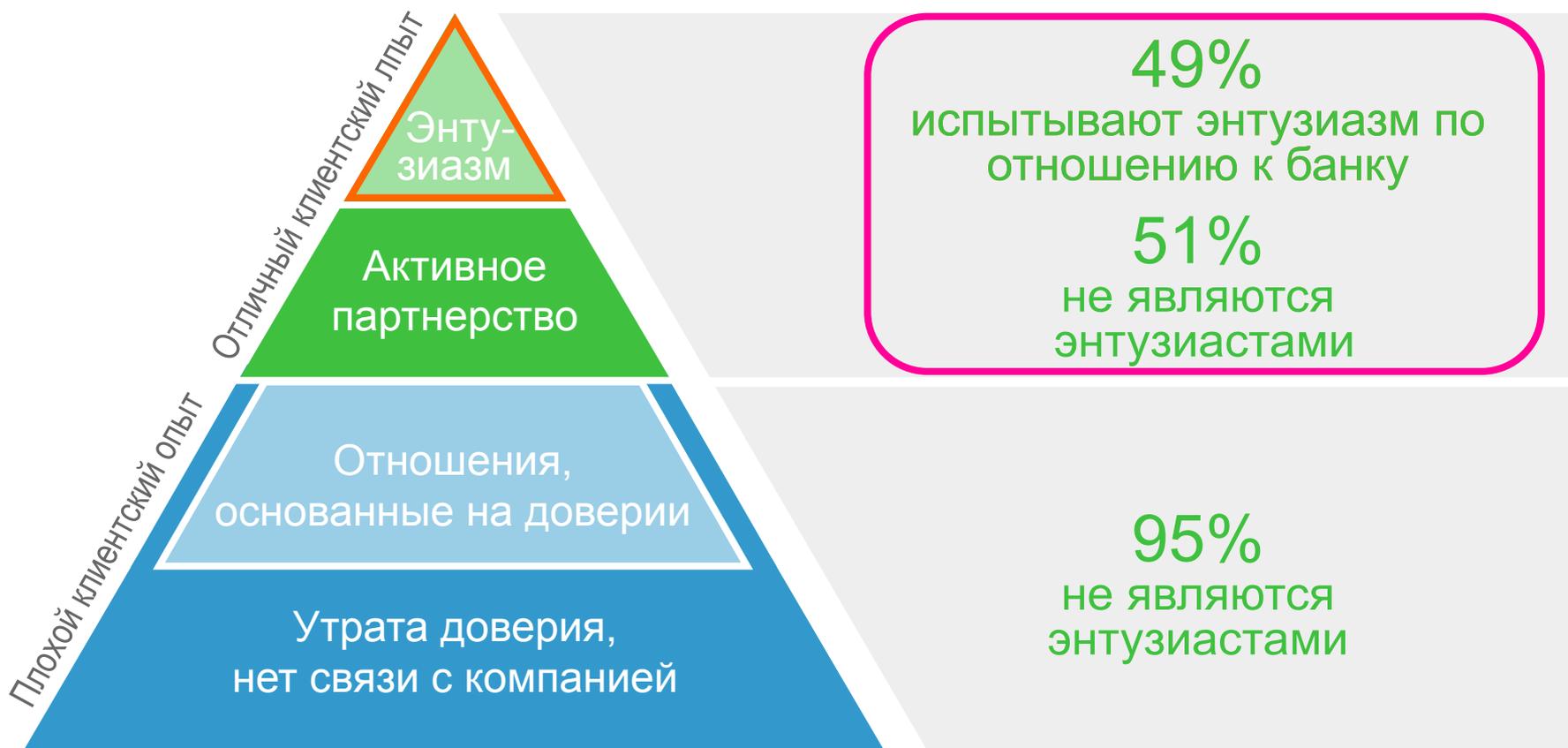
# Роль Энтузиазма в отношениях с клиентами

Энтузиазм играет роль только тогда, когда клиенты удовлетворены



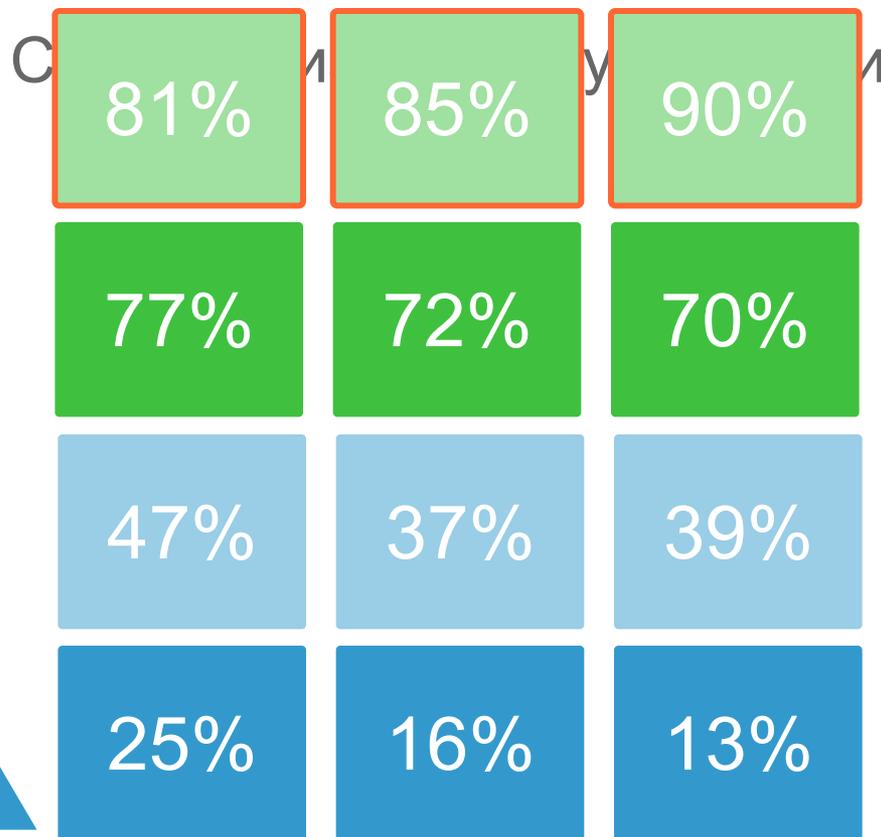
# Роль Энтузиазма в отношениях с клиентами

Энтузиазм играет роль только тогда, когда клиенты удовлетворены



# Связь с бизнес-результатами

Большое количество Энтузиастов – отличительный признак успешных компаний



\* Validation Questions (Top-2 Box Ratings)

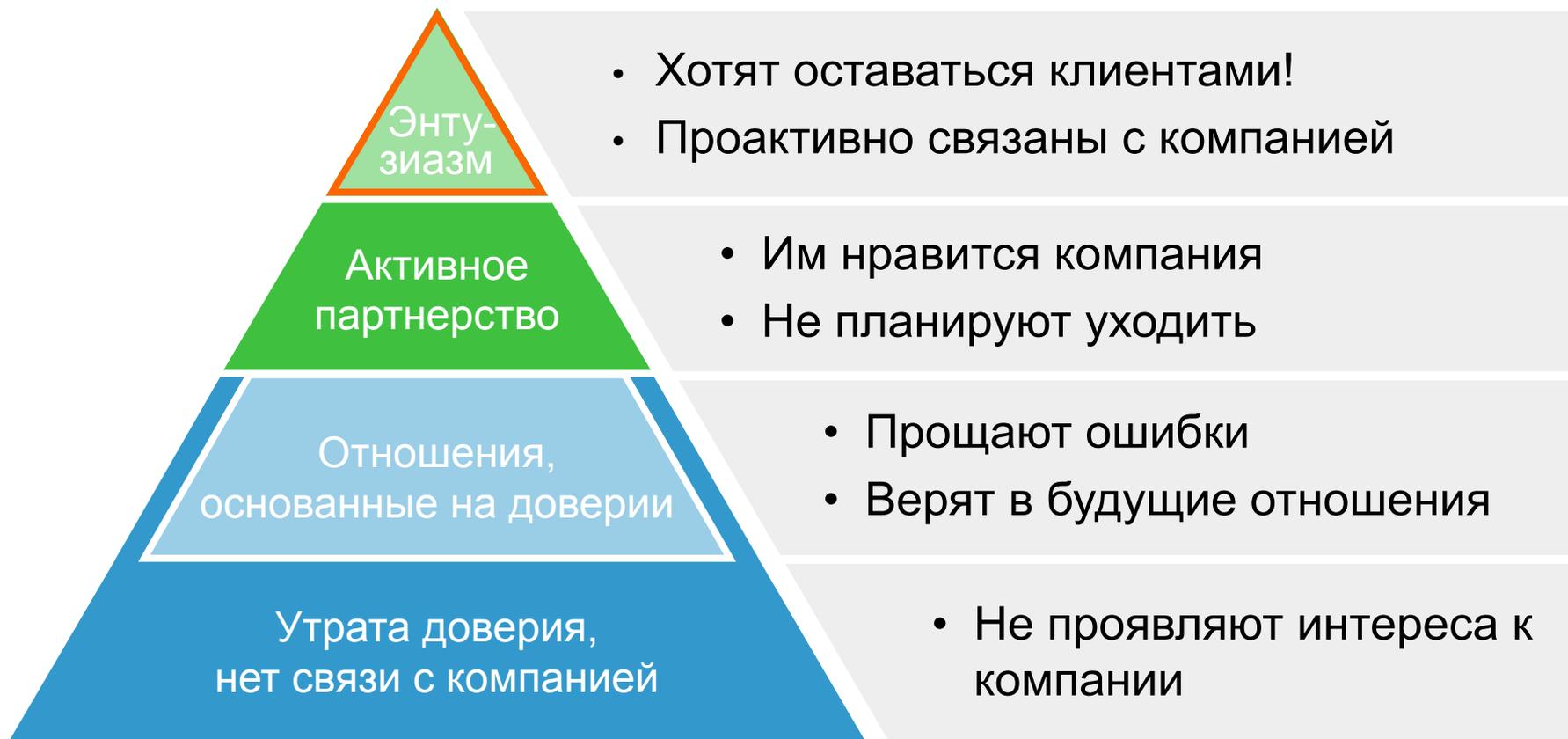
**TRUST** 

– как превратить потребителей в энтузиастов



# **TRUST** мида отношений с клиентами

## Как себя ведут разные группы клиентов



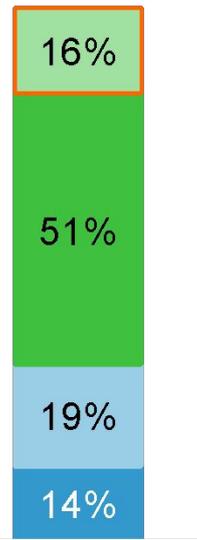
# Trust Survey 2010

## Банки Германии. Пример

Хороший клиентский опыт, но очень низкая доля Энтузиастов

Плохой клиентский опыт еще

Отличный клиентский опыт превратил клиентов в Энтузиастов!



Национальный банк 1

# TRUST+ мида отношений с клиентами



## Основные драйверы Энтузиазма

- Про-активность компании
- Инновационность компании
- Своевременной информирование клиентов
- Качество работы с жалобами
- Ориентация на потребности клиентов



## Основные драйверы Доверия

- Выполнение обещаний
- Надежность
- Качество работы с жалобами
- Приверженность персонала
- Компетентность персонала



# Будущее управления клиентским опытом



## Превращение клиентов в энтузиастов

# Спасибо!

