

**Страшная правда  
о ВАШИХ клиентах \***

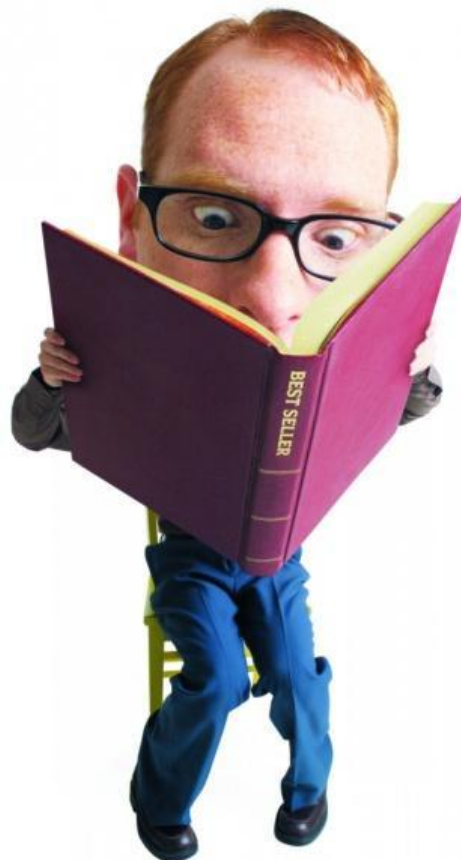
# Страшная правда о ВАШИХ клиентах \*

*\* - на самом деле, не только о ваших  
;)*

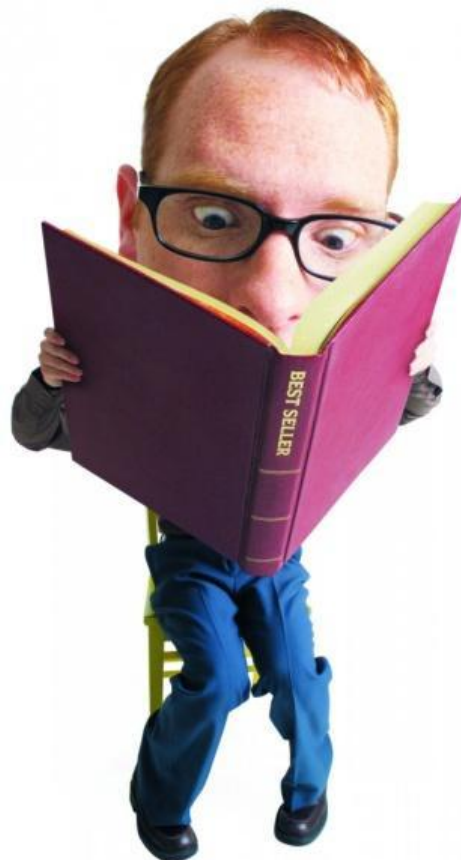
# В течение года мы проводили исследования



**и тако-о-ое узнали!!!**



**и тако-о-ое узнали!!!**



**ГОТОВЫ?**

# Акции, распродажи и прочее – это эффективно



# Акции, распродажи и прочее – это эффективно



**только для привлечения клиентов**

# Акции, распродажи и прочее – это эффективно



**только для привлечения клиентов**



**Когда Вы «поощряете покупателя за постоянство», увеличивая его скидку...**



**Когда Вы «поощряете покупателя за постоянство», увеличивая его скидку...**



**он начинает сравнивать ту скидку, которую Вы дали, с предложениями конкурентов**

**Когда Вы «поощряете покупателя за постоянство», увеличивая его скидку...**



**Хотя раньше он и не думал о конкурентах**

**он начинает сравнивать ту скидку, которую Вы дали, с предложениями конкурентов**

# Лояльность покупателей не зависит от скидоч, бонусов и промо-акций



# **Лояльность покупателей не зависит от скидок, бонусов и промо-акций**



**Хотя они всегда готовы получить от вас эти скидки, бонусы и подарки за покупку**

**Лояльность покупателей не зависит от скидок, бонусов и промо-акций**



**Но цель — то была совсем другой!**

**Хотя они всегда готовы получить от вас эти скидки, бонусы и подарки за покупку**

**Если покупатель на вопрос:  
«порекомендуете ли Вы нас своим друзьям?»,  
отвечает «ДА!» ...**



**Если покупатель на вопрос:  
«порекомендуете ли Вы нас своим друзьям?»,  
отвечает «ДА!» ...**



**... ЭТО ВОВСЕ НЕ ЗНАЧИТ,  
ЧТО ОН ТАК И СДЕЛАЕТ.**



Если покупатель на вопрос:  
«*порекомендуете ли Вы нас своим друзьям?*»,  
отвечает «*ДА!*» ...

**Это вообще ничего не значит!**

A man dressed in traditional Scottish attire, including a green tweed jacket, a red and black plaid kilt, and a black tam o' shanter hat with a white and brown feather. He is pointing his right index finger upwards. A large, diagonal, white banner with a red border and red text is superimposed over the image, reading "Это вообще ничего не значит!".

... ЭТО ВОВСЕ НЕ ЗНАЧИТ,  
ЧТО ОН ТАК И СДЕЛАЕТ.

**Мы часто слышим и даже говорим:  
«Для клиента главное – цена!»**



**Мы часто слышим и даже говорим:  
«Для клиента главное – цена!»**



**но это неправда**

**Мы часто слышим и даже говорим:  
«Для клиента главное – цена!»**

**Даже хуже: это разоряет ваш бизнес!**

A man in a dark suit, white shirt, and blue striped tie is shown from the chest up. He is holding a large stack of US dollar bills in his left hand, partially covering his face. In his right hand, he holds a handgun, pointing it towards the viewer. The background is plain white.

**но это неправда**

**Вы много раз слышали правило:  
«если привлечь клиента стоит 4  
доллара,  
то удержать – один доллар»**

**Вы много раз слышали правило:  
«если привлечь клиента стоит 4  
доллара,  
то удержать – один доллар»**

**Плохая новость:  
99% компаний тратит на привлечение \$4 ,  
на удержание – они тратят ещё столько же.**

**Вы много раз слышали правило:  
«если привлечь клиента стоит 4  
доллара,  
то удержать – один доллар»**

**Хорошая новость:**

**1% компаний всё-таки пользуется  
«правилом 4:1»**

**Плохая новость:**

**99% компаний тратит на привлечение \$4 ,  
на удержание – они тратят ещё столько же.**

**Вы много раз слышали правило:  
«если привлечь клиента стоит 4  
доллара,  
то удержать – один доллар»**

**Мы знаем, как Вам  
«включить» это  
правило!**

**Хорошая новость:  
1% компаний всё-таки пользуется  
«правилом 4:1»**

**Плохая новость:  
99% компаний тратит на привлечение \$4 ,  
на удержание – они тратят ещё столько же.**



# Страшная правда о ВАШИХ клиентах \*

*\* - конечно, это ещё не вся правда :)*

**Что же делать?**

**Что же делать?**

**Сейчас расскажем!**

**Помнить: методы «подкупа»  
помогают только привлечь клиентов,  
но не удерживать их**

**Помнить: методы «подкупа»  
помогают только привлечь клиентов,  
но не удерживать их**



**То, что ты это понял,  
уже сэкономит тебе кучу денег!**

**Обращаясь к постоянным клиентам,  
делай акцент на нематериальные плюсы.**

**Обращаясь к постоянным клиентам,  
делай акцент на нематериальные плюсы.**



**Не рассказывай им о том,  
что у тебя дешевле или выгоднее**

**Позаботься о том, чтобы твоим клиентам  
было действительно удобно.**



**Позаботься о том, чтобы твоим клиентам  
было действительно удобно.**



**Не верь никому, кроме них в этом  
вопросе!**

**Сделай общение с клиентом личностным  
настолько, насколько это реально в твоём  
бизнесе**

**Сделай общение с клиентом Личностным  
настолько, насколько это реально в твоём  
бизнесе**



**И ещё чуть-чуть сверх этого!**

**Убедись, что твои сотрудники  
действительно рады работать с клиентом**

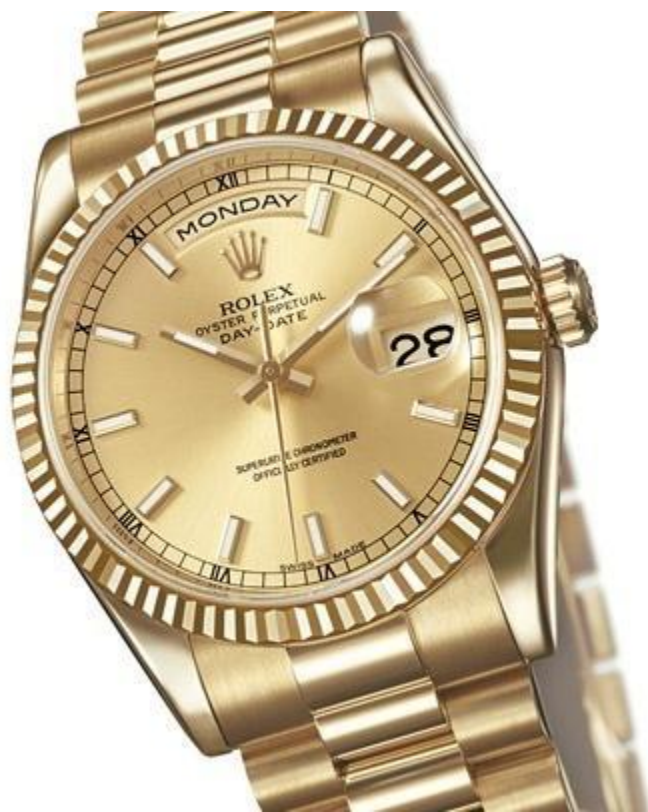
**Убедись, что твои сотрудники  
действительно рады работать с клиентом**



**Мы знаем, что делать, даже если это не  
так!**

**Выяви тех, для кого твой товар, или  
бренд,  
или фирма – часть имиджа**

**Выяви тех, для кого твой товар, или  
бренд,  
или фирма – часть имиджа**



**Если получится – озолотишься 😊**

**- Этого достаточно?**

**- Нет...**



**- Как же добиться  
максимального  
результата?**

**Советы, которые мы дали сегодня,  
надёжны и эффективны**



**Они основаны на «Модели трёх ключей»**

Когда ты захочешь разобраться с Моделью  
лучше

пришли запрос на адрес [oleg@mcareoff.ru](mailto:oleg@mcareoff.ru)

Сегодня мы предлагаем:



Когда ты захочешь разобраться с Моделью  
лучше

пришли запрос на адрес [oleg@mcareoff.ru](mailto:oleg@mcareoff.ru)

Сегодня мы предлагаем:

- *Статью «Три ключа к успеху»*



Когда ты захочешь разобраться с Моделью  
лучше

пришли запрос на адрес [oleg@mcareoff.ru](mailto:oleg@mcareoff.ru)

Сегодня мы предлагаем:

- *Статью «Три ключа к успеху»*

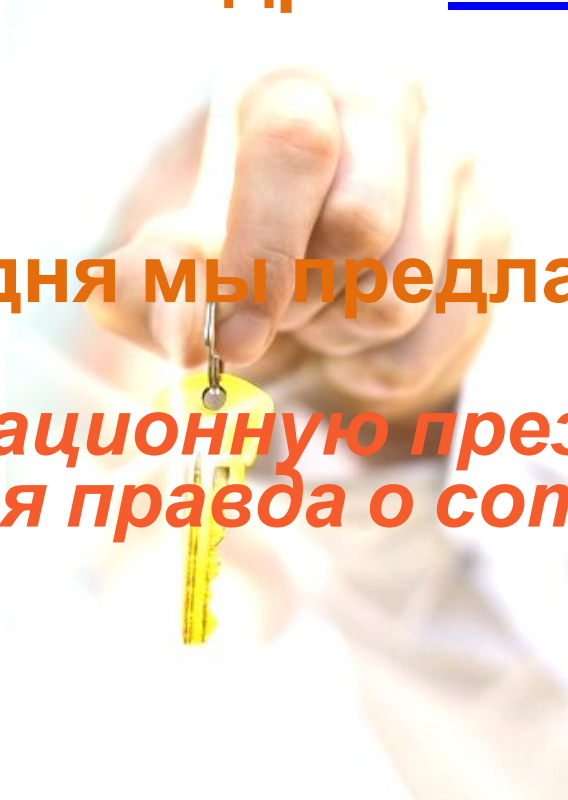
*Безвозмездно, то есть даром!*

Когда ты захочешь разобраться с Моделью  
лучше

пришли запрос на адрес [oleg@mcareoff.ru](mailto:oleg@mcareoff.ru)

Сегодня мы предлагаем:

*- Информационную презентацию  
«Страшная правда о сотрудниках»*



Когда ты захочешь разобраться с Моделью  
лучше

пришли запрос на адрес [oleg@mcareoff.ru](mailto:oleg@mcareoff.ru)

Сегодня мы предлагаем:

- Информационную презентацию  
«Страшная правда о сотрудниках»

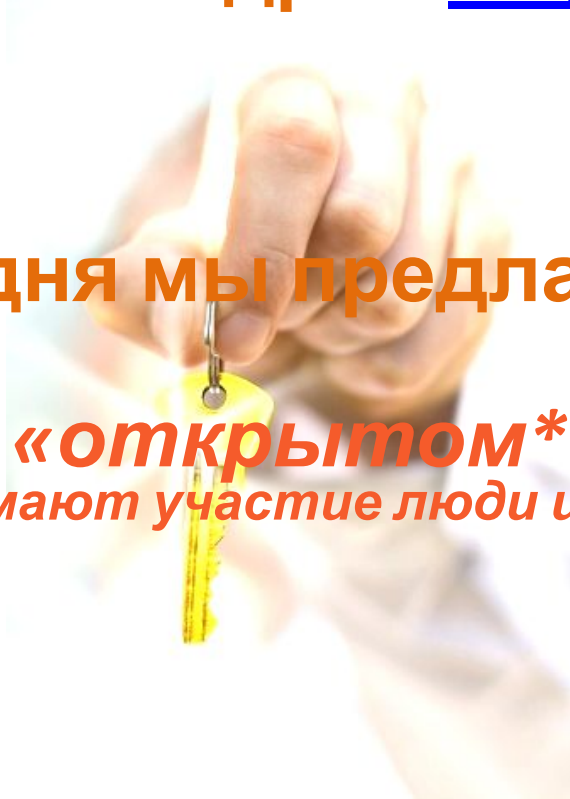
Безвозмездно, то есть даром!

Когда ты захочешь разобраться с Моделью  
лучше

пришли запрос на адрес [oleg@mcareoff.ru](mailto:oleg@mcareoff.ru)

Сегодня мы предлагаем:

**- Участие в «открытом\*» тренинге**  
*(\*в котором принимают участие люди из разных компаний)*





Когда ты захочешь разобраться с Моделью  
лучше

пришли запрос на адрес [oleg@mcareoff.ru](mailto:oleg@mcareoff.ru)

Сегодня мы предлагаем:

- **Участие в «открытом\*» тренинге**  
(\*в котором принимают участие люди из разных компаний)

**Уникальный тренинг, новейшая методика!**

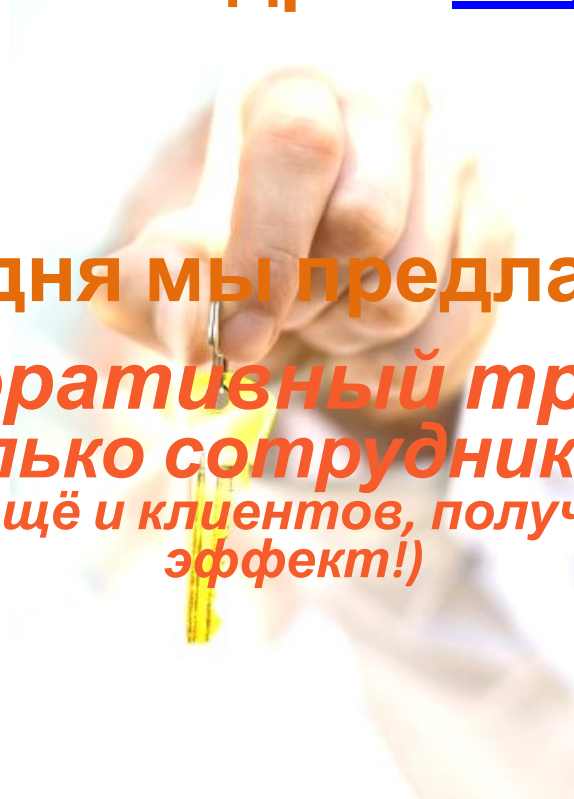
Когда ты захочешь разобраться с Моделью  
лучше

пришли запрос на адрес [oleg@mcareoff.ru](mailto:oleg@mcareoff.ru)

Сегодня мы предлагаем:

*- Корпоративный тренинг:*

*участвуют только сотрудники твоей фирмы.  
(когда приглашают ещё и клиентов, получается потрясающий эффект!)*



Когда ты захочешь разобраться с Моделью  
лучше

пришли запрос на адрес [oleg@mcareoff.ru](mailto:oleg@mcareoff.ru)

Сегодня мы предлагаем:

- **Корпоративный тренинг:**

**участвуют только сотрудники твоей фирмы.**  
(когда приглашают ещё и клиентов, получается потрясающий эффект!)

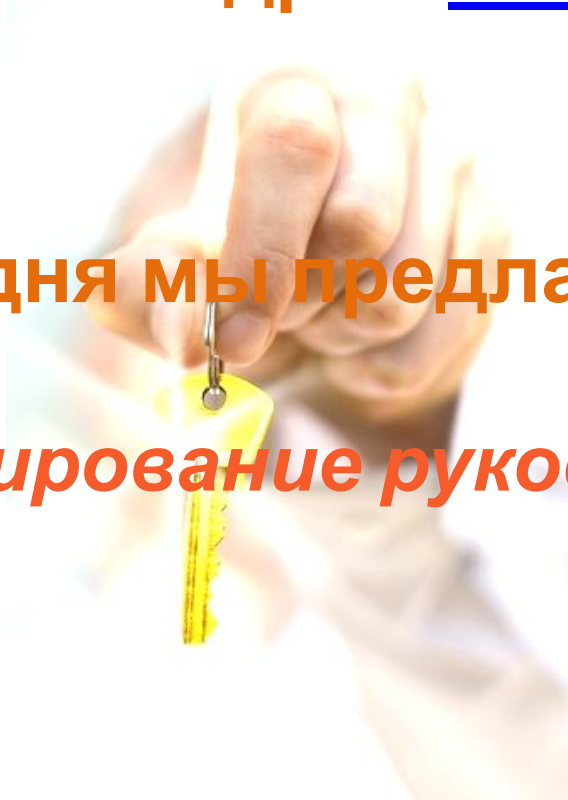
**Уникальный тренинг, новейшая методика!**

Когда ты захочешь разобраться с Моделью  
лучше

пришли запрос на адрес [oleg@mcareoff.ru](mailto:oleg@mcareoff.ru)

Сегодня мы предлагаем:

*- Консультирование руководителей*



Когда ты захочешь разобраться с Моделью  
лучше

пришли запрос на адрес [oleg@mcareoff.ru](mailto:oleg@mcareoff.ru)

Сегодня мы предлагаем:

- *Консультирование руководителей*

*Очень индивидуальное сотрудничество*

Пришли запрос на адрес

[oleg@mscareoff.ru](mailto:oleg@mscareoff.ru)

или позвони +7-916-102-40-85

**И ПОЛУЧИ МАКСИМУМ  
ПОЛЬЗЫ!**

© Олег Макаров, Татьяна Широганова, 2010.



\*Настоящая работа распространяется на основании лицензии Creative Commons Non-commercial No Derivatives (by-nc-nd).

Вы имеете право копировать и распространять работу, упоминая авторов и ссылаясь на них.  
Вы не можете изменять произведение и использовать его в коммерческих целях.