



ГАЙД: КАК УВЕЛИЧИТЬ ПРОДАЖИ, РАБОТАЯ С КЛИЕНТСКОЙ БАЗОЙ

Автор: Настасья Самойлова
маркетолог по стратегическому развитию бизнеса

Анализ клиентской базы

Зачем это нужно?

Анализ клиентской базы — это фундамент для всех дальнейших действий. Он помогает понять, кто ваш клиент, что он покупает и почему. С помощью этого анализа можно выявить, какие клиенты наиболее лояльны и прибыльны, которые, скорее всего, совершат повторные покупки. Это не только увеличивает выручку, но и снижает затраты на привлечение новых клиентов.

Как сделать?

Инструменты: Воспользуйтесь CRM-системами, такими как Битрикс24, АМО CRM или LPtracker. Эти инструменты помогут вам собрать и организовать данные о клиентах.

Алгоритм:

Соберите данные: Возраст, пол, география продаж, частота покупок, средний чек, сегментируйте клиентов по категориям ABC и RFM.

Анализируйте поведение: Как часто клиенты покупают, какие продукты наиболее популярны.

ПРИМЕР

Вы выяснили, что 70% ваших доходов приносят женщины в возрасте от 30 до 35 лет, которые занимают руководящие должности в компаниях. Это даст возможность сосредоточиться на маркетинге, ориентированном на этот сегмент.

Персональный подход

Зачем это важно?

Персонализация даёт клиенту ощущение индивидуального подхода, повышает уровень доверия и увеличивает шансы на успешную продажу. Клиенты ценят внимание к их личным предпочтениям и нуждам.

Как внедрить?

Инструменты: Используйте e-mail маркетинг, социальные сети и мессенджеры для персональных сообщений.

Алгоритм:

- Создайте персонализированные предложения на основе истории покупок клиента.
- Настройте автоматические рассылки с учётом поведения клиента (например, напоминание о брошенной корзине, вы давно к нам не приходили и прочее).

ПРИМЕР

Допустим вы продаете одежду и у вас широкая товарная линейка. Если клиент любит спорт, отправьте ему предложение со скидкой на спортивную одежду.

Кросс-продажи и апсейлы

Что это?

Кросс-продажи — это предложение сопутствующих товаров клиенту, покупающему определённый продукт.

Апсейлы — это предложение клиенту более дорогой версии продукта или услуги.

Как реализовать?

Инструменты: Используйте CRM и чат-боты для автоматического предложения дополнительных товаров.

Алгоритм:

- Обучите менеджеров по продажам выявлять возможности для кросс-продаж и апсейлов.
- Автоматизируйте процесс через CRM, чтобы предложения поступали клиентам автоматически.

ПРИМЕР

При покупке смартфона предложите чехол или страховку по специальной цене. При покупке матраса за 20 000 руб. выпадет специальное предложение в котором можно купить матрас выше категорией по цене 25 000 руб. вместо 30 000 руб. или менеджер в процессе разговора об этом предлагает.

Управление репутацией

Что это означает?

Управление репутацией — это работа по поддержанию положительного образа компании в глазах клиентов. Плохие отзывы могут сильно повлиять на вашу прибыль.

Как улучшить репутацию?

Инструменты: Мониторинг отзывов в социальных сетях и на сайтах отзывов. Сбор отзывов на одной площадке (например, карты: Яндекс отзывы, 2ГИС).

Внедрение отдела качества и клиентского сервиса.

Алгоритм:

- Регулярно следите за отзывами о вашей компании.
- Быстро реагируйте на негативные отзывы, предлагая решить проблему.

ПРИМЕР

Если клиент пожаловался на долгую доставку, извинитесь и предложите купон, скидку на следующую покупку. Устраните негатив, который сейчас транслирует клиент. Проанализируйте ситуации и выясните причины, как вы на них можете повлиять. Оптимизируйте свои бизнес-процессы, чтоб такая ситуация не повторялась.

Регулярные касания

Почему это важно?

Регулярные касания помогают поддерживать интерес клиента и укреплять отношения. Это может быть полезная информация, акции или новости компании.

Как организовать?

Инструменты: E-mail рассылки, мессенджеры, автоматические уведомления.

Алгоритм:

- Составьте план регулярных касаний, например, ежемесячные акционные предложения, напоминания, уведомления о новых товарах, полезных статьях и прочее.
- Рассылайте полезный контент (например, обзоры, новости и т.п.) , который может заинтересовать клиента

ПРИМЕР

Отправляйте клиентам ежемесячно инфографику с советами по использованию ваших продуктов.

Заключение

Если вы внедрите хотя бы часть шагов прописанных в гайде вы уже увидите результаты.

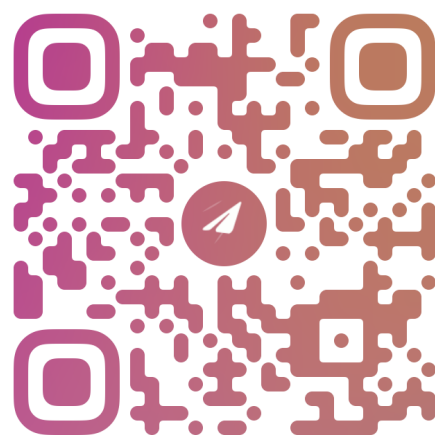
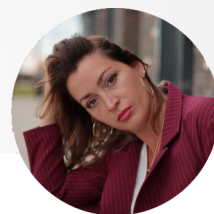
Прописанные инструменты помогут вам увеличить продажи, улучшить лояльность клиентов и создать прочные долгосрочные отношения.

Рекомендую начать с анализа вашей клиентской базы и далее внедрять персонализированные и кросс-продажи.

Вопрос

Если у нас не получится,
мы можем к вам
обратиться?

Если вам нужна помощь по внедрению или разобраться, какие инструменты вам нужны сейчас. Записывайтесь на диагностическую консультацию.



@MAGMARKETING