



ЛАБОРАТОРИЯ НОВЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

ДЕПАРТАМЕНТ СЕТЕВОЙ ИНТЕГРАЦИИ

*Единство интересов и технологий*

# ЛОЯЛЬНОСТЬ К ПОТРЕБИТЕЛЮ

**Сергей Таран,**  
Директор Департамента сетевой интеграции ЛАНИТ



## От изучения запросов потребителей к эффективному функционированию организации

### ВОПРОСЫ

Почему часть клиентов (лояльных) из раза в раз отдает предпочтение ЛАНИТу?  
Что мешает так поступать другим клиентам?

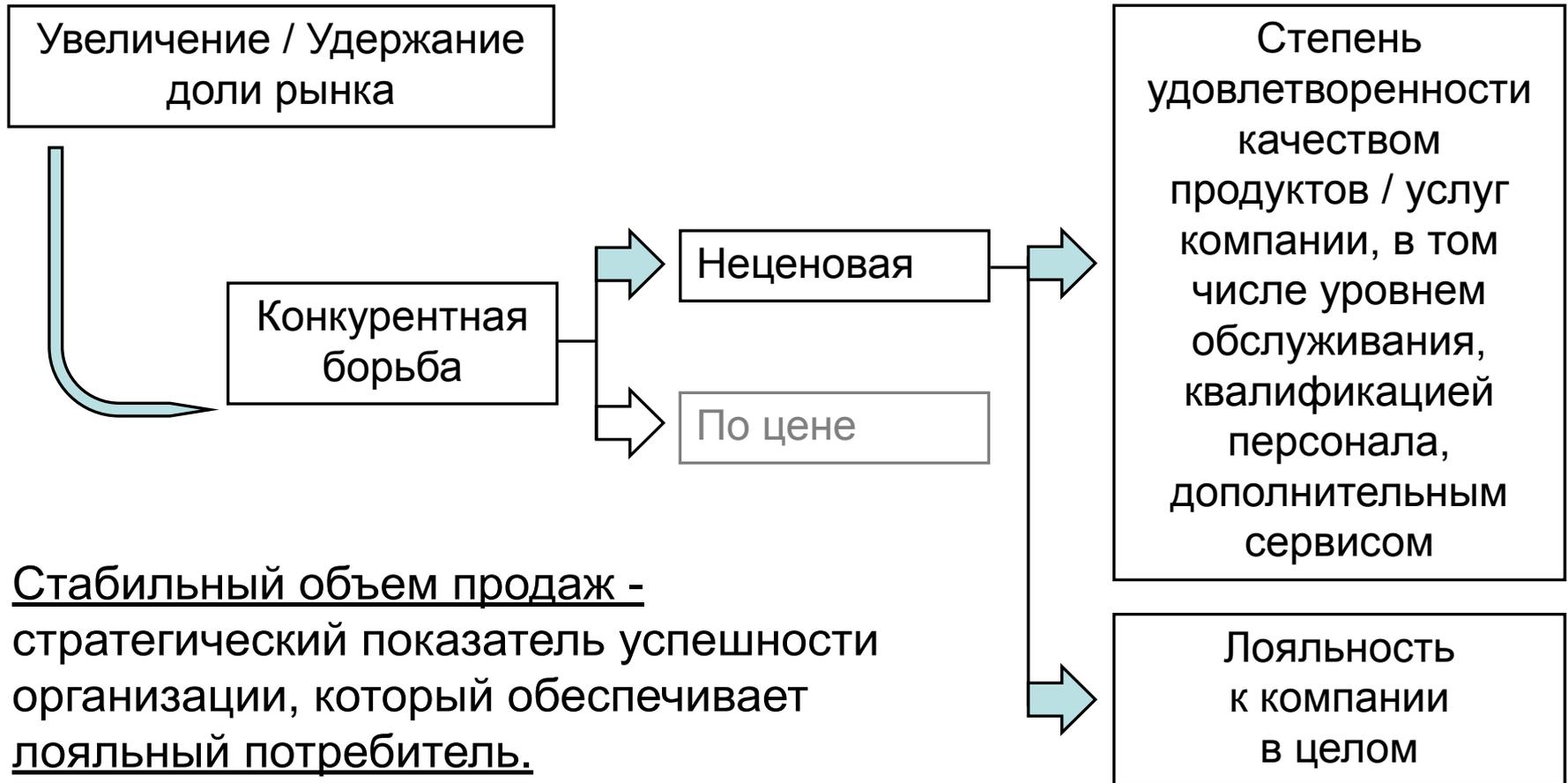
### ОТВЕТЫ

**Исследование**, которое поможет определить главные мотивы лояльности для различных потребительских «сегментов»

### ВЫВОДЫ

Определение **эффективной маркетинговой стратегии**, направленной на удержание и привлечение клиентов

# От изучения запросов потребителей к эффективному функционированию организации



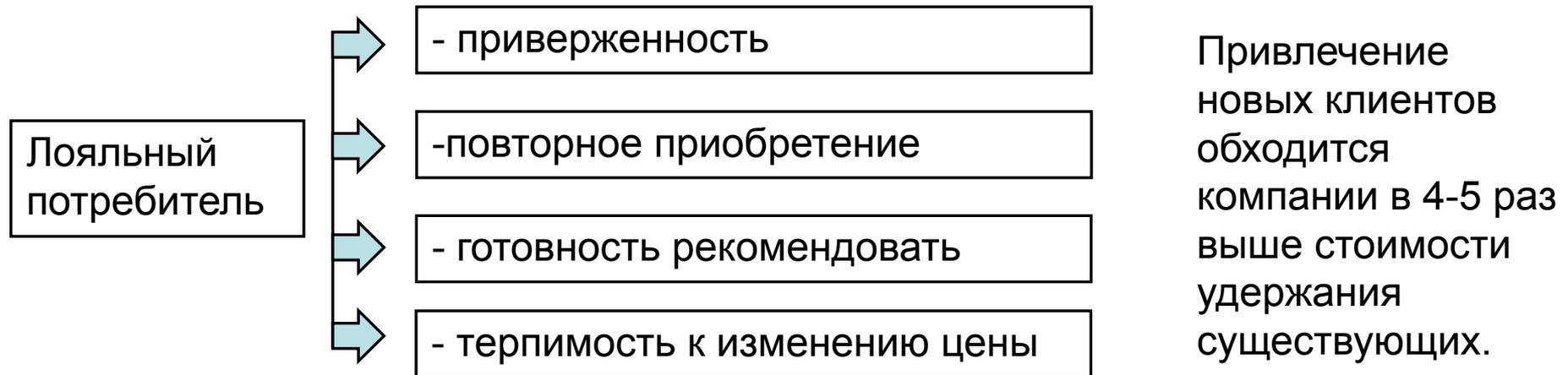
## От изучения запросов потребителей к эффективному управлению организацией

**91%** клиентов, которые уходят, не возвращаются.

**96%** уходящих, не скажут истинной причины этого, даже если спрашивать.

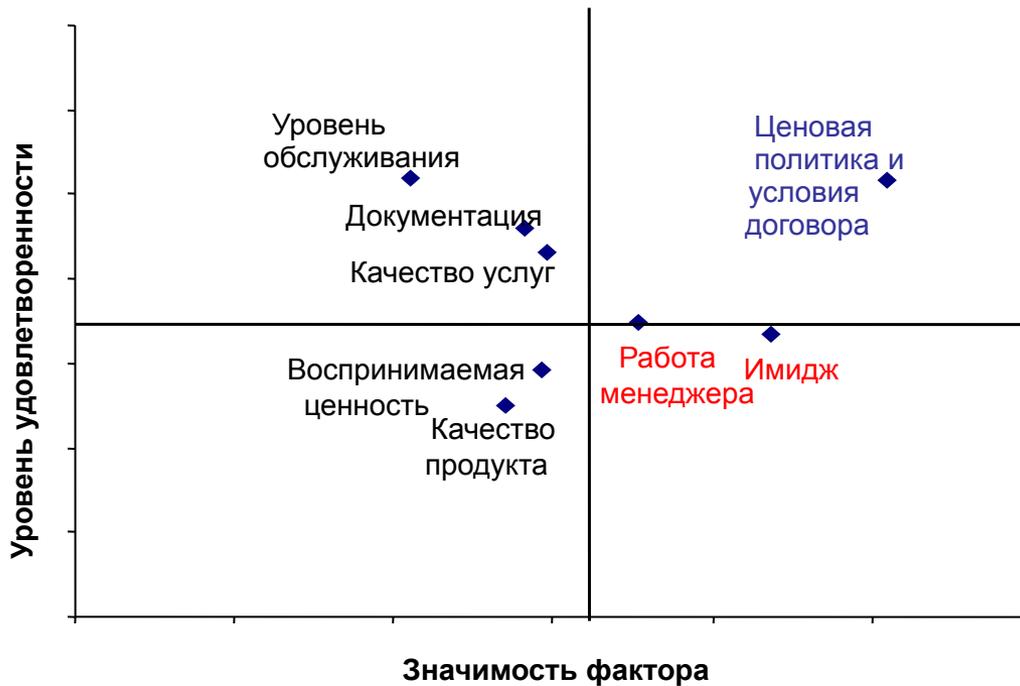
**80%** уходящих вернутся, если проблема будет решена быстро и так, как нужно покупателю.

**Лояльный клиент намеренно и добровольно возвращается и приобретает повторно.**



# Управление потребительской лояльностью: взгляд изнутри

## Диаграмма приоритетов.



## Реализация программы лояльности (неценовой):

### 1. Имидж.

- 1) информационная модель;
- 2) модель благоприятных отношений;
- 3) модель поощрений.

Отличимый корпоративный стиль.

### 2. Работа менеджера.

программа наращивания знаний и совершенствования профессиональных качеств.



## Лояльность к потребителю

**Лояльность к потребителю -  
создание и развитие  
долгосрочных личных  
отношений между компанией  
и потребителем.**

**В результате компания  
получает:**

- Уверенность в будущем.
- Преимущество перед конкурентами.
- Дополнительные ресурсы для развития бизнеса.