

Про клиентов



Сколько процентов малых предприятий имеют единую клиентскую базу?

По экспертным оценкам
в СНГ единую клиентскую базу имеют
менее 10 %
малых предприятий

Большинство клиентов теряется после первой продажи или «уходит» вместе с уходом сотрудников, которые с ними работали. Компания не имеет инструментов регулярной работы с клиентами, а сотрудники ведут записи у себя «в личных» файлах.

Поэтому вопрос **ведения единой клиентской базы** стоит особенно остро.

Ведение единой клиентской базы компании позволит:

Знать клиентов «в лицо» и индивидуально работать с каждым из них.

Регулярно работать с клиентами, осуществляя допродажи.

НЕ терять клиентов с уходом отдельных сотрудников.

Наиболее актуальные ежедневные проблемы, требующие решений



Как собрать и использовать полную информацию о клиентах? Какие клиенты приносят наибольшую прибыль?

Что думают клиенты о вашей компании и вашем продукте?

Вовремя ли их обслужили? Довольны ли они?

Кого из сотрудников следует поощрить за качественную работу с клиентами?

Как долгосрочно работать с клиентами, предлагать группам клиентов именно те товары/услуги, которые им интересны?



- Необходимо хранить как можно больше контактной информации о клиенте, чтобы можно было связаться с ним в любой ситуации.
- Нужно понимать, чем клиенты отличаются друг от друга (свойства) и насколько нам интересен каждый из них.

Почему ?

- Чтобы не потерять клиента с переездом, сменой офиса, сменой контактного лица с которым ранее велась работа нужно хранить максимум данных о нём: адреса, мобильный телефон, icq, skype, социальные сети, email и другую информацию.
- Не все клиенты одинаково для нас интересны: при работе с клиентом важно понимать его статус (VIP, разовый и т.д.) и перспективность.

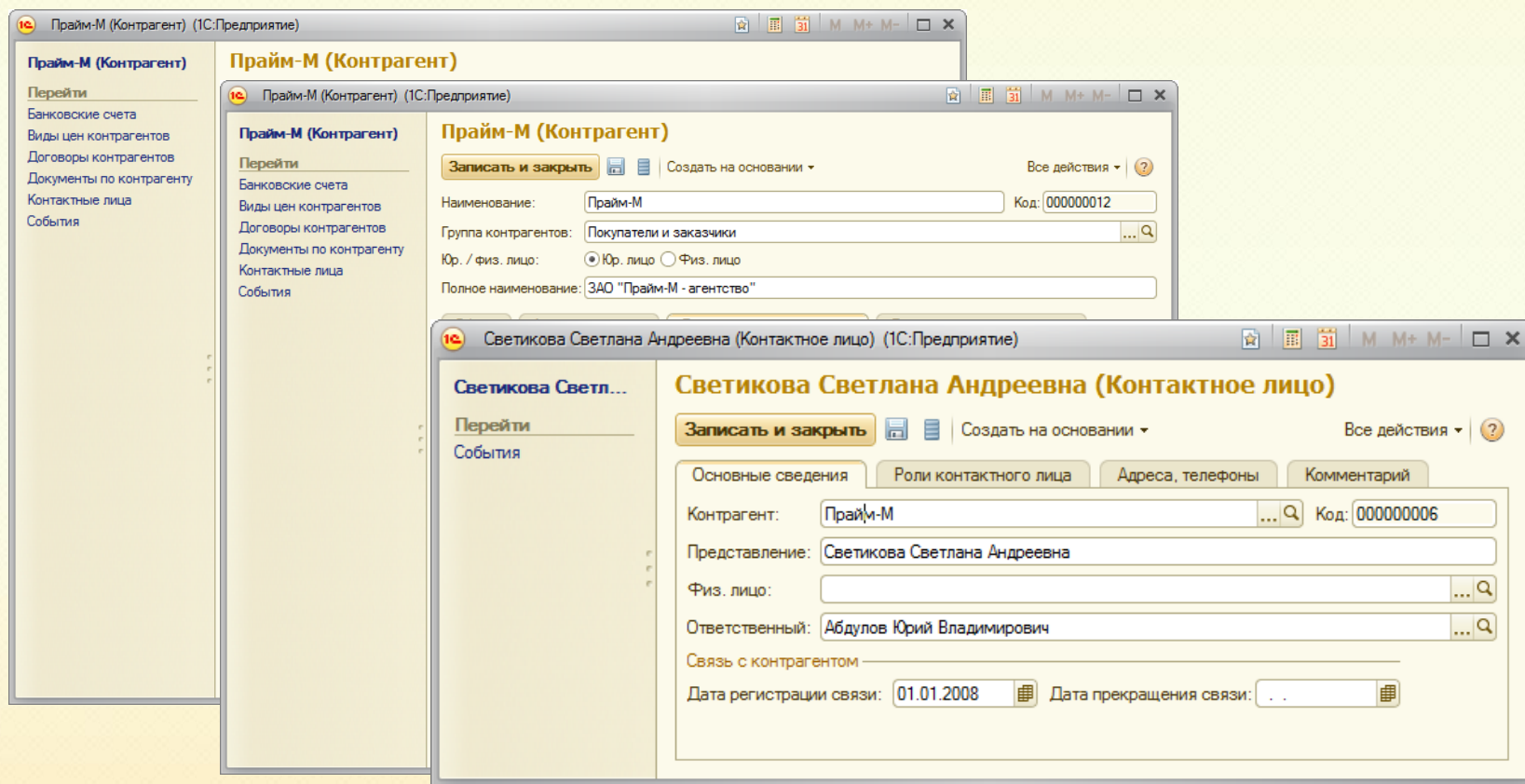
Нам нужен инструмент работы с клиентами, чтобы уменьшить потерю времени, а значит и денег!



Только при наличии единой клиентской базы можно быстро и удобно работать с клиентами

Как это решается в программе «1С:УНФ 8»

В программу можно быстро ввести нового клиента и полную информацию о нём: контактную информацию, тип отношений и дополнительные важные для продаж и обслуживания сведения о клиенте. ↓



The screenshot displays three overlapping windows from the 1C software interface, demonstrating the process of entering client information.

- Top-left window:** "Прайм-М (Контрагент) (1С:Предприятие)". It shows a sidebar with navigation options: "Перейти", "Банковские счета", "Виды цен контрагентов", "Договоры контрагентов", "Документы по контрагенту", "Контактные лица", and "События".
- Middle window:** "Прайм-М (Контрагент)". It shows the main data entry form for a counterparty. Fields include: "Наименование: Прайм-М", "Код: 000000012", "Группа контрагентов: Покупатели и заказчики", "Юр. / физ. лицо: Юр. лицо Физ. лицо", and "Полное наименование: ЗАО 'Прайм-М - агентство'".
- Bottom-right window:** "Светикова Светлана Андреевна (Контактное лицо) (1С:Предприятие)". It shows the main data entry form for a contact person. Fields include: "Контрагент: Прайм-М", "Код: 000000006", "Представление: Светикова Светлана Андреевна", "Физ. лицо: [empty]", "Ответственный: Абдулов Юрий Владимирович", "Дата регистрации связи: 01.01.2008", and "Дата прекращения связи: [empty]".

Специализированную программу «1С:CRM СТАНДАРТ» можно использовать в следующих случаях:

- Требуется активная работа с большим количеством клиентов (регулярные e-mail и SMS рассылки, телемаркетинг)
- Компания проводит длительные многоэтапные сделки
- В компании несколько основных направлений деятельности и целесообразно проводить перекрестные продажи и допродажи

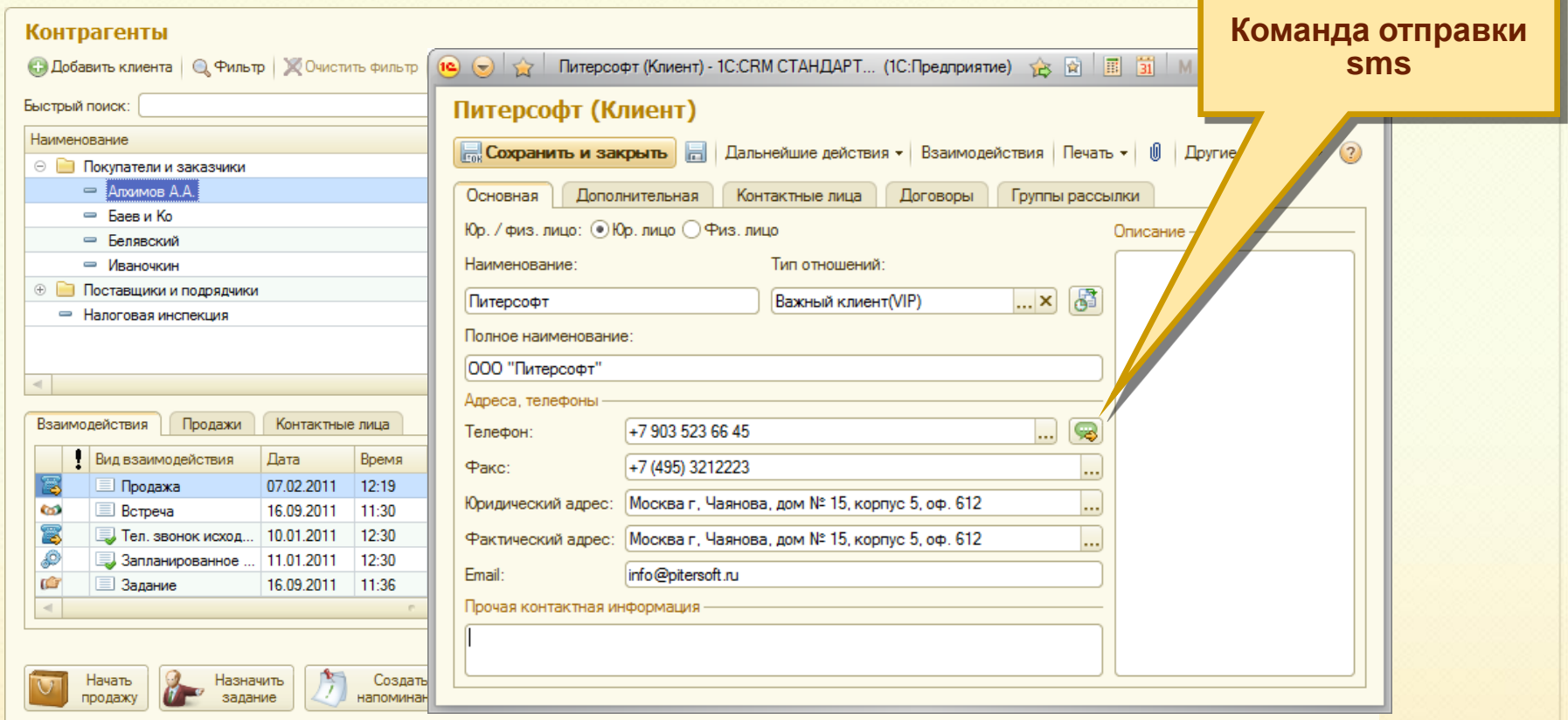
Наиболее часто CRM применяют в следующих отраслях:

издательский бизнес,
инжиниринг,
интернет-торговля,
информационные технологии,
консалтинг,
обучение,

реклама и дизайн,
центры технического
обслуживания,
транспортные услуги,
услуги (сервисные компании)

Дополнительно «1С:CRM СТАНДАРТ» позволяет из карточки клиента:

- Просматривать всю информацию о клиенте в удобном виде
- Отправлять sms-сообщение клиенту и/или его контактному лицу



Контрагенты

Добавить клиента | Фильтр | Очистить фильтр

Быстрый поиск:

Наименование

- Покупатели и заказчики
 - Алхимов А.А.
 - Баев и Ко
 - Белявский
 - Иваночкин
- Поставщики и подрядчики
 - Налоговая инспекция

Взаимодействия | Продажи | Контактные лица

!	Вид взаимодействия	Дата	Время
	Продажа	07.02.2011	12:19
	Встреча	16.09.2011	11:30
	Тел. звонок исход...	10.01.2011	12:30
	Запланированное ...	11.01.2011	12:30
	Задание	16.09.2011	11:36

Начать продажу | Назначить задание | Создать напоминание

Питерсофт (Клиент)

Сохранить и закрыть | Дальнейшие действия | Взаимодействия | Печать | Другие

Основная | Дополнительная | Контактные лица | Договоры | Группы рассылки

Юр. / физ. лицо: Юр. лицо Физ. лицо

Наименование: Питерсофт | Тип отношений: Важный клиент(VIP)

Полное наименование: ООО "Питерсофт"

Адреса, телефоны

Телефон: +7 903 523 66 45

Факс: +7 (495) 3212223

Юридический адрес: Москва г, Чаянова, дом № 15, корпус 5, оф. 612

Фактический адрес: Москва г, Чаянова, дом № 15, корпус 5, оф. 612

Email: info@pitersoft.ru

Прочая контактная информация

Команда отправки sms

Как собрать и использовать полную информацию о клиентах? Какие клиенты приносят наибольшую прибыль?

ПРИМЕР: Наше предприятие выполнило работы по сборке мебели для нового клиента. Заносим этого клиента в базу и, после выполнения работ, смотрим прибыльность и определяем для клиента признаки.

Доходы и расходы - Демонстрационная база ком... (1С:Предприятие)

Доходы и расходы

Вариант отчета: Ведомость

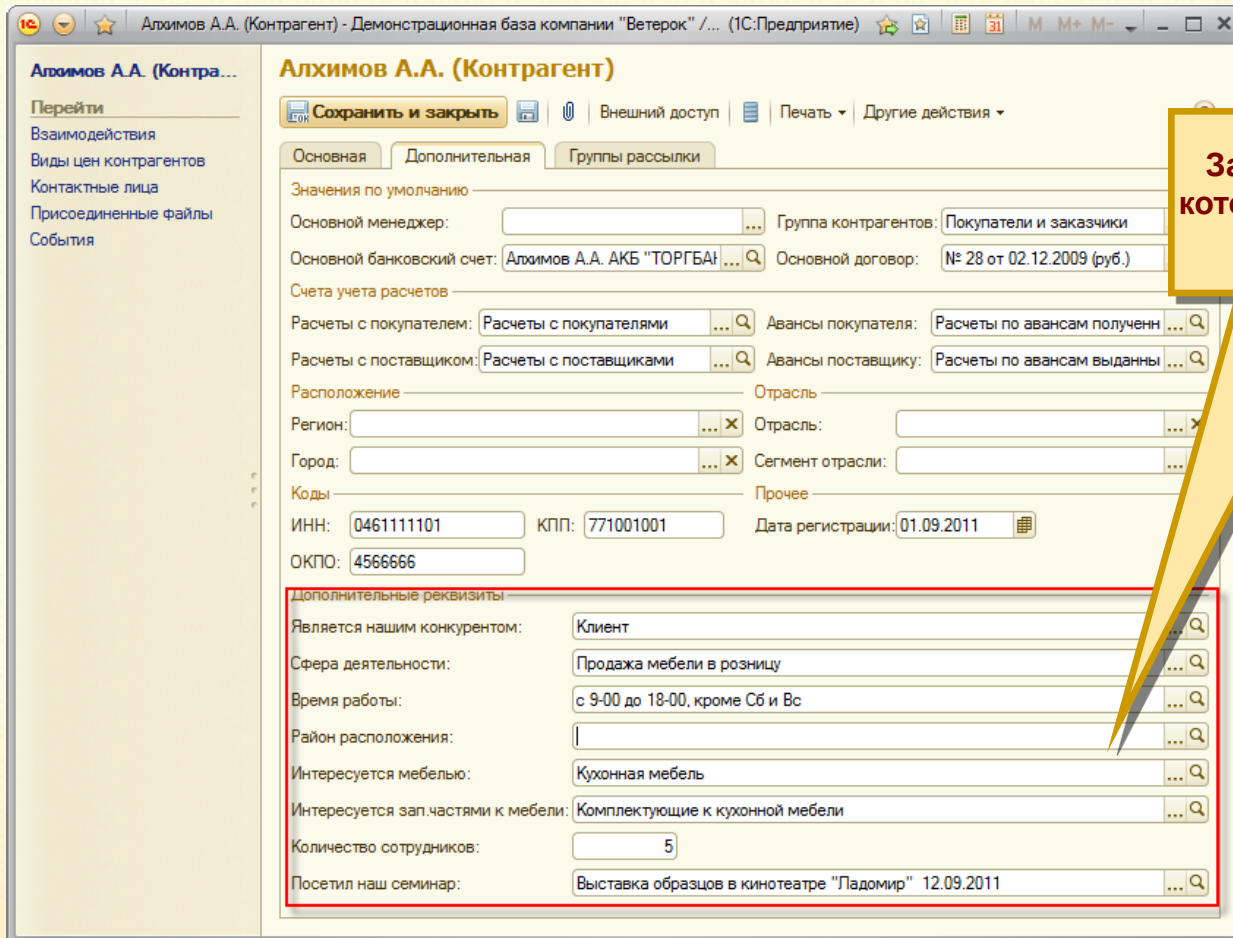
Сформировать Настройка...

Начало периода
Конец периода
Организация

Заказ покупателя.Контрагент Заказ покупателя	Доход	Расход	Прибыль (убыток)
	122 653,34	100 111,57	22 541,77
	122 653,34	100 111,57	22 541,77
Алхимов А.А.	26 077,76	13 319,22	12 758,54
Заказ покупателя ТД-00000005 от 03.12.2009 0:00:00	20 369,75	13 071,19	7 298,56
Заказ покупателя СЛ-00000004 от 03.12.2009 0:00:00	4 888,74		4 888,74
Заказ покупателя СЛ-00000005 от 03.12.2009 12:00:00	819,27	248,03	571,24
Баев и Ко	22 003,81	1 865,43	20 138,38
Заказ покупателя ТД-00000002 от 20.01.2010 12:00:00	16 295,80	1 527,39	14 768,41
Заказ покупателя СЛ-00000002 от 20.01.2010 12:00:01	819,27	138,04	681,23
Заказ покупателя СЛ-00000001 от 29.10.2010 0:00:00	4 888,74		4 888,74
Белявский	3 870,26	-397,40	4 267,66
Заказ покупателя ТД-00000004 от 02.12.2009 0:00:00	-203,70	-397,40	193,70
Заказ покупателя ТД-00000001 от 17.01.2010 8:00:02	4 073,96		4 073,96
Иваночкин	16,29	1 526,94	-1 510,65
Заказ покупателя ПР-00000002 от 02.12.2009 0:00:00	4,07	763,67	-759,60
Заказ покупателя ПР-00000001 от 17.01.2010 8:00:00	12,22	763,27	-751,05
Итого	174 621,46	116 225,76	58 395,70

Смотрим заказы и определяем насколько клиент для нас интересен

ПРИМЕР: ...и определяем для клиента признаки (аналитику).



Алхимов А.А. (Контрагент) - Демонстрационная база компании "Ветерок" / ... (1С:Предприятие)

Алхимов А.А. (Контрагент)

Сохранить и закрыть | Внешний доступ | Печать | Другие действия

Основная | **Дополнительная** | Группы рассылки

Значения по умолчанию

Основной менеджер: [] | Группа контрагентов: Покупатели и заказчики

Основной банковский счет: Алхимов А.А. АКБ "ТОРГБАНК" | Основной договор: № 28 от 02.12.2009 (руб.)

Счета учета расчетов

Расчеты с покупателем: Расчеты с покупателями | Авансы покупателя: Расчеты по авансам полученн

Расчеты с поставщиком: Расчеты с поставщиками | Авансы поставщику: Расчеты по авансам выданны

Расположение

Регион: [] | Отрасль: []

Город: [] | Сегмент отрасли: []

Коды

ИНН: 0461111101 | КПП: 771001001 | Дата регистрации: 01.09.2011

ОКПО: 4566666

Дополнительные реквизиты

Является нашим конкурентом:	Клиент
Сфера деятельности:	Продажа мебели в розницу
Время работы:	с 9-00 до 18-00, кроме Сб и Вс
Район расположения:	[]
Интересуется мебелью:	Кухонная мебель
Интересуется зап.частями к мебели:	Комплектующие к кухонной мебели
Количество сотрудников:	5
Посетил наш семинар:	Выставка образцов в кинотеатре "Падомир" 12.09.2011

Заполняем признаки, которые нам известны о клиенте



Что думают клиенты о вашей компании и вашем продукте? Вовремя ли их обслужили? Довольны ли они?

- Необходимо вести историю работы с клиентами, фиксировать все договоренности.
- Необходимо планировать контакты с клиентом, получать обратную связь от них, чтобы не тратить лишнего времени клиента, лучше организовать своё время.

Почему ?

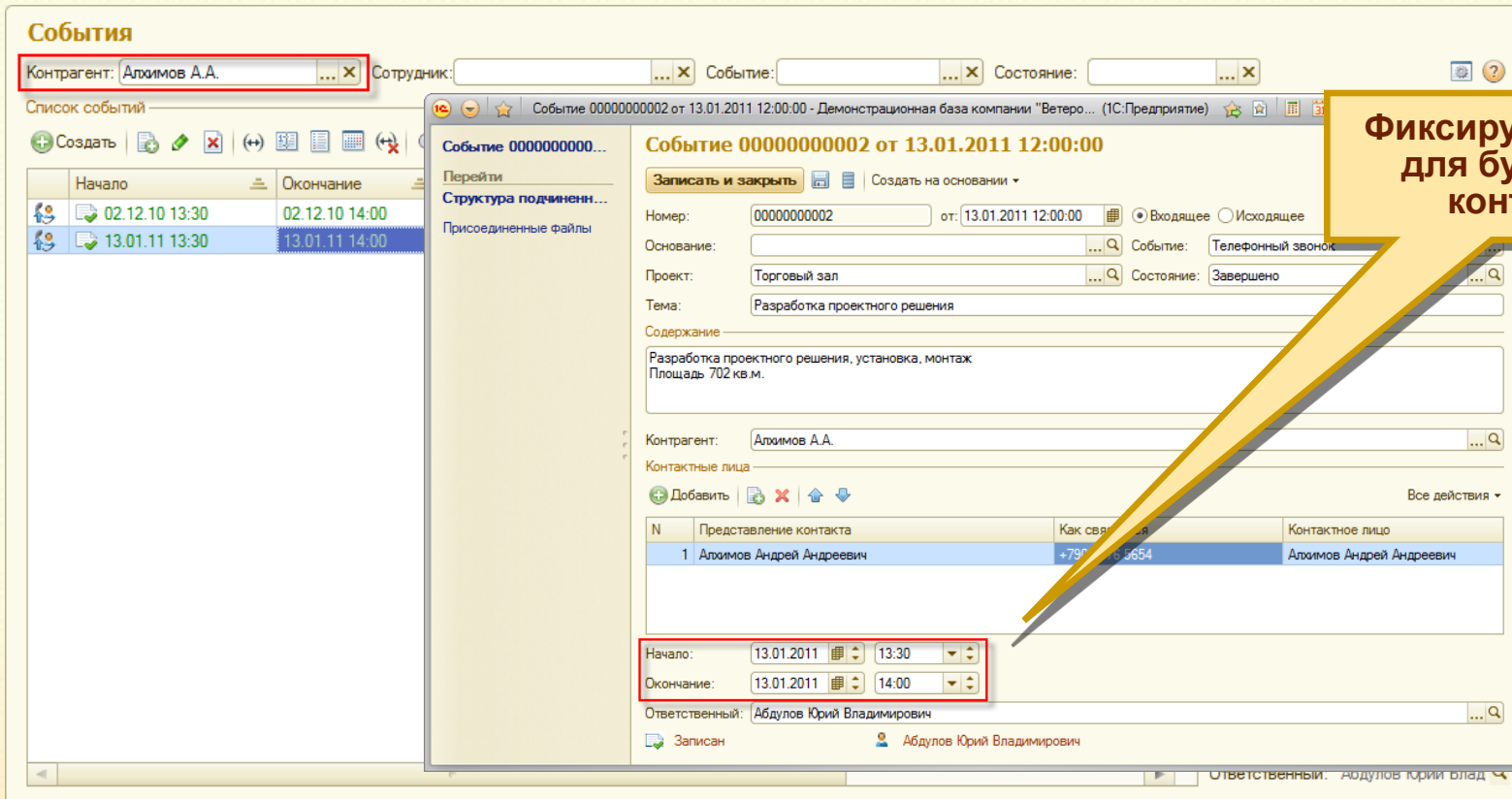
- Важно не забывать о всех договоренностях с клиентом: встречах, звонках, письмах. Очень важно знать, что клиент думает о компании, доволен ли он.
- Чтобы при уходе сотрудника связь компании с клиентом не прерывалась. Имея всю историю работы и текущие договоренности, работать с клиентом можно продолжить другому сотруднику.

Нужен инструмент позволяющий планировать работу с клиентами и фиксировать результаты этой работы, в том числе промежуточные (длительные продажи и сервис).

 **Только при ведении полной истории работы с клиентами и планирования контактов мы сможем исключить зависимость компании от конкретных сотрудников и лучше обслуживать клиентов.**

Как это решается в программе «1С:УНФ 8»

Любой контакт в программе можно быстро запланировать с помощью События, записать суть договоренности с клиентом и увидеть запланированные ранее договорённости в календаре. ↓



События

Контрагент: Алимов А.А. ... X Сотрудник: ... X Событие: ... X Состояние: ... X

Список событий

Начало	Окончание
02.12.10 13:30	02.12.10 14:00
13.01.11 13:30	13.01.11 14:00

Событие 00000000002 от 13.01.2011 12:00:00

Записать и закрыть | Создать на основании

Номер: 00000000002 от: 13.01.2011 12:00:00 Входящее Исходящее

Основание: ... Событие: Телефонный звонок

Проект: Торговый зал ... Состояние: Завершено

Тема: Разработка проектного решения

Содержание

Разработка проектного решения, установка, монтаж
Площадь 702 кв.м.

Контрагент: Алимов А.А.

Контактные лица

N	Представление контакта	Как свя...	Контактное лицо
1	Алимов Андрей Андреевич	+790...	Алимов Андрей Андреевич

Начало: 13.01.2011 13:30

Окончание: 13.01.2011 14:00

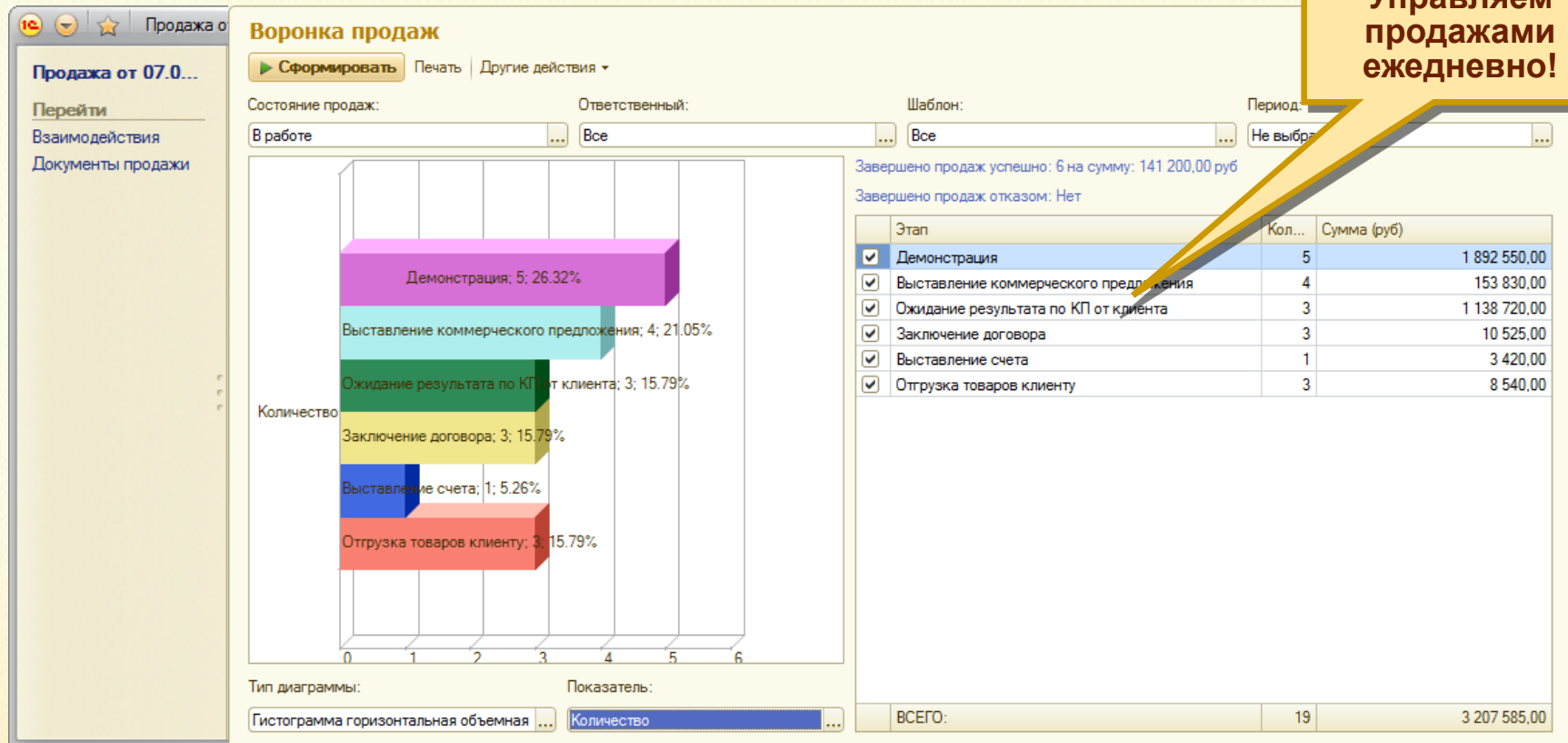
Ответственный: Абдулов Юрий Владимирович

Записан Абдулов Юрий Владимирович

Фиксируем время
для будущего
контакта

Дополнительно «1С:CRM СТАНДАРТ» позволяет:

Фиксировать этапы ведения сделки с клиентом, которые отображаются также в календаре, управлять всеми текущими сделками с клиентами через «Воронку продаж». ↓



Кого из сотрудников следует поощрить за качественную работу с клиентами?

Пример. История работы с клиентами важна для нас. Нужно понять кто из сотрудников наиболее полно ведет все отношения с клиентами в базе и поощрить таких сотрудников.

Анализ взаимодействий - 1С:CRM СТАНДАРТ, редакция 1.0 / Алексеев И.Н. / (1С:Предприятие)

Анализ взаимодействий

Вариант отчета: По ответственным менеджерам

Сформировать | Настройка...

Ответственный	Клиент	Вид взаимодействия	Взаимодействие	Описание	Количество
Алексеев И.Н.					41
Панина Л.Г.					8
База "Инвентарь"					1
Заря					1
ИЧП "Предприниматель"					2
Квадро					2
ХАТБЕР-М					2
Встреча					1
Встреча от 09.12.2009 15:00				Выставка	1
Е-mail рассылка					1
Действие по продвижению от 14.02.2010 23:03					1
Петрицев А. Е.					3
Соловьева Л. Б.					7
Итого					59

Лучший – сотрудник Алексеев. Нужно поощрить его!


Как это решается в программе «1С:УНФ 8»

После завершения сделки с клиентов получаем обратную связь – довольны ли они, вовремя ли их обслужили, что нужно улучшить в работе? Обращаемся к клиенту и фиксируем его ответы для последующего анализа.



Анализ взаимодействий

Вариант отчета: Все взаимодействия

Сформировать  Настройка...

Период: Сегодня

Ответственный: Равно

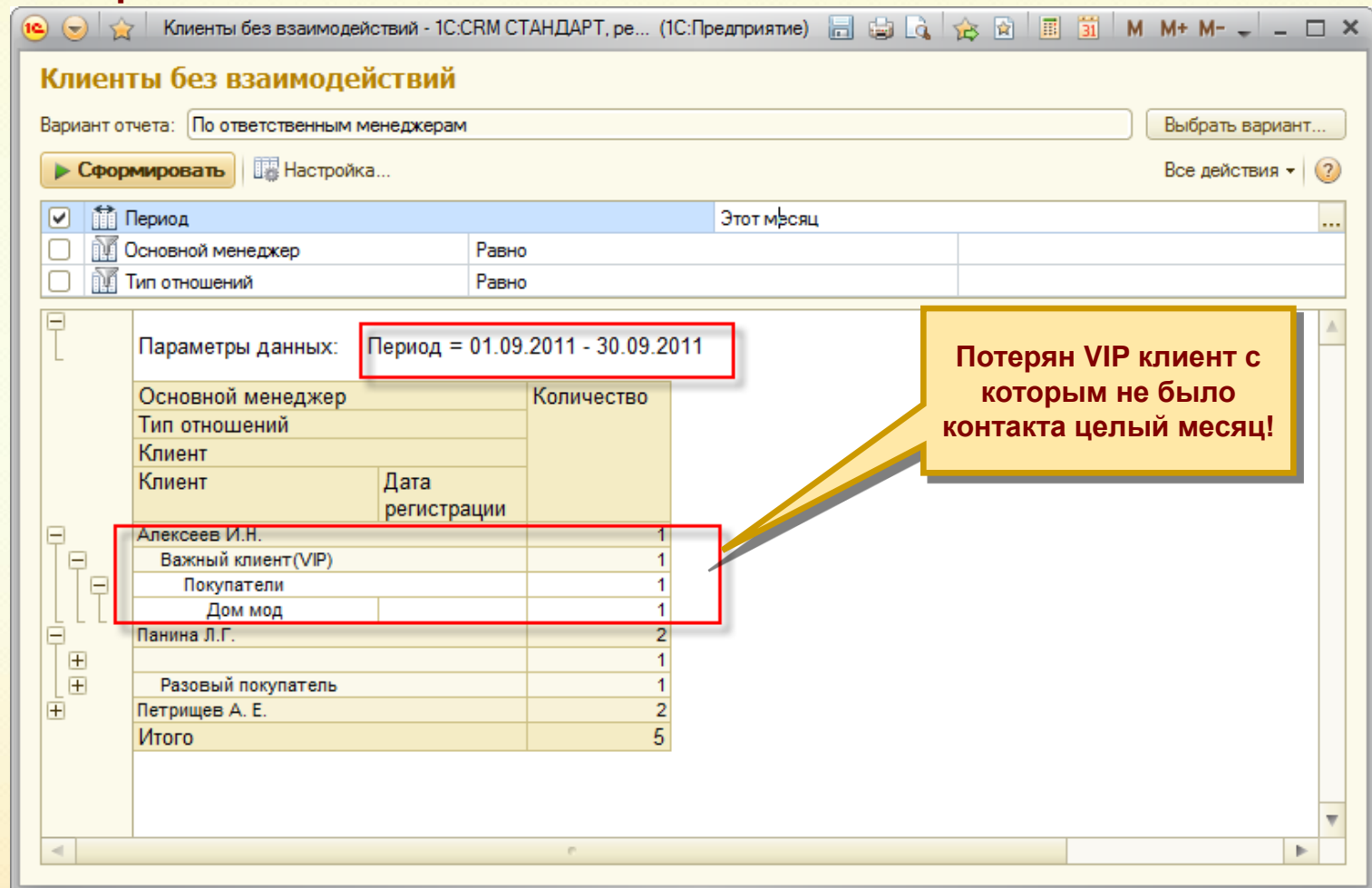
Клиент: Равно

Клиент	Вид взаимодействия	Взаимодействие	Описание	Количество
Алхимов А.А.				4
	Запланированное действие			1
	Встреча			1
	Тел. звонок исходящий			1
		Телефонный звонок от 10.01.2011 12:30	Кондиционер доставили не вовремя, причем, упаковка была внешне повреждена. Однако оказалось, что все в порядке. Сам кондиционер установили быстро и аккуратно, спасибо мастеру. Работой довольны.	1
	Задание			1
	Итого			4

Отбираем по реквизиту Оценка удовлетворённости все опросы

Кого из сотрудников следует поощрить за качественную работу с клиентами?

Пример. Какие клиенты «забыты» нашими сотрудниками и кем конкретно. Выявляем клиентов без контактов и смотрим кто из сотрудников с ними работал.



Клиенты без взаимодействий

Вариант отчета: По ответственным менеджерам

Сформировать Настройка...

Период: Этот месяц

Основной менеджер: Равно

Тип отношений: Равно

Параметры данных: Период = 01.09.2011 - 30.09.2011

Основной менеджер	Количество
Клиент	
Клиент	Дата регистрации
Алексеев И.Н.	1
Важный клиент(VIP)	1
Покупатели	1
Дом мод	1
Панина Л.Г.	2
	1
Разовый покупатель	1
Петрищев А. Е.	2
Итого	5

Потерян VIP клиент с которым не было контакта целый месяц!



Как долгосрочно работать с клиентами, предлагать группам клиентов именно те товары/услуги, которые им интересны?

- Необходимо указывать для клиентов признаки, которые влияют на предпочтения в товарах и услугах (свойства и характеристики).
- Возможно предлагать товар/услуги сразу группе схожих между собой клиентов (целевой аудитории), как если бы мы общались с каждым клиентом индивидуально.

Почему ?

- Чтобы мы выделили клиентов в группы с целью воздействовать на них персонально при предложении наших услуг, товаров, а не «спамить» всех наших клиентов. Это резко повышает эффект от работы сотрудников и уменьшает их время для достижения такого эффекта.
- Важно использовать современные инструменты для повышения производительности работы сотрудников без потери качества.

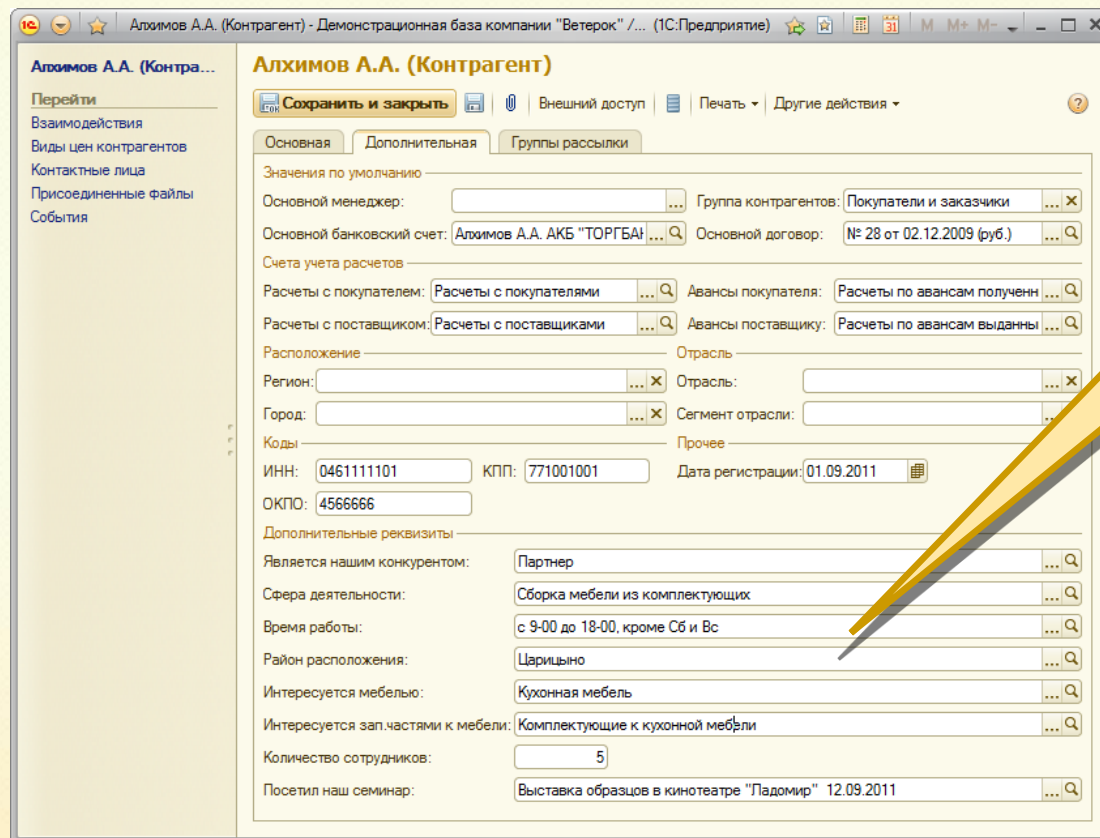
Нужен инструмент позволяющий работать с группами клиентов для увеличения эффективности работы сотрудников, а значит увеличения прибыли.



Только используя современные методы работы и инструменты возможно при постоянном количестве сотрудников увеличивать прибыль компании.

Как это решается в программе «1С:УНФ 8»

Определяем важные для нас признаки у клиентов и при выявлении таковых указываем их в карточке клиента. Объединяем «похожих» клиентов в группы.



Алхимов А.А. (Контрагент) - Демонстрационная база компании "Ветерок" /... (1С:Предприятие)

Алхимов А.А. (Контрагент)

Сохранить и закрыть | Внешний доступ | Печать | Другие действия

Основная | Дополнительная | Группы рассылки

Значения по умолчанию

Основной менеджер: [] Группа контрагентов: Покупатели и заказчики [x]

Основной банковский счет: Алхимов А.А. АКБ "ТОРГБАН" [Q] Основной договор: № 28 от 02.12.2009 (руб.) [Q]

Счета учета расчетов

Расчеты с покупателем: Расчеты с покупателями [Q] Авансы покупателя: Расчеты по авансам получен [Q]

Расчеты с поставщиком: Расчеты с поставщиками [Q] Авансы поставщику: Расчеты по авансам выданы [Q]

Расположение

Регион: [x] Отрасль: [x]

Город: [x] Сегмент отрасли: []

Коды

ИНН: 0461111001 КПП: 771001001 Дата регистрации: 01.09.2011 []

ОКПО: 4566666

Дополнительные реквизиты

Является нашим конкурентом: Партнер [Q]

Сфера деятельности: Сборка мебели из комплектующих [Q]

Время работы: с 9-00 до 18-00, кроме Сб и Вс [Q]

Район расположения: Царицыно [Q]

Интересуется мебелью: Кухонная мебель [Q]

Интересуется зап. частями к мебели: Комплектующие к кухонной мебели [Q]

Количество сотрудников: 5

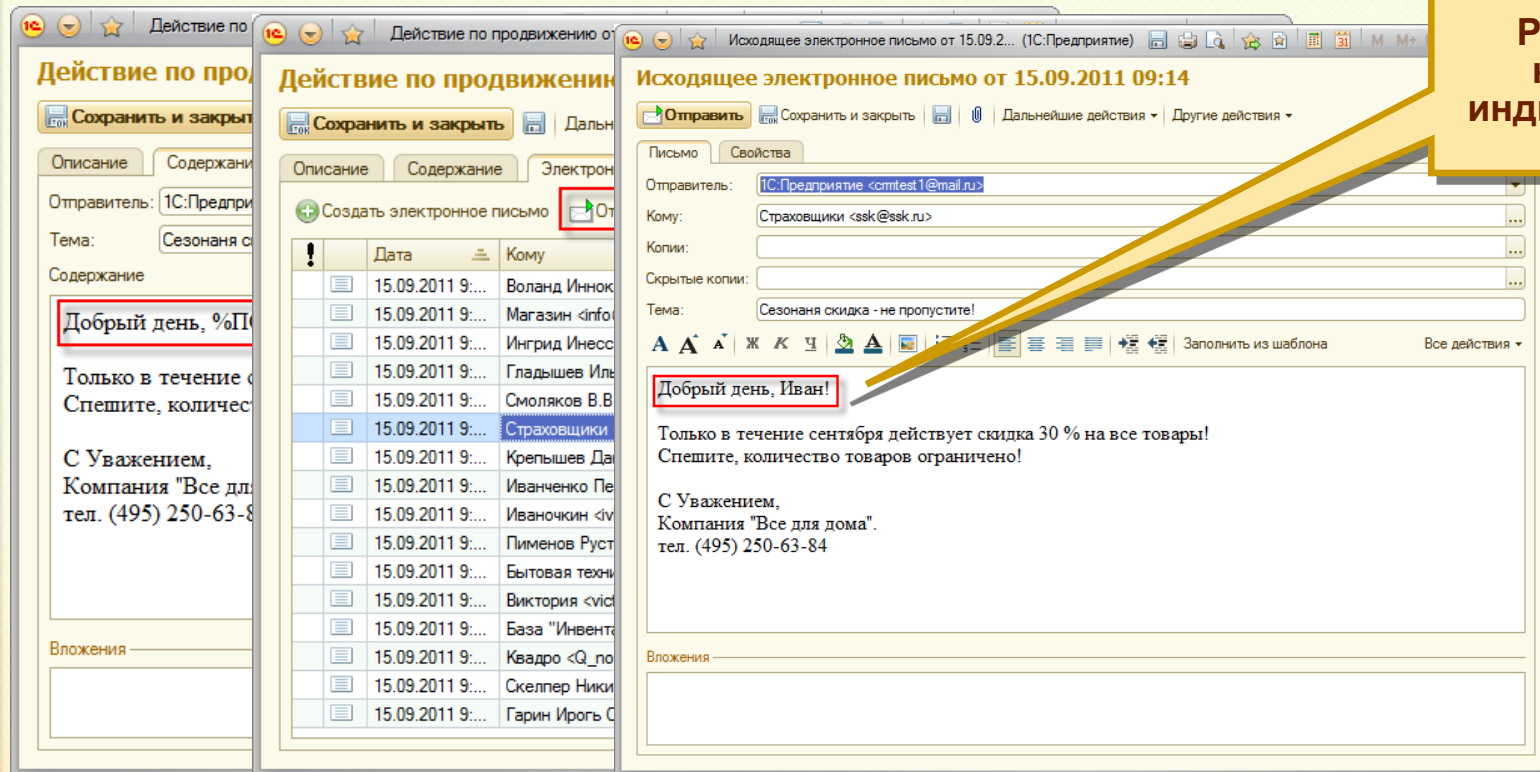
Посетил наш семинар: Выставка образцов в кинотеатре "Ладомир" 12.09.2011 [Q]

Определяем все известные признаки клиента

Дополнительно «1С:CRM СТАНДАРТ» позволяет:

Персонально доносить информацию для каждого из клиентов группы с учетом его пожеланий и интересов.

Использовать наиболее удобный способ общения с клиентом: индивидуальная e-mail рассылка, sms-рассылка или обзвон клиентов. ↓



The screenshot displays the 1C CRM interface for composing an email. On the left, a list of recipients is shown with columns for 'Дата' (Date) and 'Кому' (To). The recipient 'Страховщики' is selected. The main window shows the email composition form with the following details:

- Отправитель: 1С:Предприятие <cmtest1@mail.ru>
- Кому: Страховщики <ssk@ssk.ru>
- Тема: Сезонная скидка - не пропустите!
- Content:

Добрый день, Иван!

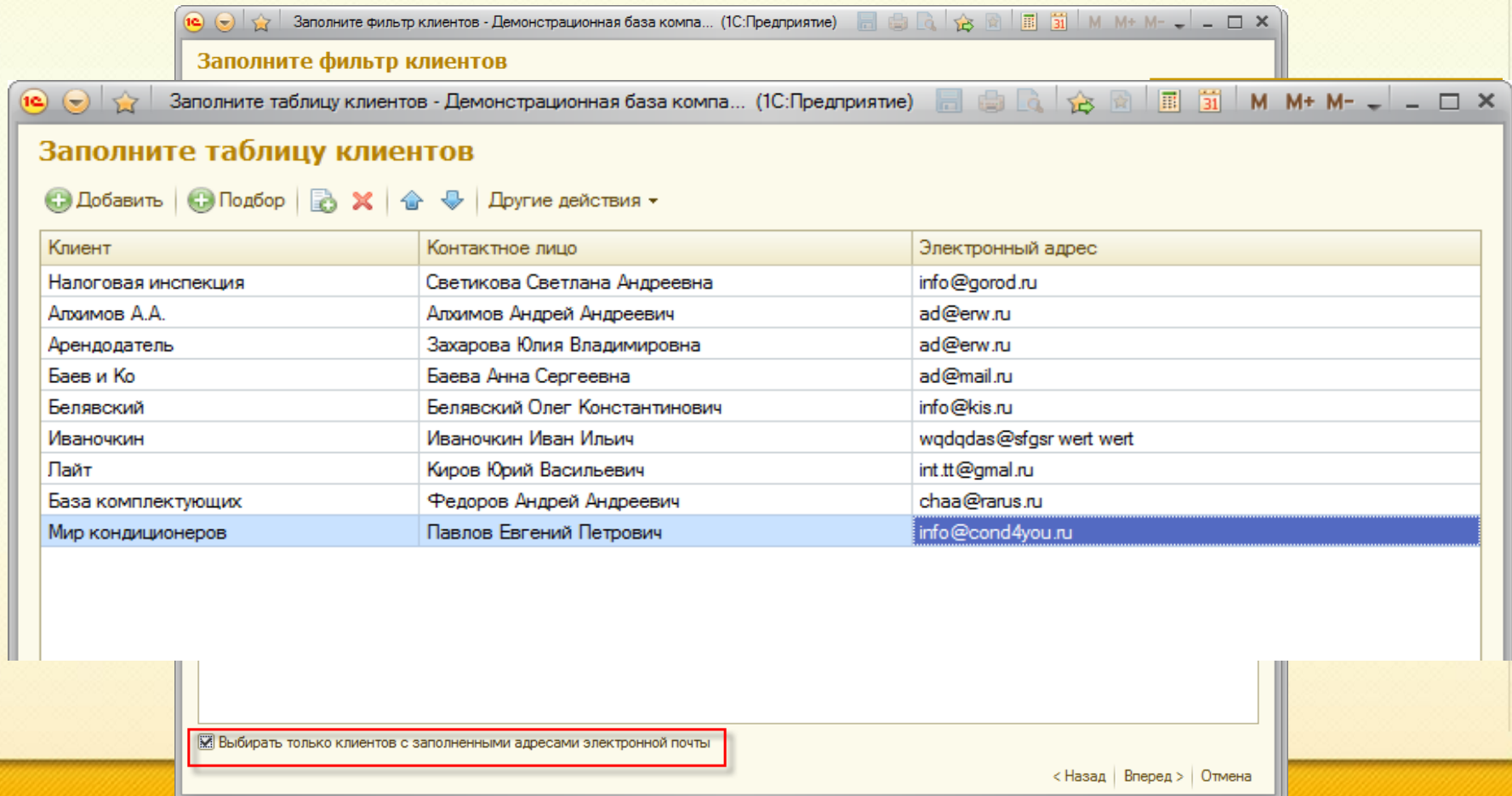
Только в течение сентября действует скидка 30 % на все товары! Спешите, количество товаров ограничено!

С Уважением,
Компания "Все для дома".
тел. (495) 250-63-84

Работаем с клиентом индивидуально!

Дополнительно «1С:CRM СТАНДАРТ» позволяет:

ПРИМЕР. Информировать клиентов о выставке, причем не всех, только тех кому данная выставка может быть интересна. Делаем это быстро и обязательно с индивидуальным обращением к клиенту.



Заполните таблицу клиентов - Демонстрационная база компа... (1С:Предприятие)

Заполните таблицу клиентов

Клиент	Контактное лицо	Электронный адрес
Налоговая инспекция	Светикова Светлана Андреевна	info@gorod.ru
Алхимов А.А.	Алхимов Андрей Андреевич	ad@erw.ru
Арендодатель	Захарова Юлия Владимировна	ad@erw.ru
Баев и Ко	Баева Анна Сергеевна	ad@mail.ru
Белявский	Белявский Олег Константинович	info@kis.ru
Иваночкин	Иваночкин Иван Ильич	wqdqdas@sfgsr wert wert
Пайт	Киров Юрий Васильевич	int.tt@gmail.ru
База комплектующих	Федоров Андрей Андреевич	chaa@rarus.ru
Мир кондиционеров	Павлов Евгений Петрович	info@cond4you.ru

Выбирать только клиентов с заполненными адресами электронной почты

< Назад | Вперед > | Отмена

Итак, мы рассмотрели, как программа «1С:Управление небольшой фирмой 8» помогает решать наиболее актуальные вопросы

- Где хранятся контакты всех клиентов? Какие клиенты приносят наибольшую прибыль?
- Что думают клиенты о вашей компании и вашем продукте? Вовремя ли их обслужили?

Довольны ли они?

- Кого из сотрудников следует поощрить за качественную работу с клиентами?

Возможности для работы с клиентами:

- **УЧЕТ**
- ведение базы клиентов, контактных лиц, контактной информации,
- регистрация событий – писем, звонков, встреч, обещаний и пр.,
- регистрация и хранение договоров с клиентами.
- **КОНТРОЛЬ**
- контроль исполнения обязательств,
- контроль качества работы менеджеров.
- **АНАЛИЗ**
- анализ клиентской базы,
- выделение групп клиентов по определенным признакам.
- **ПЛАНИРОВАНИЕ**
- планирование событий – звонков, писем, встреч, переговоров и пр.,
- планирование долгосрочной работы с клиентской базой – на основе выявления перспективных групп клиентов.
- **Дополнительно с «1С:CRM СТАНДАРТ»:**
- Расширенная карточка клиента
- «Воронка продаж»
- Телемаркетинг
- Рассылки e-mail и SMS клиентам