ТЕХНОСЕРВ
КОНСАЛТИНГ

Что первично: успех компании или лояльность клиентов?

Ольга Рубцова, Директор по развитию бизнеса

Конференция «Розничный финансовый бизнес: привлечение и удержание клиентов. Разработка и внедрение программ лояльности». Март, 2010

Успешная компания – это…

ТЕХНОСЕРВ
КОНСАЛТИНГ

*…компания, которая имеет экономический, **НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКИЙ**, **кадровый ПОТЕНЦИАЛ** для успеха в конкурентной борьбе…*

*…успех для нас сегодня - это **стабильное положение на рынке**, это **СЛАЖЕННАЯ РАБОТА дружного КОЛЛЕКТИВА** профессионалов…*

*…«это та компания, которая видит свое будущее. И в этом плане главное, чтобы была **осмысленная ПОЛИТИКА**: **ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ, СБЫТОВАЯ, социальная, политика в области технического оснащения…***

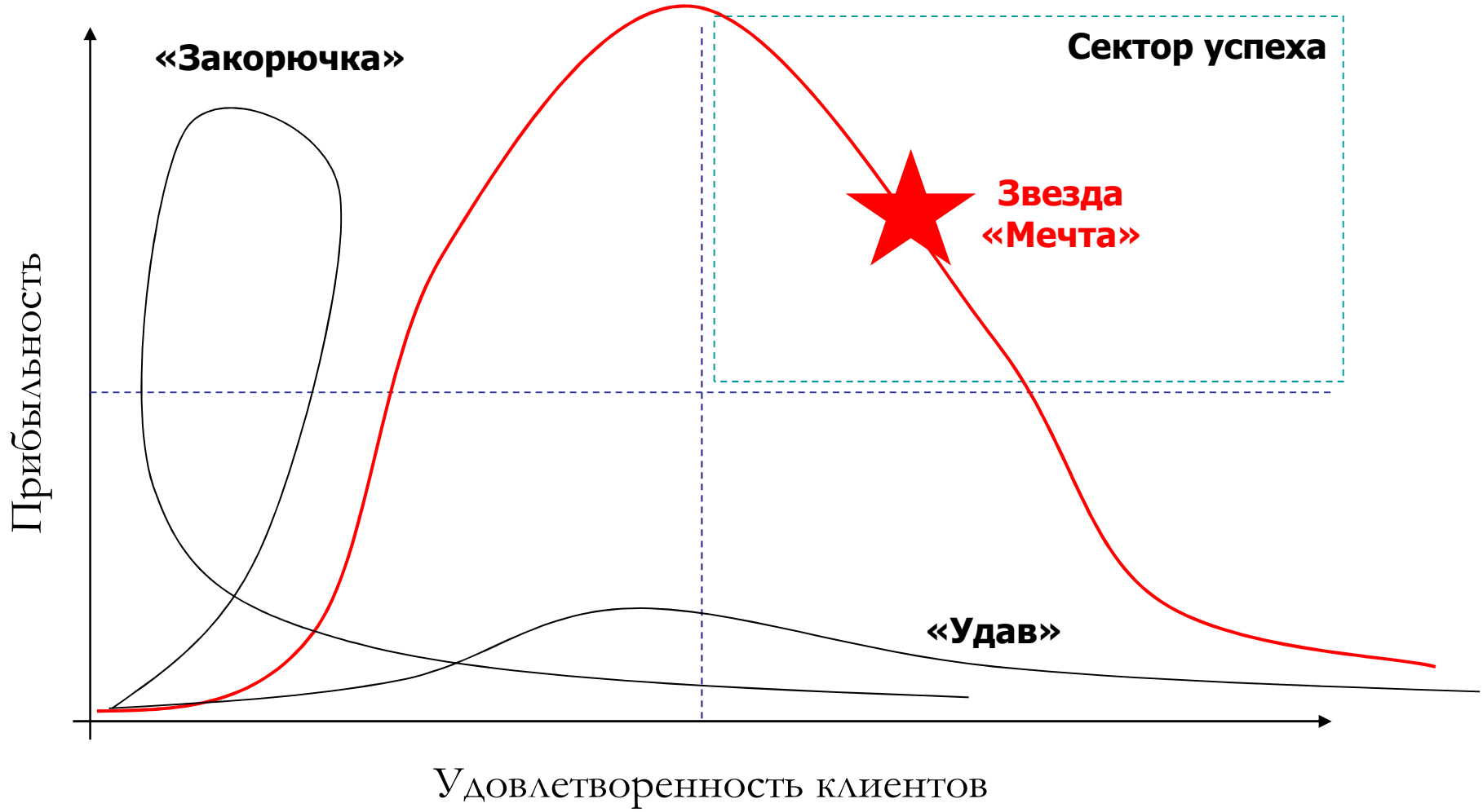
*…сейчас много есть успешных компаний. В первую очередь, наверное, это наши **НЕФТЯНЫЕ КОМПАНИИ**. **Компании алюминиевые**…*

*…мы допускаем, что успех к нам может не придти. Опасения связаны с тем, что в разных смыслах компания старая. Я бы назвал **главной проблемой НЕДОСТАТОЧНУЮ ТЕХНИЧНОСТЬ**…*

Эволюция успеха

ТЕХНОСЕРВ
КОНСАЛТИНГ

Типовые траектории продуктов

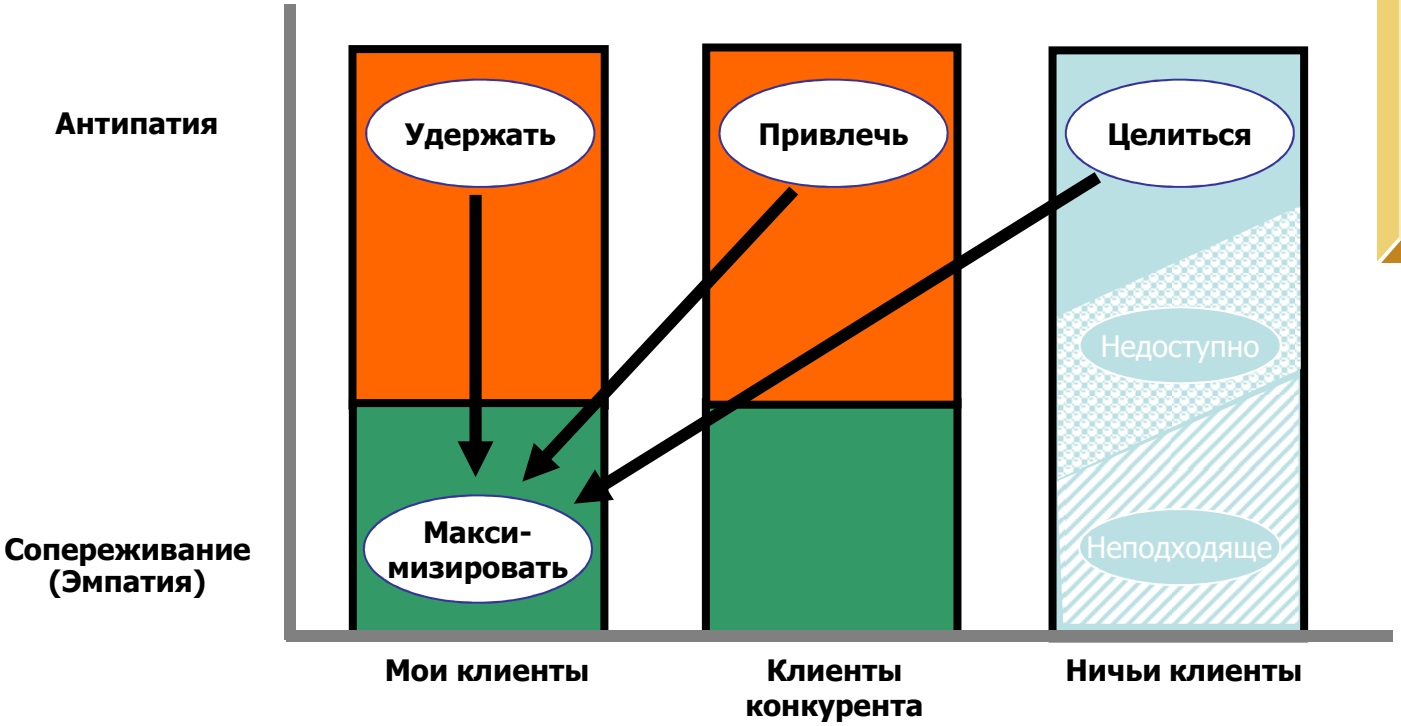


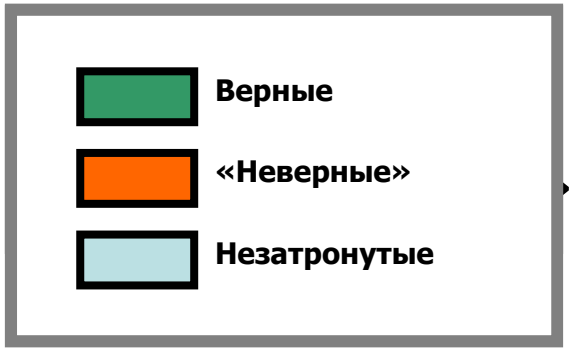
Для того чтобы попасть в «сектор успеха» и оставаться там продолжительное время необходимо иметь клиенто-ориентированную стратегию.

Браки заключаются на небесах

ТЕХНОСЕРВ
КОНСАЛТИНГ

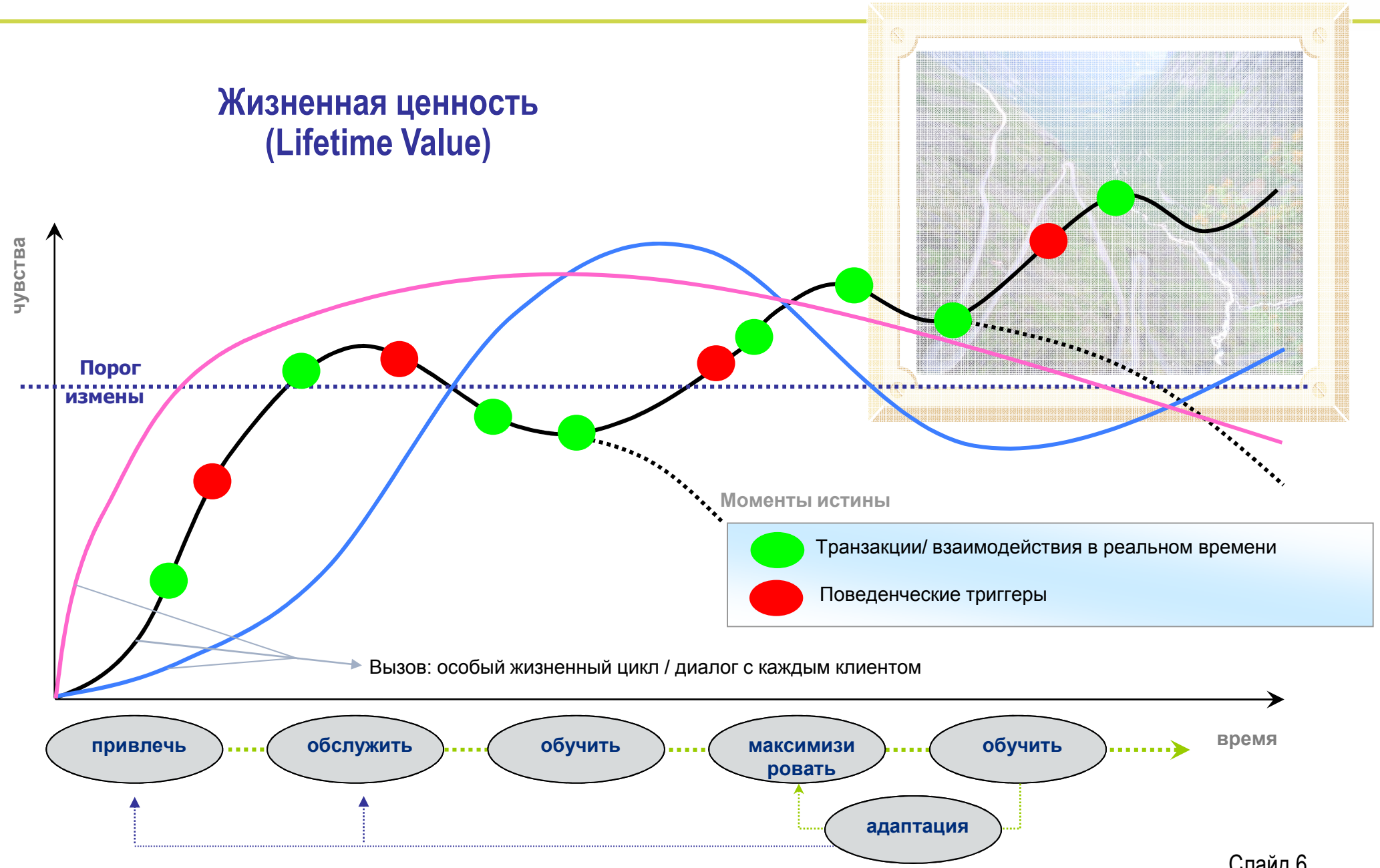
Матрица разношерстности





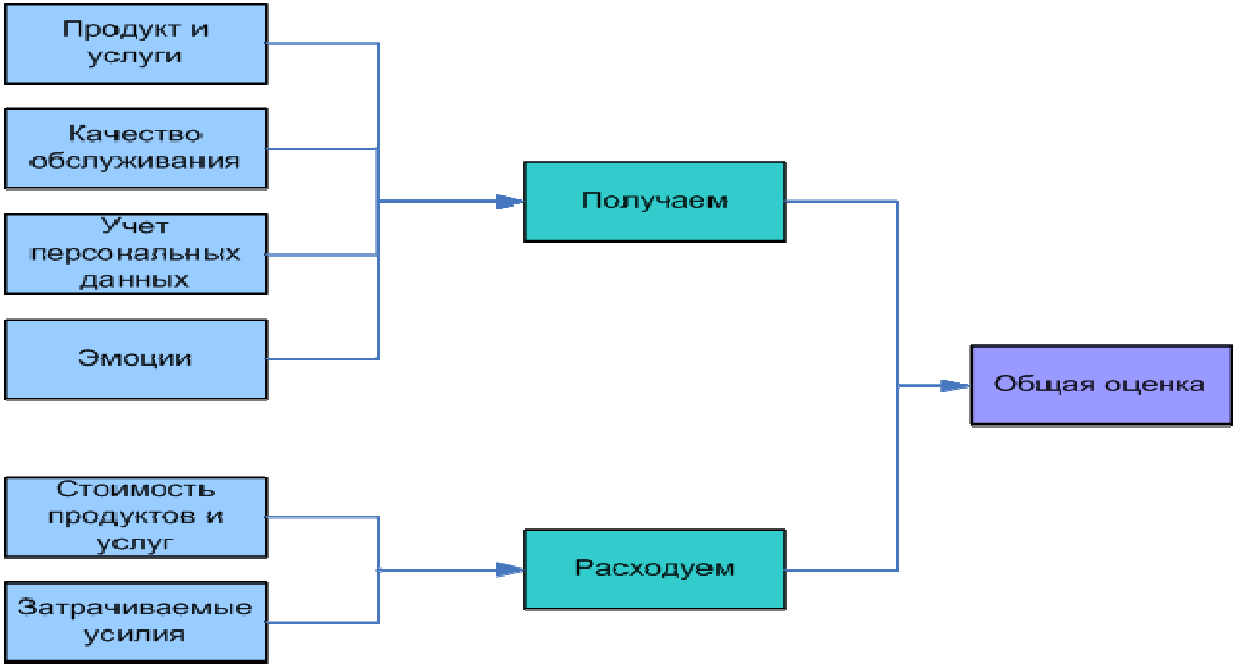
Пошаговое руководство к семейному счастью

ТЕХНОСЕРВ КОНСАЛТИНГ



Из чего складывается ценность для клиента

ТЕХНОСЕРВ КОНСАЛТИНГ



Value proposition = Что клиент получает – Что клиент платит

Что клиент получает - неценовой атрибут, определяющий, что клиент получает в сравнении с конкурентами = **Качество**

Что клиент платит - включает ценовые и неценовые составляющие = **Цена**

Понятие клиентоориентированности оперирует не требованиями, а умением создать ожидания определенной группы потребителей и превзойти эти ожидания.

Сценарий неудач 1: «А Вы, друзья, как ни садитесь...»

ТЕХНОСЕРВ КОНСАЛТИНГ

Хорошо консультировать успешные компании.
Неудачников консультировать бесполезно

Присказка бизнес консультантов

> 50%

Проектов успешны просто потому, что вся компания успешна (люди знают, что делают)

Пример 1: Банк запускает CRM-проект, чтобы стать более «клиенто-ориентированным», однако он не готов предлагать рынку конкурентные и интересные продукты...

Пример 2: Банк теряет рынок и лучших людей – громкими заявлениями о клиенто-ориентированности пытаются заткнуть дыру

Сценарий неудач 2: Переобещали...

ТЕХНОСЕРВ
КОНСАЛТИНГ

> 30%

Неудач связано с разочарованием в красивой концепции, которая оказалась плохо реализуемой

Сложно оправдать нереалистичные надежды (**разрабатываем концепцию, не имея возможности ее воплотить в жизнь**)

Взрослые дяди и тети до сих пор верят в Деда Мороза – они могут быть очень-очень расстроены, когда заметят, что борода у их кумира – ватная, а под ней - подвыпивший сосед

Громкие заявления о клиенто-ориентированности, не подкрепленные конкретными действиями – путь в тупик

Сценарий неудач 3: Недообещали

ТЕХНОСЕРВ
КОНСАЛТИНГ

Больше половины банков

Лояльность клиентов завоевывают только фразой «Приходите к нам еще»

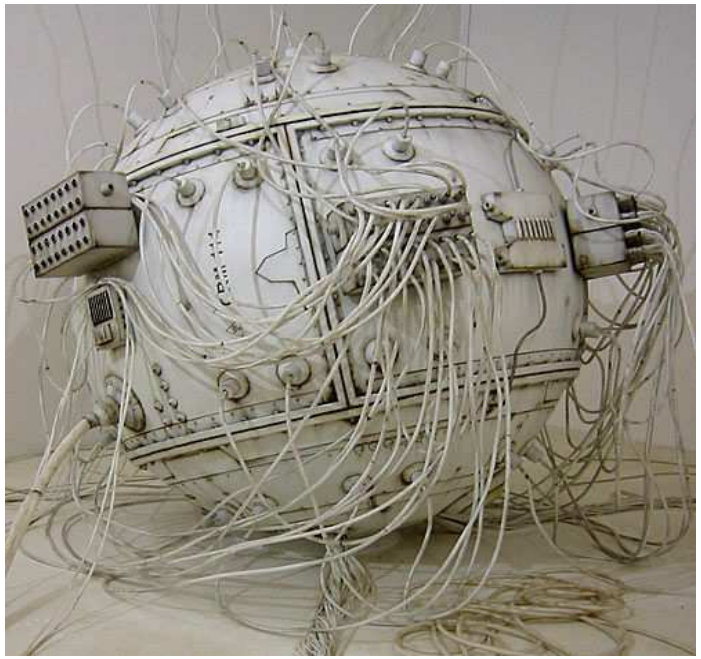
Банк не понимает – что такое клиенто-ориентировность, и считает, что покупка системы, например, CRM, решит все вопросы

Встречается сплошь и рядом, несмотря на абсурдность ситуации

В проект вовлечена ограниченная «каста посвященных», которая считает, что она может воплотить в жизнь клиенто-ориентированные процессы

Сценарий неудач 4: Делаем не то...

ТЕХНОСЕРВ
КОНСАЛТИНГ



Часто бывает следствием сценария №2 (завышенные ожидания) или хорошей работы консультантов...

Программы лояльности являются незаменимым инструментом в розничной торговле. Для банка ПЛ может послужить средством привлечения новых клиентов (в случае запуска ко-бренда), но никак не повышением лояльности существующих

80%

Компаний убеждены, что программы лояльности должны повышать клиентскую лояльность

Программы лояльности как двигатель розничного бизнеса банков

ТЕХНОСЕРВ КОНСАЛТИНГ

- В США потребители зарабатывают больше «миль» за счет использования кредитных карт, нежели чем за счет путешествий
- Кредитование населения – наиболее доходный и устойчивый продукт для большинства коммерческих банков (в условиях устойчивой экономики)

Использование совместных программ лояльности с лидерами в других (не-банковских) сегментах позволяют решить следующие задачи:

- Быстро и с минимальными затратами нарастить клиентскую базу («паразитируя» на существующих клиентских базах). 100 тысяч новых клиентов за 6 месяцев – реально!
- Существенно увеличить клиентские обороты по кредитной карте и, соответственно, доходность каждого клиента. Увеличение оборотов на 100% - существующая статистика
- Увеличить лояльность существующих клиентов, поднять планку «ухода» клиента

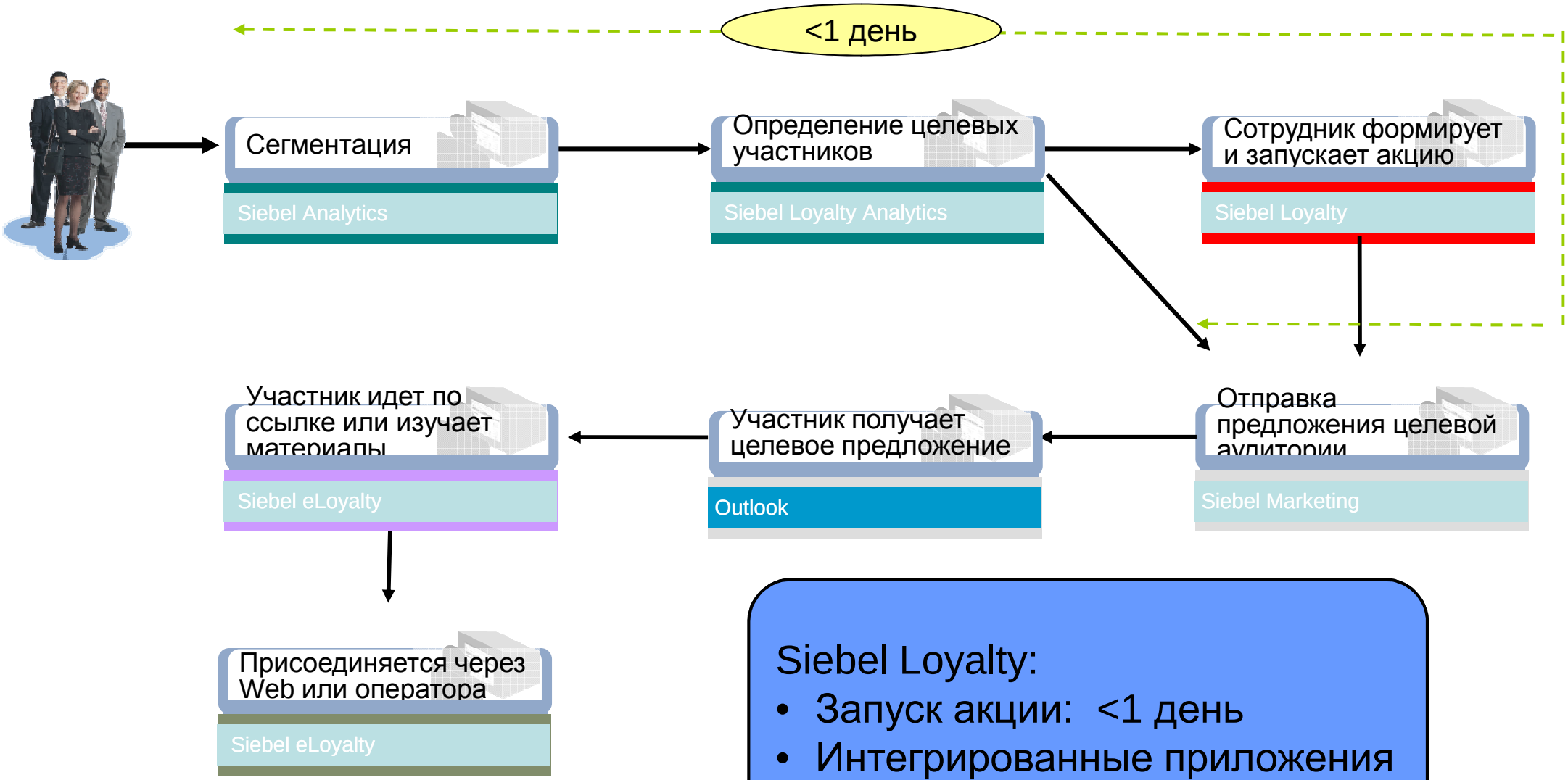
«Математика лояльности» для банка

ТЕХНОСЕРВ КОНСАЛТИНГ

Число владельцев карт:	10 000	Портфель без программы лояльности	Портфель с программой лояльности	Влияние на портфель	
				Увеличение	%
Владельцы					
Уровень активации		55%	85%		
Активные владельцы		**5 500**	**8 500**	**3 000**	**54.50%**
Обороты					
Среднемесячно		$ 200	$ 400	$ 200	100.00%
Ставка		3%	3%		
Прибыль с оборотов		$ 396 000	$ 1 224 000	$ 828 000	209.10%
Комиссии					
Ежегодное обслуживание карты		$ 30	$ 30		
Ежегодная комиссия за участие		$ -	$ 20		
Доход от комисссий		$ 165 000	$ 425 000	$ 260 000	157.60%
Процентные ставки					
% повторного использования		20%	35%		75%
Число повторно пользующихся		1 100	2 975	1 875	170.50%
Средний баланс повторного кредита		$ 600	$ 1 500	$ 900	150.00%
Процентная ставка		20%	20%		
Прибыль от повторных продаж		$ 132 000	$ 892 500	$ 750 500	576.10%
ИТОГО ВЫРУЧКА:		$ 693 000	$ 2 541 500	$ 1 848 500	266.70%
Комиссионные оператора		$ -	$ 530 400		
ЧИСТЫЙ ДОХОД:		$ 693 000	$ 2 011 100	$ 1 318 100	190.20%

Программы лояльности на базе CRM

ТЕХНОСЕРВ КОНСАЛТИНГ

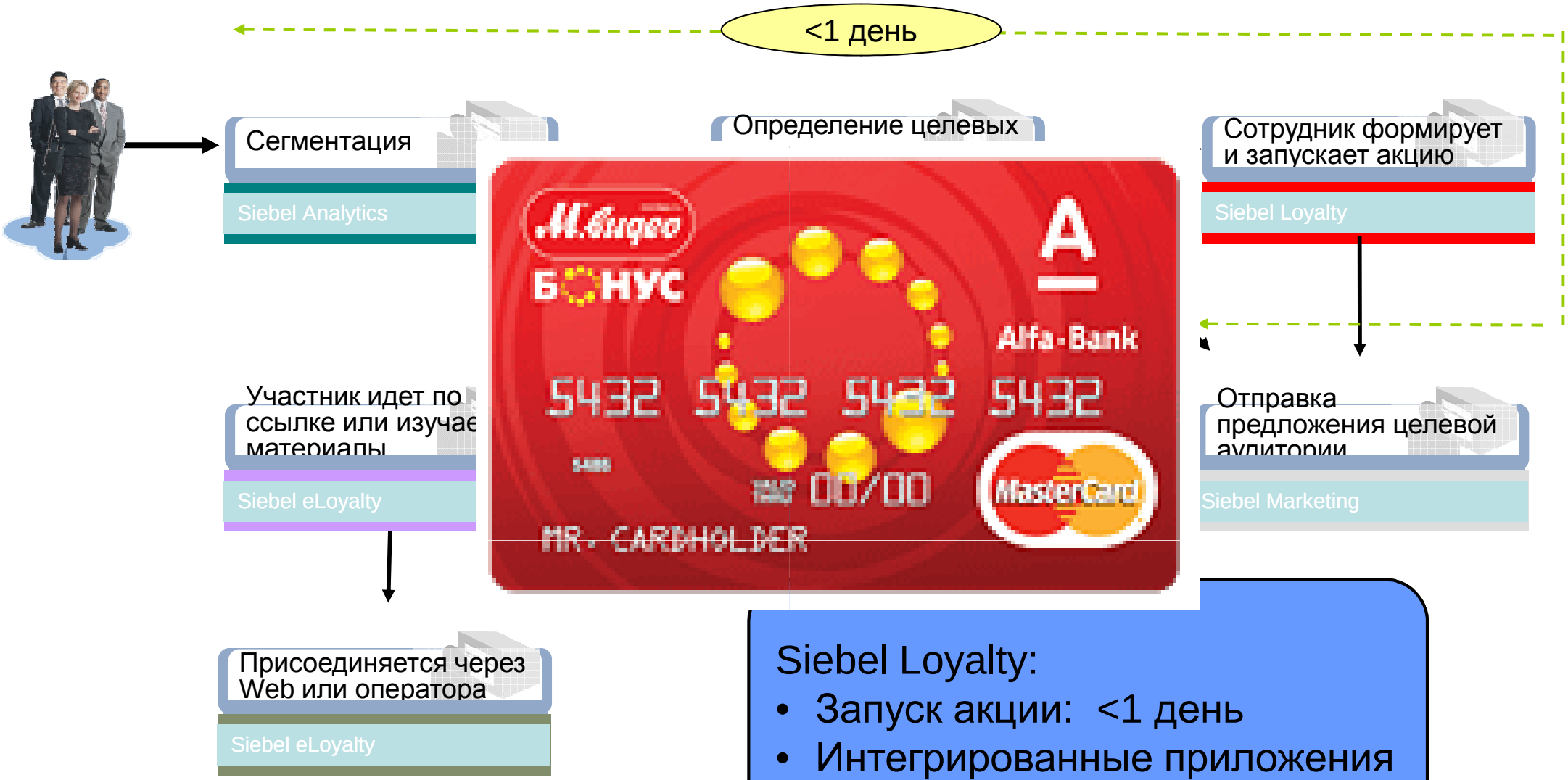


Siebel Loyalty:

- Запуск акции: <1 день
- Интегрированные приложения

Программы лояльности на базе Oracle Siebel CRM

ТЕХНОСЕРВ КОНСАЛТИНГ



Siebel Loyalty:

- Запуск акции: <1 день
- Интегрированные приложения

Сценарий неудач 5: Не долетели до орбиты

ТЕХНОСЕРВ
КОНСАЛТИНГ

Ресурсы неправильно распределили между статьями затрат (продукты, технологии, процессы, решения, люди) и в результате проект «не долетел до орбиты»

В лучшем случае проект превратится в «долгострой», в худшем – зачахнет по ходу

90%

компаний сталкиваются с проблемой «забытых» задач

Что лежит в основе лояльности?

ТЕХНОСЕРВ КОНСАЛТИНГ

Функциональные и эмоциональные выгоды

Продукт
→Intention driven

- →Продвижение вверх по цепочке ценности
- →Изучение потребностей
- →Комплексность

Компания
→Удобство

- →Совпадение ценностей
- →Процессы (удобство)
  - -КО оргструктуры
  - -КО процессов
  - -Автоматизация
- →Упр-ие контентом
  - -предложения/описания
  - -сайт
  - -акции
- →Красота/Дизайн

Человек
→Приятно работать

- →Клиент-ориентирован-ное внимание
- →Навыки коммуникаций
- →Мотивация/Единая мечта
- →Профессионализм

CRM – Управление Взаимоотношениями с Клиентами
Единая платформа для создания КОМПАНИИ МЕЧТЫ

Вместо заключения…

ТЕХНОСЕРВ
КОНСАЛТИНГ

Информация о компании

ТЕХНОСЕРВ КОНСАЛТИНГ

Техносерв Консалтинг:

- Лидер на рынке внедрения бизнес-приложений
- Широкий спектр услуг: разработка клиентских стратегий, ERP, CRM, ECM; решения от компании Рексофт на основе технологий "Объединенных коммуникаций"
- **Более 500** консультантов по внедрению бизнес-приложений

Специализация CRM-подразделения:

- **Лидер инноваций в CRM** (Стратегия, процессы, сегментация, автоматизация, программы лояльности)
- **4 лидирующих CRM-продукта:** SAP CRM, Oracle Siebel CRM, SalesLogix, Microsoft CRM

Опыт в CRM :

- **9 лет** на рынке
- **Более 80** успешных CRM проектов
- Награды «Крупнейший CRM-проект в EMEA 2009 года» и «Самое успешное внедрение программы лояльности в российском Retail» за внедрение программы лояльности «М.видео-Бонус»

Ресурсы:

- **Крупнейшая CRM команда** в СНГ (более 120 консультантов)
- **Многолетний опыт и специализация консультантов**

Клиенты:

- М.Видео, Сбербанк России, ВТБ24, Газпромбанк, Банк «Тинькофф. Кредитные системы», Ренессанс Страхование, Согаз, Мегафон, Комстар и др.

Мы открыты для сотрудничества и будем рады ответить на ваши вопросы!

Москва, Переведеновский переулок, д. 13, стр. 18
Т: +7 (495) 981-92-92
Ф: +7 (495) 981-92-92
orubtsova@spklabs.com
www.tsconsulting.ru