

## Взаимоотношения с Клиентами – основа любого бизнеса

- Большая часть компаний теряет 50% своих клиентов каждые 5 лет
- Затраты на привлечение нового клиента в 5 раз больше чем на удержание старых
- Увеличение процента удержания клиентов на 5% увеличивает прибыль компании на 50-100%
- Удовлетворенный клиент расскажет об этом в среднем 5 своим знакомым. Неудовлетворенный - минимум 10.
- Лояльные клиенты это нематериальный актив Компании. Например, клиент, регулярно покупающий одну пиццу стоимостью в \$5 в американской сети Domino's Pizza, за 10 лет приносит чистую прибыль в \$5,000.

# Лояльность клиентов в условиях финансового кризиса

- В условиях падения потребительского спроса в период финансового кризиса, сохранение лояльности существующих клиентов возможно 2 способами:
- Снижение стоимости предлагаемых турпродуктов (тупиковый путь). Ведь итоговая себестоимость большинства продуктов зависит не от казахстанских туристических компаний, поэтому они могут лишь уменьшать свою маржу.
- Повышение стандартов обслуживания казахстанских и зарубежных туристов до международного уровня, увеличение дохода за счет оказания дополнительных услуг.

## Международные стандарты обслуживания

- Взаимоотношения компании и Клиента после отправки туриста в тур не заканчиваются, а только начинаются.
- Он-лайн поддержка за рубежом, «горячая телефонная линия», помощь в урегулировании конфликтных ситуаций.
- Организация трансфера из аэропорта после возвращения из тура, особенно для прибывающих в ночное время.
- Общение с прибывшими туристами на предмет оценки состоявшегося тура и возникших проблем.
- «Ведение» Клиента весь период до следующего его отпуска.

#### Что мешает это сделать?

- Слабая автоматизация процесса общения с клиентами.
  Каждый менеджер ведет учет клиентов в ручной базе на компьютере, а то и в тетрадке. В ворохе бумаг и документов трудно понять, к какому клиенту что относится нет хранилища данных.
- Нет документооборота по обработке заказов, вследствие этого многие клиенты, обратившиеся в компанию с предварительным заказом теряются для компании.
- При смене персонала пропадает история взаимоотношений с клиентами, а нередко и сами клиенты. Новые менеджеры плохо представляют себе индивидуальные требования каждого клиента. Отсутствует четкая последовательность шагов по обслуживанию заказа.

## Client relationship management – система управления взаимоотношениями с Клиентами

- Решить эти проблемы предназначены СРМ-системы, которые вначале возникли на Западе в компаниях, обслуживающих большое количество клиентов: например розничный банк.
- Сегодня существует огромное количество СРМ-систем, но принцип их работы един: разбиение технологии продажи продукта клиенту на ряд простых шагов, выполнение которых в заданной последовательности обеспечивает заданный стандарт обслуживания клиента независимо от квалификации менеджера.
- Появление СРМ-систем в области услуг можно сравнить с поялением конвейера в сфере производства: резкое увеличение производительности и снижение требований к квалификации персонала.

### Что способна дать CRM?

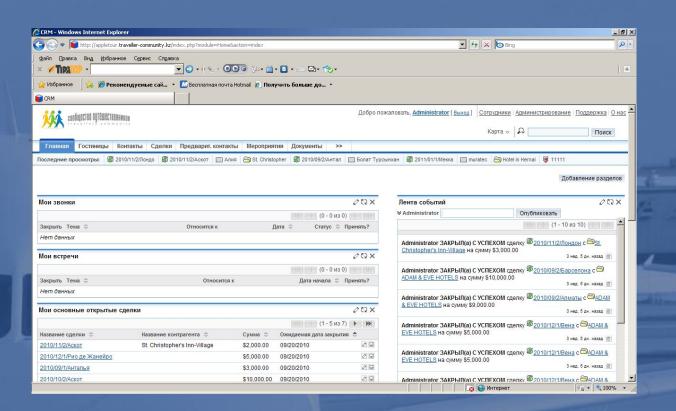
- Для менеджеров по работе с Клиентами единый стандарт работы и кладезь накопленного опыта.
- Для руководителей эффективное средство контроля и руководства подчиненными.
- Для собственников средство получения отчетности о деятельности компании напрямую, а не через третьи руки.

## Работа менеджера – существующие проблемы

- Я недавно поступил на работу и мне еще не хватает опыта.
- Клиент позвонил с претензиями, а я даже забылчто я ему обещал!
- Коллега в отпуске и мне поручены его клиенты а что надо сделать я даже не знаю!
- Начальство требует отчет о проделанной работе за квартал, а у меня не хватает времени

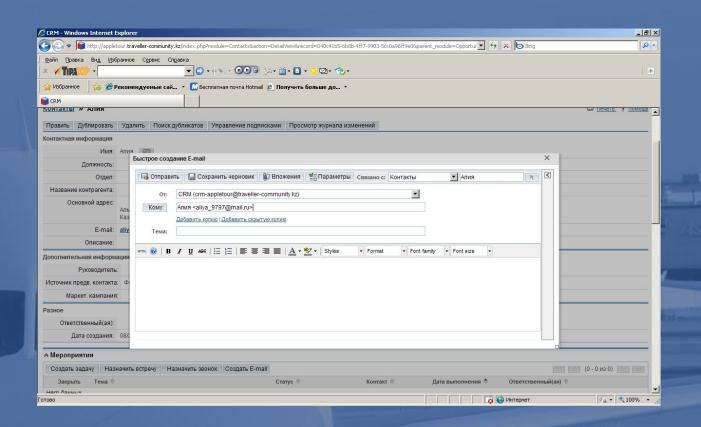
### Работа менеджера в СРМ

 Постоянно при входе в программу я вижу что мне надо сегодня сделать!



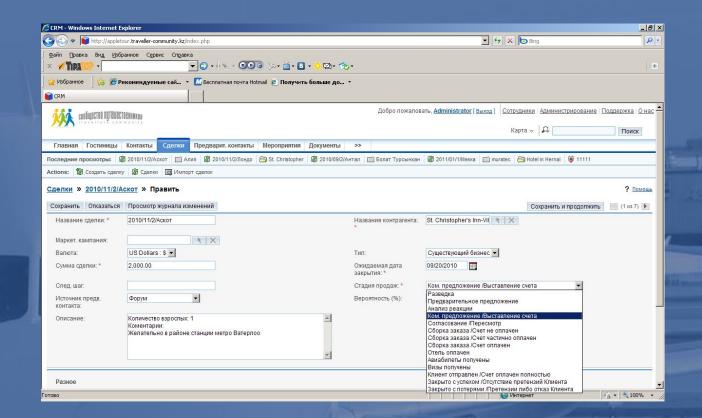
### Работа менеджера в СРМ

 В общении с клиентом я демонстрирую абсолютную компетентность, включая историю его поездок и состав его семьи



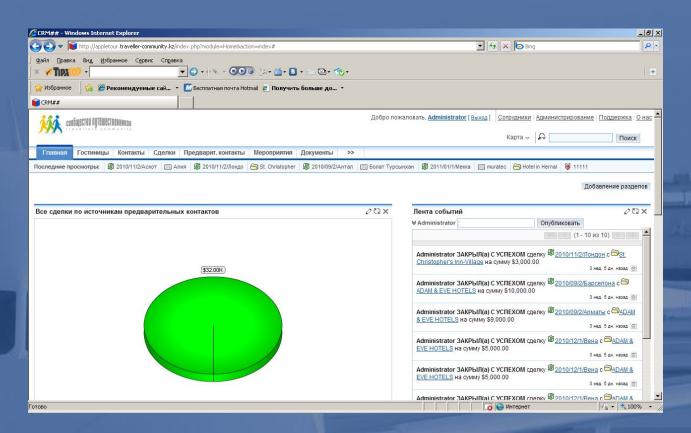
## Работа менеджера – осуществление продаж

 Вся технология продаж разбита на отдельные шаги, а осуществление этих шагов в правильной последовательности контролируется системой.



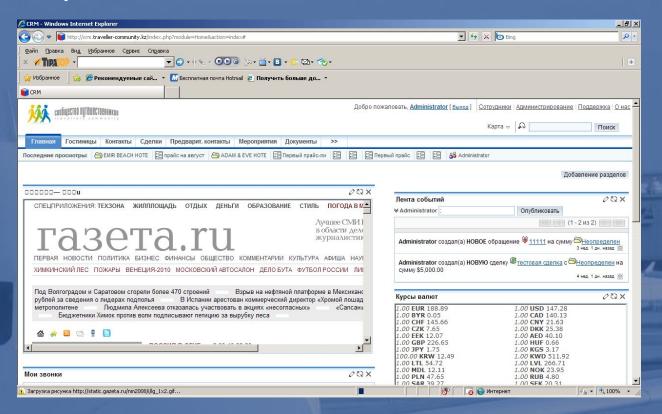
### Работа менеджера - отчетность

• Я в любой момент могу проанализировать все совершенные мной сделки



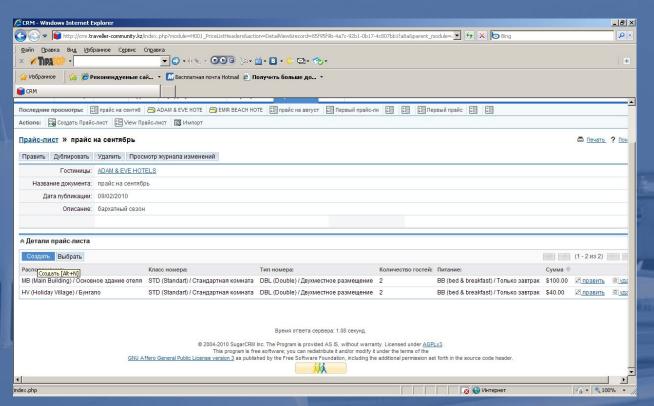
## И еще...

 Я могу вставить все сайты партнеров, с которыми привык работать!



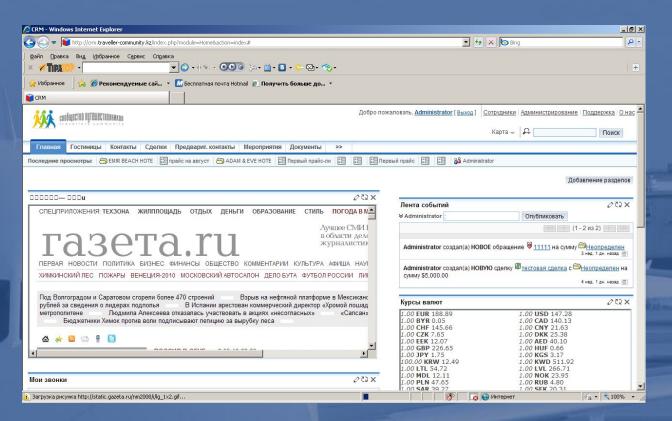
## И еще...

 Можно подгрузить прайс-листы гостиниц с актуальными ценами!



## И еще...

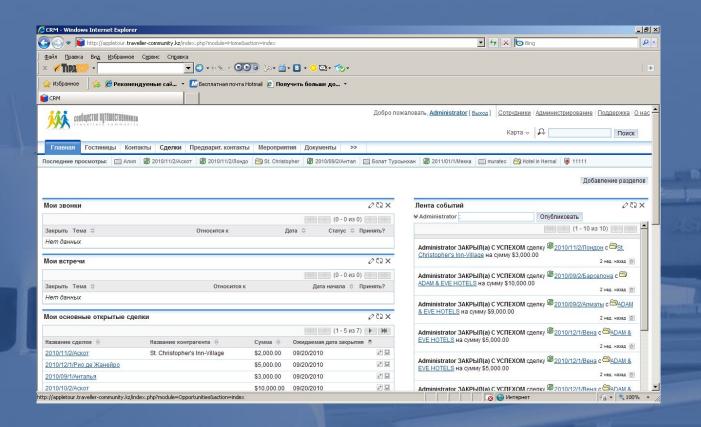
 У меня под рукой курсы валют и погода на ближайшие дни по всем популярным маршрутам!



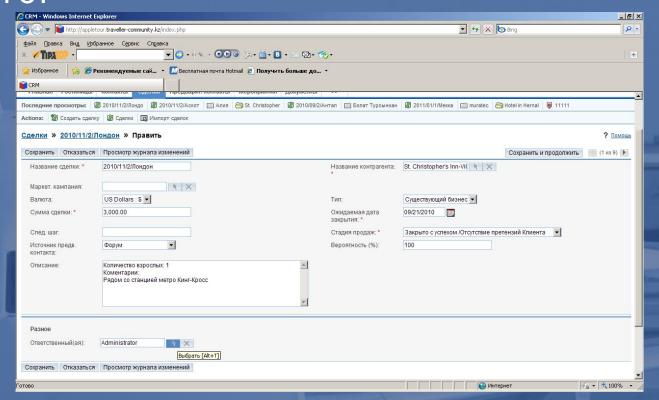
## Работа руководителя — существующие проблемы

- Мои подчиненные отчитались о работе, а я даже не знаю насколько они правдивы!
- Реклама в журнале вроде бы ничего- но реально она окупилась или нет?
- Сколько же я заработал в прошлом месяце на Хайнаньском направлении?
- Прошлый менеджер отлично вел сделки. Как он ушел, новенькие не смогли работать как он!
- А сколько законченных сделок было во втором квартале этого года?

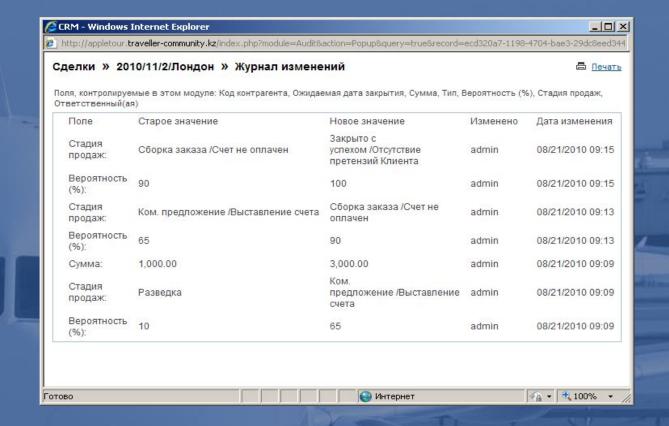
• Я вижу активность каждого менеджера!



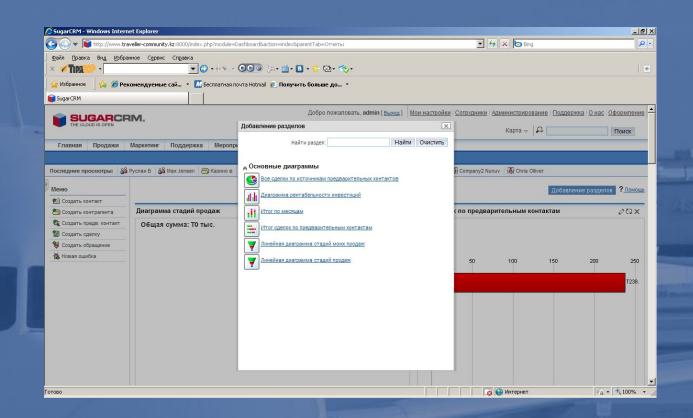
• Если менеджер заболел, ушел в отпуск или уволился я могу переназначить его клиентов на другого!



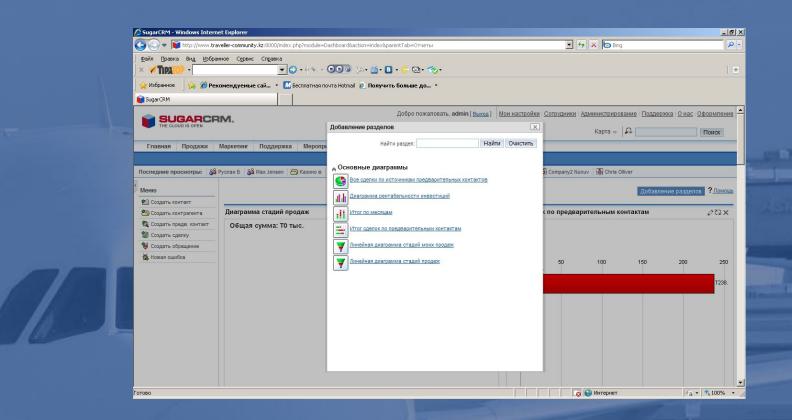
 Я могу поднять историю каждой сделки- как она была исполнена и кем!



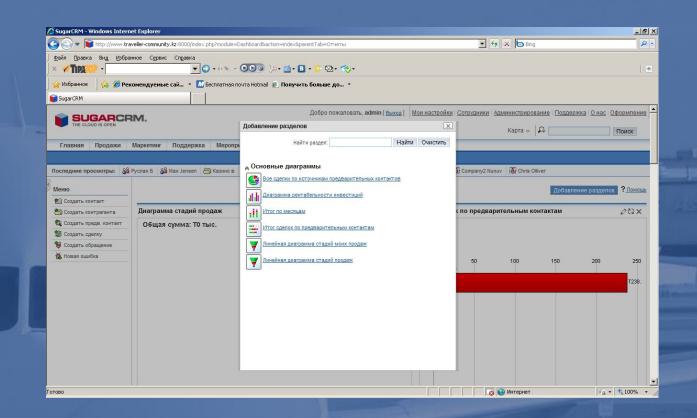
• Анализ эффективности работы персонала



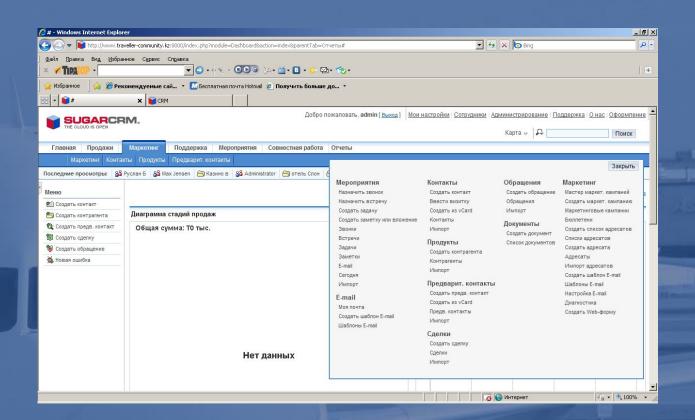
• Анализ пришедших сделок по различным каналам



• Анализ продаж по направлениям



• Настройка своих особенных отчетов для акционеров и собственников Компании!



## И наконец

- Вы имеете полнофункциональное средство общения с Вашими Клиентами, которое позволит Вам использовать ресурсы Вашей организации на 100% и как результат, повысить Ваши продажи!
- Использование СРМ-системы повышает эффективность работы и увеличивает продажи в среднем на 20-30%.