

Потребительская лояльность. Завоевание и удержание клиентов

Формат обучения: Очно | Онлайн

Срок обучения: 1 день

Время проведения: ежедневно с 10:00 до 17:30

Дата начала: 03.07.2026

Место проведения: Ленинский проспект, д. 38А, город Москва

Выдаваемые документы: Удостоверение о повышении квалификации или Сертификат Moscow Business School

Программа обучения

День 1

Очное обучение

Лояльность потребителей в XXI веке

- Понятие потребительской лояльности
- Чем истинная лояльность отличается от фальшивой лояльности
- Ключевые тренды развития рынков и лояльность потребителей. Что изменилось с лояльностью потребителей за последние 300 лет. Какие факторы будут играть ключевую роль в ближайшие 10 лет
- От чего зависит лояльность потребителей: основные факторы и как на них влиять
- Принципиальные отличия подходов к лояльности в России и за рубежом
- Основные показатели измерения лояльности: преимущества и недостатки
- В каких случаях компании необходимо запускать программу лояльности

Практикум: «Мифы о лояльности потребителей»

Сегментация клиентов и разработка адресных предложений

- Как понять, каких клиентов следует удерживать
- 3 способа сегментации клиентов
- Практические инструменты сбора информации о клиентах
- 30 причин, по которым ваши клиенты покупают

Практикум «Сегментация клиентов вашей компании и разработка рекомендаций по каждому сегменту»

Инструменты удержания клиента

- Работа с оттоком клиентов: как удерживать клиентов в момент попытки ухода
- Чем инструменты формирования лояльности отличаются от маркетинговых способов стимулирования продаж
- 50 способов «привязать» клиента к компании
- Материальные формы поощрения лояльности: преимущества и недостатки
- Нематериальные формы поощрения клиентов: особенности использования
- Измерение показателей качества удержания клиентов

Практикум: «Разработка инструментов поощрения клиентов»

Разработка программы лояльности потребителей

- Алгоритм разработки программы лояльности
- 3 кита успешной программы лояльности
- Зона приемлемых решений при разработке программы
- 20 типовых ошибок программ лояльности: как не наступить на «грабли»
- Лучшие практики: кейсы успешных программ лояльности
- Чек-лист «Оценка успешности программы лояльности потребителей с точки зрения клиента»

- Чек-лист «Оценка успешности программы лояльности потребителей с точки зрения компании»

Практикумы:

- Упражнение «Постановка целей программы лояльности»
- Разработка программы лояльности

Дистанционная часть (факультативно)

Видеокурс «Психология деловых отношений»

- Деловое общение
- Ключевые компетенции деловых лидеров
- Эмоциональный интеллект как фактор успеха в построении деловых отношений
- Стратегии поведения участников деловых отношений
- Ассертивность
- Средства общения
- Модель поведения в процессе общения. Транзактный анализ
- «Пристройка» в деловом общении
- Модель партнерской коммуникации GROW

Видеокурс «Навыки эффективного общения: совещания, презентации, переговоры»

- Деловые совещания: классификация, правила подготовки и проведения
- Презентация: основные идеи, требования и правила подготовки
- Вербальный, невербальный компонент в презентации
- Определение и суть переговоров
- Место переговоров в процессе делового общения
- Стратегии проведения переговоров
- Условия достижения успеха в переговорах
- Параметры подготовки к переговорам
- Принципы проведения переговоров

Видеокурс «Основы управления проектами»

- Управление проектами как процесс

- Жизненный цикл проекта: предиктивный, адаптивный, циклы ИТ-проектов
- Гибридизация жизненных циклов
- AGILE-подходы к управлению проектами. Принципы и методы SCRUM
- Организация проектных команд. Функции SCRUM-мастера
- Принципы и инструменты Kanban, Lean, Kaizen
- Менеджмент качества и специфика системы 5S
- Цели и задачи проекта. Основы планирования и риски

Видеокурс «Деятельность менеджера: функции, роли, компетенции»

Программа

- Роль менеджера в компании
- Понятие и обеспечение «управляемости». Внутренний клиент
- Функционал менеджера. Структура обязанностей
- Планирование и целеполагание: методики, расчет временных затрат
- Виды мотивации сотрудников. Основные риски при выборе системы
- Формирование работающей обратной связи
- Контроль исполнения задач: инструменты и базовые ошибки
- Делегирование полномочий без потери качества
- Индивидуальная модель компетенций менеджера

Видеокурс «Контент стратегии для создания и развития бренда»

Маркетинговые стратегии и планы

- Этапы развития маркетинга — современная маркетинговая концепция
- Основные функции и задачи маркетинга в компании
- 7 блоков маркетингового анализа
- Источники информации по основным блокам и ее достоверность
- 6 этапов маркетингового плана
- Структура блоков и порядок разработки
- Аудит маркетинга: алгоритм проведения
- Оценка эффективности маркетинговых мероприятий

по финансовой модели

Инструменты контент-маркетинга

- Понятие и сущность контент-маркетинга
- Формирования информационного поля бренда
- Взаимосвязь контент-маркетинга и пиар-стратегии
- Каналы и инструменты контент-маркетинга: подробный обзор
- Работа с аудиторией: холодная, теплая, горячая
- Настройка ретаргетинга
- Виды и уровни сложности контента для ЦА
- Стратегия контент-маркетинга
- Формирование воронки продаж
- Метрики измерения эффективности контент-маркетинга

Основы бренд-менеджмента

- Составляющие бренда и его значение
- Основы бренд-менеджмента: правило 4P
- Формирование инфополя бренда
- Как измерить эффективность: ключевые показатели
- 5 уровней реализации бренд-плана
- Девизы и описания: определение сущности бренда
- Реализация и использование сущности
- Визуализация идеи. Позиционирование
- Построение пирамиды потребителей
- Правила нейминга и брендбука
- Показатели «здоровья бренда»
- Рекламная стратегия и продвижение