

УПРАВЛЕНИЕ КЛЮЧЕВЫМИ КЛИЕНТАМИ 8 ШАГОВ К УСПЕХУ:

Чтобы работать с ключевыми клиентами наиболее эффективно, необходимо разработать четкие процессы и структуру взаимодействия. Мы подготовили для вас пошаговое руководство по началу работы.

1 УСТАНОВИТЕ ЦЕЛЬ И РАЗРАБОТАЙТЕ СТРАТЕГИЮ

Прежде чем начать, очень важно разработать рациональную и устойчивую стратегию. Она станет вашим ориентиром при ведении ключевого клиента, поэтому четко сформулированная цель будет важной точкой опоры.

2 ПРОАНАЛИЗИРУЙТЕ РЫНОК И ЦЕПОЧКУ ЦЕННОСТЕЙ КЛИЕНТА

Вы никогда не сможете развить конструктивные и продуктивные отношения с клиентом в отсутствие четкого и полного представления о его положении, наболевших проблемах и стремлениях. Изучите его деятельность от и до.

3 ОЦЕНИТЕ ВЗАИМООТНОШЕНИЯ С КЛИЕНТОМ

Часто клиент — это не один человек, а ряд заинтересованных лиц, каждое из которых может либо положительно повлиять на ваши взаимоотношения, либо затормозить их. Определите круг соответствующих лиц и оцените степень их значимости для компании и отношение к вам.

4 ПОДГОТОВЬТЕ КОНЦЕПЦИЮ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ

А теперь пора свести все воедино. Концепция позиционирования поможет вам объединить все данные и аналитику воедино и обеспечит великолепную точку отправления для запуска своей кампании по работе с ключевыми клиентами.

5 ОЦЕНИТЕ ВОЗМОЖНОСТИ

Пристально изучите всю собранную вами информацию и задайте себе вопрос: «Какие существуют возможности для развития бизнеса?» Будьте честны и объективны — выбирайте только те возможности по ключевому клиенту, которые действительно можно реализовать.

6 ПОДГОТОВЬТЕ ЦЕННОСТНОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ

Главное — ценность, а именно, определение того, что она значит для клиента, и формирование собственного предложения по ее достижению. Изучите требования, особенности и преимущества, чтобы создать ценностное предложение, отвечающее потребностям клиента.

7 РАЗРАБОТАЙТЕ СТРАТЕГИЮ ПО УРЕГУЛИРОВАНИЮ ПОТЕНЦИАЛЬНЫХ КОНФЛИКТОВ

Как бы мы ни старались, иногда клиент все равно скажет «нет» или может возникнуть конфликт. Продумайте свой стиль взаимодействия и задайте себе вопрос, существует ли другой, менее конфликтный способ ведения переговоров. Убедить клиента в своей правоте — вовсе не то же самое, что заполнить заказ.

8 ПРОАНАЛИЗИРУЙТЕ

Все готово? А теперь пробегитесь по каждому шагу еще раз и посмотрите, что можно улучшить. Качественная работа с ключевыми клиентами не бывает статичной — важны постоянное улучшение и универсальность. Предела совершенству не бывает, но всегда еще найдется место для улучшения!

**УПРАВЛЕНИЕ
КЛЮЧЕВЫМИ КЛИЕНТАМИ**