ЛЭР

Лаборатория Ольги Шибецкой

Омниканальный сбор клиентской базы - как создать, обработать и эффективно использовать

Как
ваше настроение?

Ольга Шибецкая

Эксперт №1
в клиентоориентированном
маркетинге

Руководитель Лаборатории
эволюционных решений

Olga_shibetskaya

Ольга Шибецкая

- Эксперт №1 в клиентоориентированном маркетинге
- **4 года** в сфере клиентоориентированного маркетинга
- **14 лет** практической деятельности в **бизнесе**

300 клиентов с разных ниш

Более 1000 учеников, прошедших обучение

Создала **более 20 бизнес-программ**

Миссия Академии

Научить предпринимателей создавать и реализовывать бизнес- модель, которая приносит не только кратную прибыль в короткие сроки, но и является существенной высокодоходной инвестицией в бизнес на протяжении всей его жизни

Что для вас важнее НОВЫЕ клиенты или прибыль?

История двух компаний

Количество клиентов в базе в компаниях: 1000 человек

Процент оттока – 30%
Привлекли 500 новых клиентов
Рост на 20%

Процент оттока – 70%
Привлекли 500 новых клиентов
Спад на 10%

ЗНАКОМО?

Системный подход представляет 80% обслуживания клиентов

Он позволяет каждый раз давать то, что нужно клиенту. И только 20% - это «улыбки» и «спасибо»

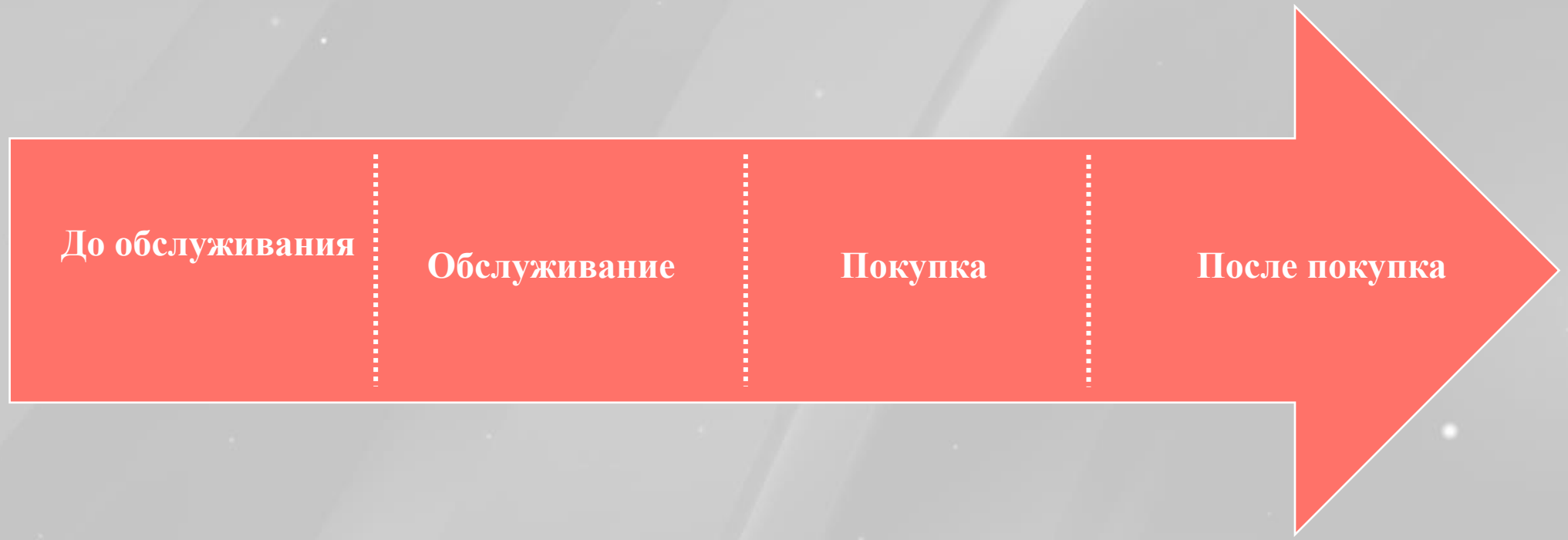
Прописываем какой путь проходит ваш клиент

Точек касания и факторов, влияющих на принятие решения много

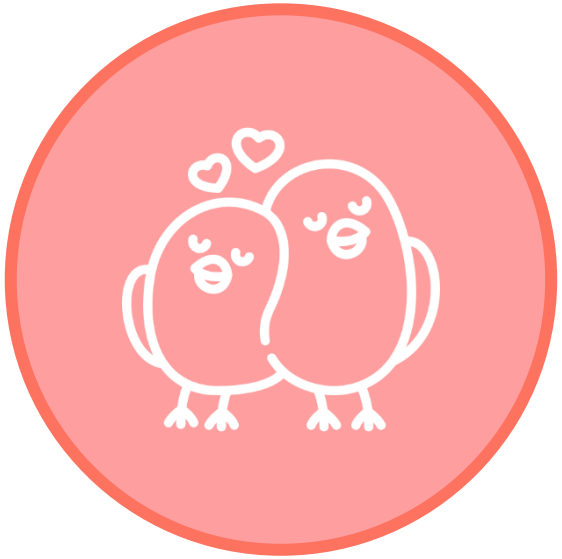
1. **Клиент пришел по таргетированной рекламе – оставил заявку**
2. **Компания связалась с клиентом и отправила на почту прайс. Менеджер ответил на все вопросы при звонке.**
3. **Через две недели компания участвовала на выставке. Клиент пришел пообщаться лично и посмотреть коллекцию.**
4. **Через неделю после выставки сделка была закрыта.**

1. **Клиент пришел по таргетированной рекламе на страницу в инстаграм**
2. **Месяц смотрела сторис, читал посты, смотрел IGTV,REELS,прямые эфиры**
3. **Через месяц перешел на сайт через Taplink**
4. **На сайте изучил весь предложенный ассортимент**
5. **Через неделю пришел померить в оффлайн точку и купил**

CJM-карта путешествия клиента



Мы не пишем путь, мы встраиваемся в путь клиента естественным образом

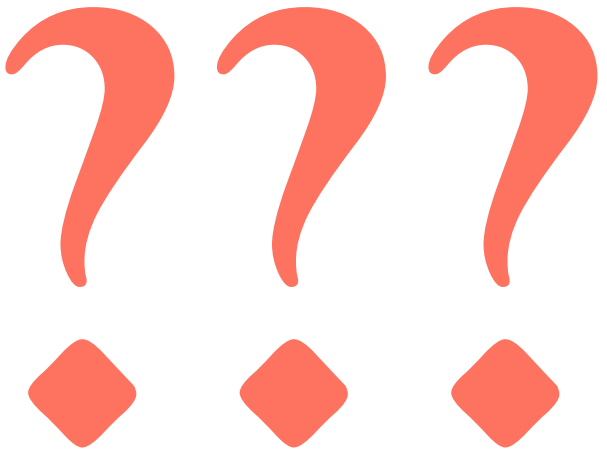


Маркетинг доверия:

- Клиент должен сам быть готовым к предложению
- Предложение должно быть адресным
- Клиент должен быть заинтересован в предложении

Омниканальность не заканчивается покупкой товара и начинается, когда клиент еще не думает о вас

Так с чего начать



Актуализируем клиентскую базу

Если у вас есть управляемая клиентская база-вы управляете бизнесом

Что значит актуализировать клиентскую базу.

Формально собрать в единый список первичную информацию: ФИО, телефон, e-mail и так далее.

Как же актуализировать?

Сбор информации о клиентах, пришедших с разных источников (каналов привлечения) в одну программу (файл). Использование CRM-системы покажет вам динамику активности клиентов. Разделить базу

- потенциальные клиенты (те, кто ни разу не приобретал товар/услугу)
- реальные клиенты (совершившие хотя бы одну покупку товара/услуги)
- система рассылок: sms, push-уведомления, e-mail.
- Звонки отдела продаж

Через коммуникацию с клиентами, вы создадите ядро активных клиентов. Из них можно дальше формировать лояльную аудиторию, которая и приносит 80% всей прибыли компании.

Изучаем и актуализируем Целевую аудиторию

Характеристика ЦА	Группа 1	Группа 2
География	Москва и МО	Москва и МО
Пол	женский	женский
Возраст	35-40 лет	40-45
Статус, профессия	*бухгалтер,медик*	*рукодящая должность,мед работник*
Семейное положение	замужем	замужем .незамужем
Наличие детей	2-3	1-3
Состояние здоровья	есть заболевания	нет заболеваний
Образ жизни, увлечения	Путешествие,психология,низкая физическая нагрузка	Активный виды спорта(ходьба,лыжи,дайвинг),языки
К чему стремятся?	Больше энергии,легкости	Быть уверенной в себе
Соцсети	Инстаграмм	
СТРАХИ, БОЛИ		Не хватает времени
Задачи		
Как покупает?		
Чем руководствуется ?		
Как часто покупает?		
Отношение к новинкам		
Job Story:		
Решение задачи		
Что им продаем?		

- **Глубиное интервью**
- **Проблемное интервью**
- **Юзабилити-тестирование**
- Google-**форма**

Скрипт проблемного интервью

Это шаблон! Сохраните файл себе, чтобы заполнить

1. Заполните поля, выделенные цветом. В результате вы получите скрипт проблемного интервью. Вопросов в скрипте может быть сколько угодно. Если нужно добавить вопрос, то просто добавьте еще строчек.
2. Во время разговоров необязательно строго следовать скрипту. Цель проблемного интервью - не проговорить скрипт, а выявить что-то новое о проблемах сегмента. Каждый из вопросов скрипта может запустить цепочку вопросов и ответов, позоляющих докопаться до более глубоких проблем клиента.
3. Во время разговора интервьюируемый может не проговаривать проблемы явно, но подкидывать нам намеки на то, где у него на самом деле может быть проблема. Используйте эти намеки - стройте ваш разговор гибко.

1. Опишите клиентский сегмент, для которого пишете скрипт

Сегмент:	9
Гипотезы проблем:	

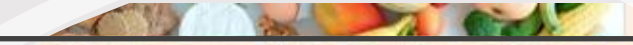
2. Опишите вступление

Цель:	Заинтересовать, чтобы выделил время на интервью
Что отразить:	Кто мы, и почему с нами интересно разговаривать Повод, по которому звоню Просьба уделить время

Отчет по проблемным интервью

Как заполнять отчет:
1. Зафиксируйте во время(или сразу после) проведения проблемного интервью ответы пользователей на ваши вопросы.
2. Записывайте ответы пользователей их словами, а не вашими обобщениями. Например, лучше написать "Не использует онлайн-форму, потому что не получается набирать буквы с телефона", а не "не пользуется мобильной версией".
3. Для каждого клиента, после интервью, пропишите в отчете индивидуальную проблему, ущерб, предложенное решение, выгоду, оцифрованный результат.

	Интервью 1	Интервью 2	Интервью 3	Интервью 4	Интервью 5	Интервью 6
1. Данные клиента						
ФИО, контакты:						
Гипотеза проблемы:						
2. Индивидуальное ценностное предложение(заполняется по результатам интервью)						
Проблема клиента						



Опрос

Здоровое питание помогает не только поддерживать фигуру в желаемой форме, но и продлить молодость, вернуть хорошее самочувствие, бодрость, энергичность, свести на нет заболевания ЖКТ.
Что Вы ожидаете от работы с нутрициологом,ответьте ,пожалуйста, на несколько вопросов.

katrinvinograd7@gmail.com
(без совместного доступа) Сменить аккаунт

Город проживания

Мой ответ

Фамилия Имя

Мой ответ

Дата рождения

Мой ответ

Семейное положение/Сколько детей

Мой ответ

Ваши увлечения

Мой ответ

Ваш род деятельности

Вопросы Ответы

настоящее время, когда большая часть общения переходит в онлайн, качественное сопровождение становится обязательным элементом клиентского сервиса.От комфорта во время прохождения курса зависит, захочет ли человек порекомендовать его своим знакомым или купить у вас ещё один курс.При этом, какая бы ни была удобная по юзабилити площадка, какой бы ни был полезный-преполезный контент. Если нет человека, который дает обратную связь: живого человека! То процент доходимости значительно снижается. В этом как раз важная роль куратора. Куратор -это тот человек, который влияет на ваш бизнес в большей мере.

Цель данного опроса :понять необходим куратор в вашей сфере деятельности и какими качествами он должен обладать?

Имя Фамилия

Краткий ответ

Ваша сфера деятельности

Развернутый ответ

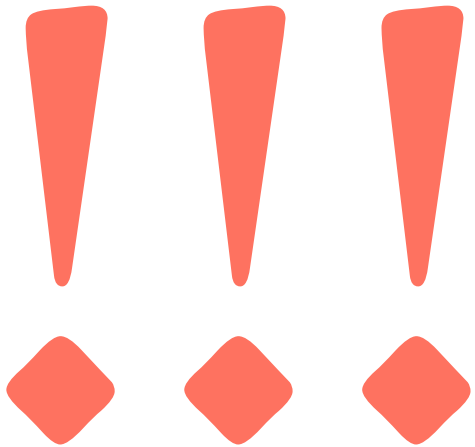
Необходим ли Вам куратор?

- Да,на постоянной основе
- Да, временно ,на определенные проекты
- Нет
- Другое...

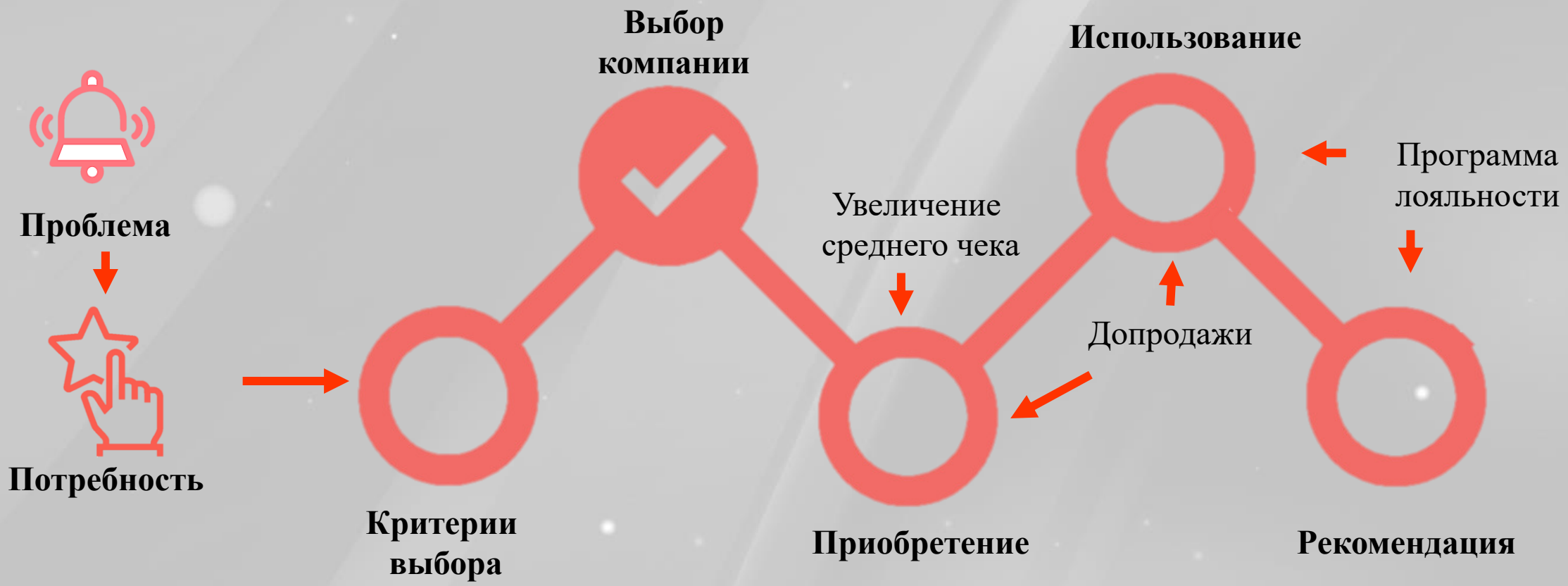
сопровождение куратора необходимо

Юзабилити-тестирование

Продолжаем

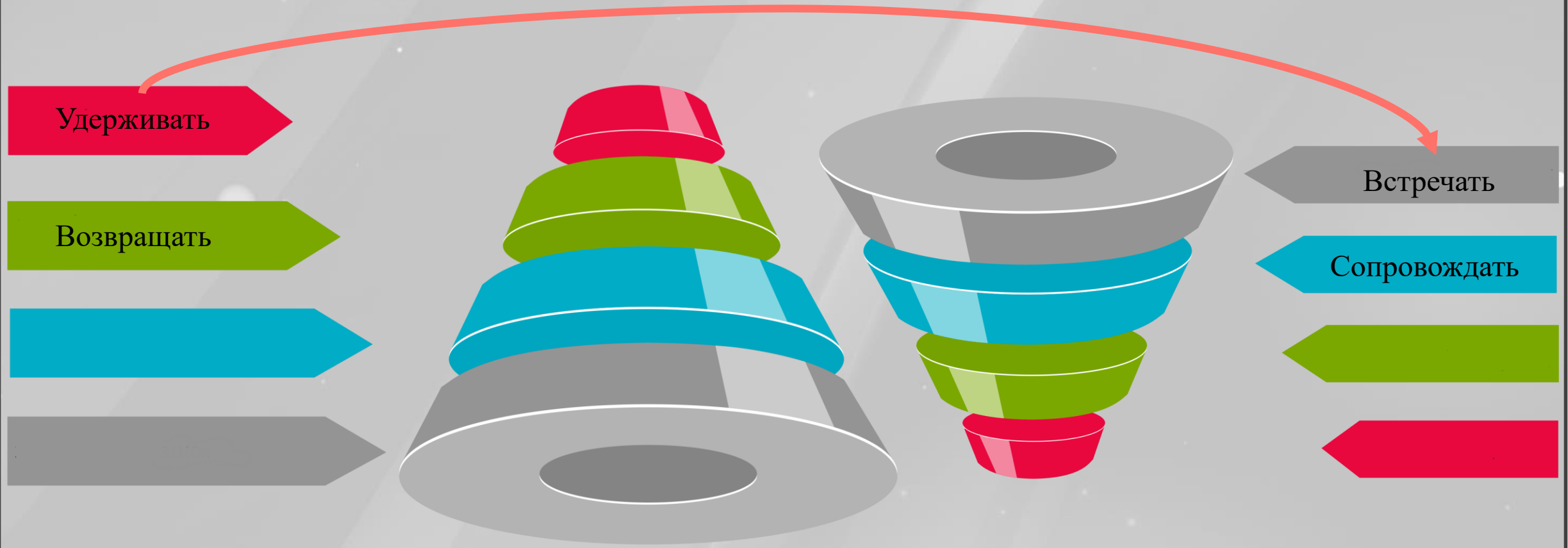


Каждый клиент перед покупкой проходит этот путь



Берем клиентов с самого начала воронки и прогреваем

Обратная воронка



Внедряем и РАБОТАЕМ с CRM-системой

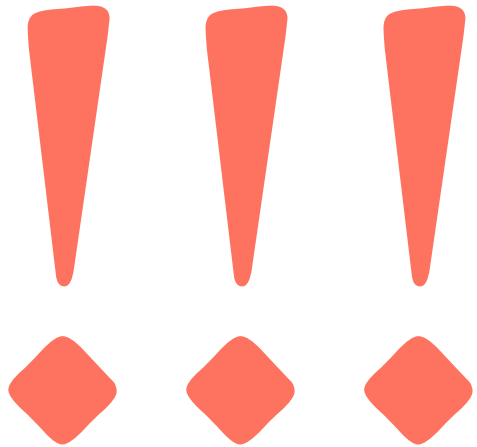
Выстраиваем отношения с клиентом

Главный принцип омниканальности- фокус на клиенте

Омниканальность как способ не терять продажи

Важно единое сквозное сопровождение клиента по многоцикличной воронке продаж.

Популярные ошибки



Популярные ошибки в системе работы с клиентом, которые снижают рост прибыли компании

Забываем встретить клиента/ встречаем неправильно Воронка рвётся

Формируем любовь клиента

Канал привлечения	встреча клиента							
Instagram	страница/сторис	как выглядите вы при первом свидании со своим клиентом	taplink	Знакомство	директ	Реагируем на все реакции и сообщения клиентов	страница/ сторис/ прямые эфиры/reels/ igtv	Создавайт свою истор сюжетная линия
Оффлайн точка	витрина	Встречают по одежке	касса/примерочные/ кабинеты	Визуальное и аудиальное восприятие	зал/касса/ресепшн	Как бы не устать	витрина	Встречают одежке
Сайт	страницы сайта	клиенты ленивы, им не нужно "сложно"	корзина	Нет сложным регистрациям	Обратная связь	Про меня забыли	страницы сайта	клиенты ленивы, им нужно "сложно"

Конвертируем любовь клиента в цифрах

Instagram	страница/сторис		taplink		директ		страница/ сторис/ прямые эфиры/reels/ igtv	
Оффлайн точка	витрина		касса/примерочные/ кабинеты		зал/касса/ресепшн		витрина	
Сайт	страницы сайта		корзина		Обратная связь		страницы сайта	

Популярные ошибки в системе работы с клиентом, которые снижают рост прибыли компании

Процесс работы с продуктовой линейкой – это тоже про сервис

Популярные ошибки в системе работы с клиентом, которые снижают рост прибыли компании

Программа лояльности на коленке

Популярные ошибки в системе работы с клиентом, которые снижают рост прибыли компании

Клиентский сервис - это не часть продаж!

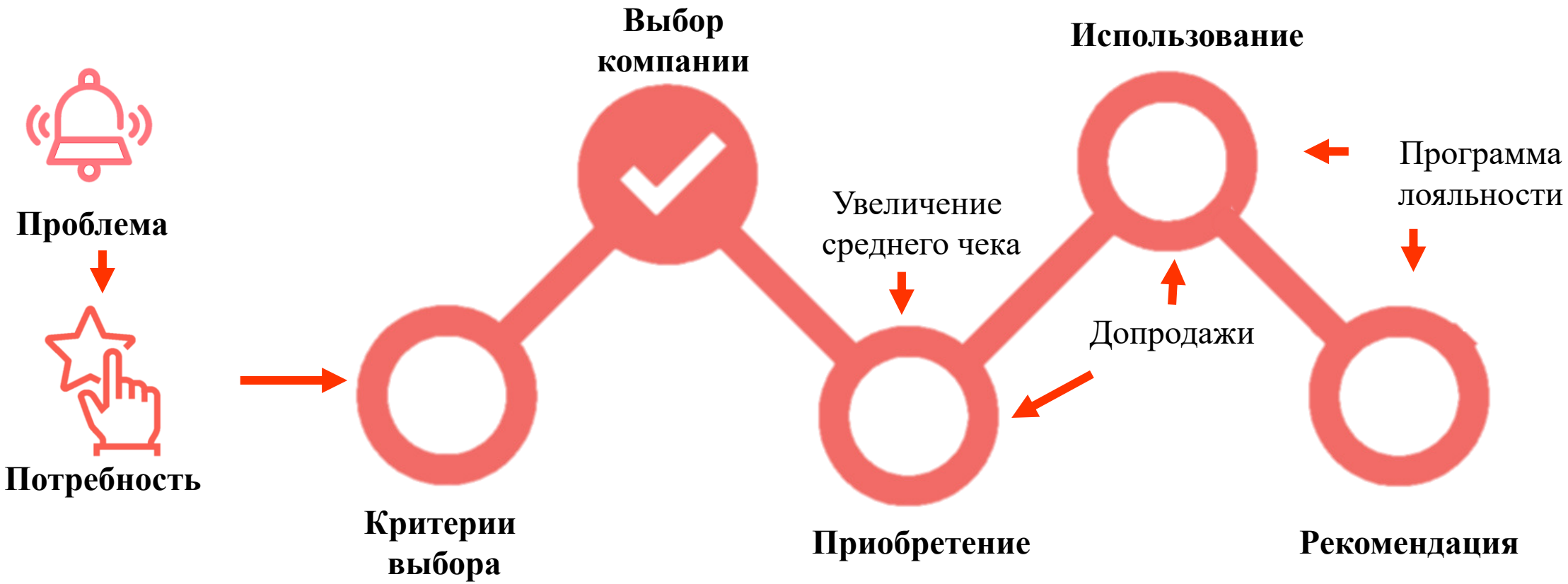
Популярные ошибки в системе работы с клиентом, которые снижают рост прибыли компании

Обратная связь без фильтра = Эмоции клиентов без контроля

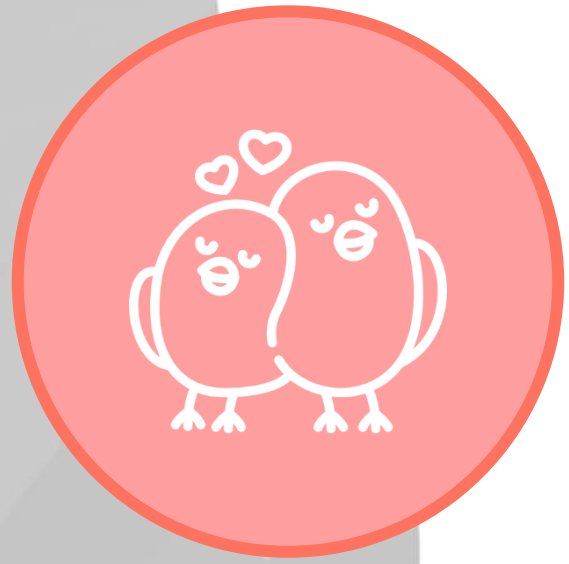
Популярные ошибки в системе работы с клиентом, которые снижают рост прибыли компании

Не обдуманные акции

Каждый клиент перед покупкой проходит этот путь



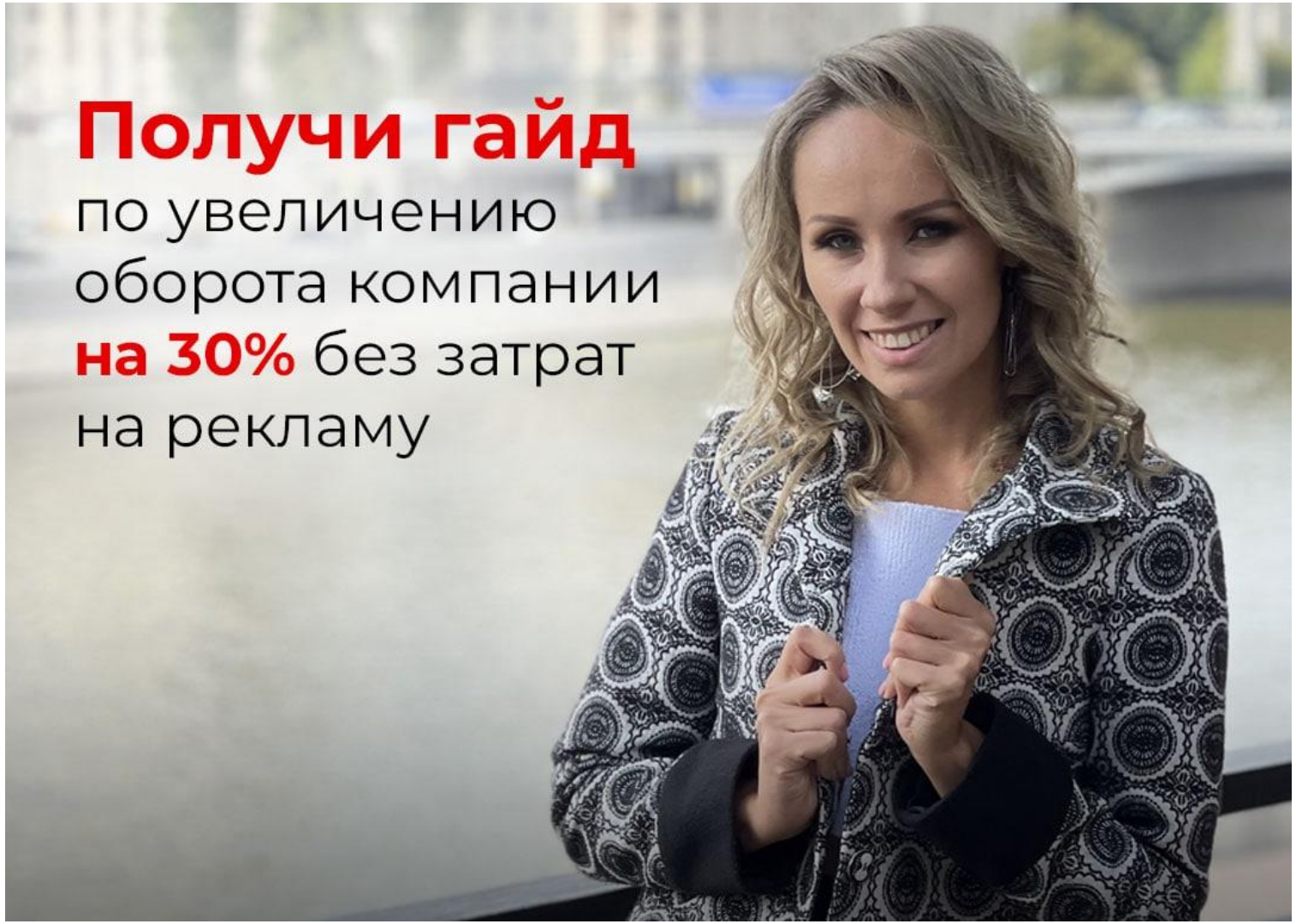
Будьте внимательны к своим клиентам



Любите своих клиентов, и они отблагодарят вас цифрами на вашем счету

Пока вы задаете мне вопросы

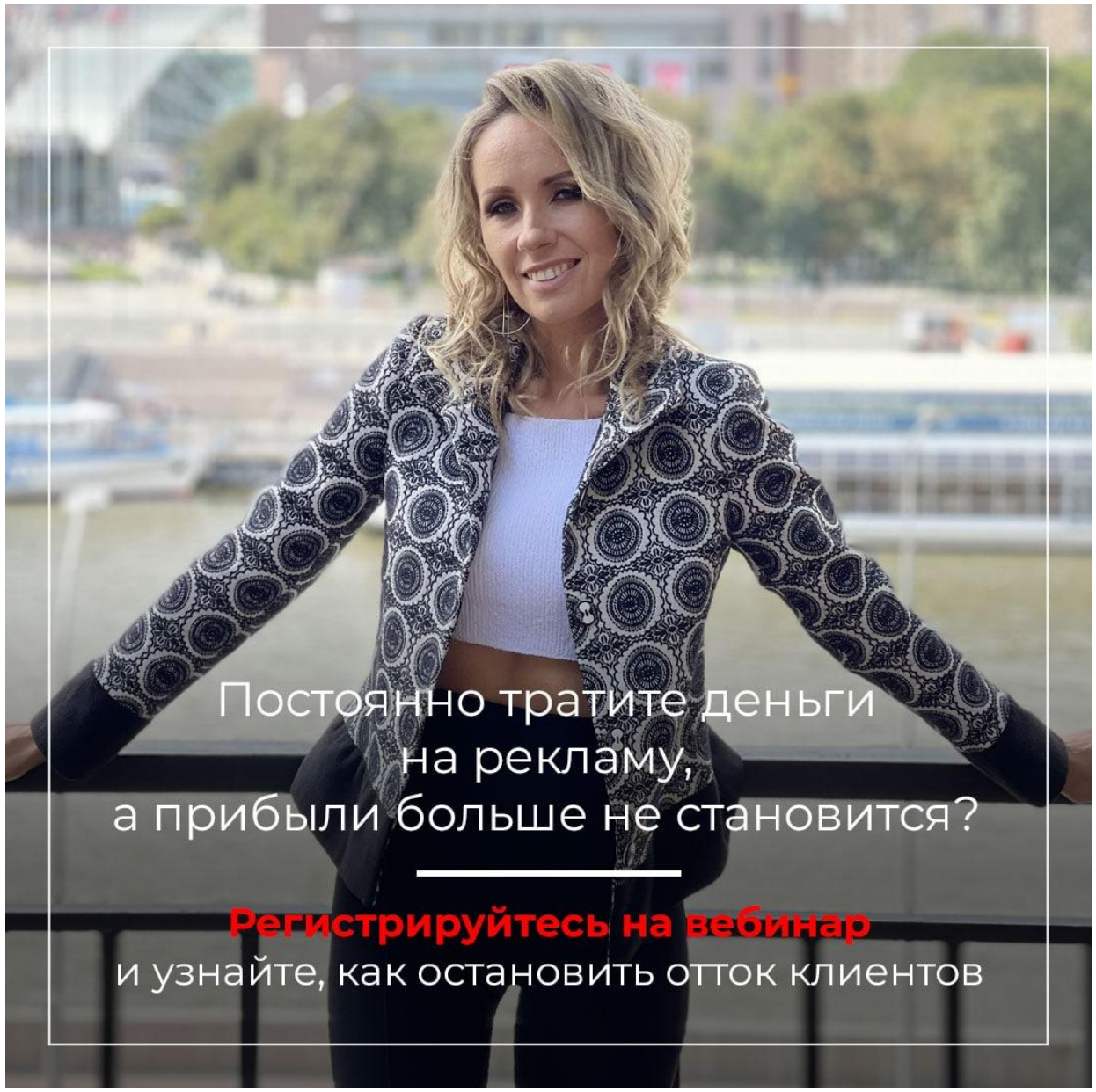
Пока вы задаете мне вопросы


Получи гайд
по увеличению
оборота компании
на 30% без затрат
на рекламу

Как получить гайд?

SCAN ME

Приглашение на вебинар



Приглашение на вебинар

OLGA_SHIBETSKAYA

Напишите в
Instagram

Действуйте сегодня!

Помните

Создать пассивную маркетинговую систему, которая генерирует клиентов с нуля выгодно и предсказуемо, ВОЗМОЖНО.

Olga_shibetskaya