

## Управление клиентской базой

Самый важный ресурс любого бизнеса — его клиенты. Постоянные клиенты — основа успешного бизнеса, а новые — возможность для роста и развития.

Наш семинар поможет вам разобраться в том, как создается и развивается клиентская база, какие клиенты и на каком этапе жизненного цикла наиболее доходны для компании. Вы сможете превратить список клиентов в полноценную клиентскую базу, которая позволит аккумулировать и успешно использовать опыт взаимодействия компании со своими клиентами.

**Внимание! Вы можете посетить полный курс [«Директор по продажам»](#)**

### Расписание

**Город:** Москва

**Дата:**

- 24 сентября `19
- 24 декабря `19
- 24 марта `20
- 23 июня `20

---

В результате обучения вы:

- узнаете, как клиентская база может являться инструментом управления бизнесом компании
  - научитесь правильно создавать клиентскую базу и привлекать клиентов
  - изучите весь спектр возможностей клиентской базы для развития бизнеса компании и управления лояльностью клиентов
  - сможете при помощи клиентской базы выстраивать и управлять длительными взаимоотношениями с клиентами
  - научитесь посредством клиентской базы анализировать доходность различных категорий клиентов и управлять процессом продаж
  - узнаете о практических инструментах анализа и управления клиентской базой
- 

### Программа семинара

## **Клиентская база и основные заблуждения о ней**

- Если у вас нет клиентской базы, то вы не управляете своим бизнесом, им управляют ваши клиенты. Как это изменить?
- «КБ» — это компьютерная программа или список клиентов?
- CRM-система, программа бухучета и клиентская база: какова между ними связь?
- Как определить, присутствует ли у вас в компании клиентская база?
- Кого из покупателей можно считать клиентами и их место в клиентской базе
- Из чего состоит клиентская база, какова ее структура?
- Базовая концепция жизненного цикла клиента «CLF» (customer lifecycle)
- Жизненный цикл клиентов «CLF» и их доходность

### **Практикумы:**

- Аудит и корректировка понимания участниками термина «клиентская база»
- Определение наличия или отсутствия в компании клиентской базы

## **Возможности клиентской базы для бизнеса компании**

- Значимость клиентской базы для бизнеса компании с точки зрения стратегии и тактики
- Возможности «КБ» по управлению: клиентами, продажами, ДЗ, ассортиментом, лояльностью, рекламно-маркетинговыми активностями, закупками, логистикой, персоналом и т.п.
- «КБ» чей инструмент? Какого / каких подразделений компании?
- Структура взаимодействия основных подразделений компании с клиентской базой
- Типичные ошибки в управлении продажами: ориентация на валовые показатели сбыта
- Если у вас нет «КБ», то у вас нет и КРІ для определения эффективности продаж
- Как посредством «КБ» работать с ТВЕМ технологией управления накопленным компанией бизнес-опытом

### **Практикумы:**

- Каковы возможности клиентской базы
- Определение самого главного владельца КБ
- Аудит основных КРІ для определения эффективности управления продажами

## **Аудит клиентской базы компании**

- Как определить размер вашей «КБ», она большая или ее недостаточно?
- Как определить, насколько эффективно работает ваша «КБ»
- 14 основных этапов проведения процесса аудита «КБ»
- Модель для определения состояния вашей клиентской базы

### **Практикум «Аудит текущего состояния вашей клиентской базы»**

## Технология создания клиентской базы

- Сегментирование «КБ»
- Алгоритм и правила взаимодействия «КБ» и стратегии CRM
- Инструменты для создания «КБ»: модели «Управление будущим» и «Карточка клиента»
- Создание профиля для различных категорий клиентов
- Создание специальной информационной формы «карточка клиента» (КК). Типичные ошибки при создании «КК»
- Структура «КК». CRM как составляющая «КК». Преодоление проблем с ведением «КК»

Практикумы:

- Создание профиля клиента
- Главные информационные компоненты карточки клиента

## Технология управления клиентской базой

- Управление «КБ» на принципах CRM
  - Инструменты анализа и управления «КБ»: коэффициент удержания, коэффициент ротации, коэффициент пожизненной доходности, этап «CLF», степень лояльности и т.п.
  - Алгоритм привлечения клиентов в «КБ»
  - Анализ положения клиентов в «КБ». Модель «Алгоритм жизненного цикла клиента в КБ»
- 

## Стоимость участия

Стоимость участия в семинаре составляет **13400 руб.** с учетом всех налогов.

**В стоимость обучения входит:**

- Комплект авторских материалов
  - Кофе-паузы
  - [Сертификат Moscow Business School](#)
  - [Удостоверение о повышении квалификации\\*](#)
  - [Диплом о профессиональной переподготовке\\*\\*](#)
- 

## Преподаватели семинара

- **Кочетков Станислав Евгеньевич**

Эксперт-практик, тренер-консультант в области маркетинга и продаж с 24-летним опытом в бизнесе. Сертифицированный тренер IME Fin. Автор и ведущий уникальных тренингово-

консалтинговых программ по темам КАМ (управление ключевыми клиентами)

- **Кречетова Ирина Борисовна**

МВА, эксперт-практик в области комплексного развития бизнеса, увеличения продаж и прибыли. Бизнес-тренер, консультант