

Эффект стандартизации базы потенциальных клиентов

Трофимов А.М.
ООО «ЮРКОМП», РИЦ 016

**Цель стандартизации базы клиентов –
управлять списками обзвонки и, как следствие,
конверсией:**

- Список обзвонки / Дозвонились
- Дозвонились / Назначенные встречи
- Назначенные встречи / Состоявшиеся встречи
- Состоявшиеся встречи / Продажи

Типичные проблемы и причины их возникновения

Отсутствие единых стандартов, сегментов и инструментов в начале работы с базой клиентов



Дубли клиентов и контактных лиц в CRM, отсутствие и/или дублирование сегментов, справочников и недостоверная информация



База клиентов имеет очень много неструктурированной информации, которой непонятно как управлять

Внедрить стандарты базы потенциальных клиентов и процедур работы с ней

Этапы внедрения

1. Подготовка к стандартизации.
2. Приведение базы в рабочее актуальное состояние.
3. Разработка процедур управления списками для обзвонки с целью назначения встреч.

Этап I - Подготовка к стандартизации

1. Анализ текущего состояния базы потенциальных клиентов.
2. Разработка и утверждение структуры базы клиентов и состояний карточки клиента.
3. Описание формата, требований к каждому полю, источника его заполнения.
4. Определение минимального перечня данных для заведения карточки клиента.
5. Описание перечня справочников и их содержание: Тип деятельности, Тип организации, Конкуренты, Режим налогообложения и т.д.
6. Описание сегментов и алгоритмов вычисляемых полей: Потенциал продажи, ранжирование по Количеству работников и Выручке и т.д.
7. Подготовка процедур ведения базы потенциальных клиентов, включающих в себя:
 - описание бизнес-процессов работы аналитиков
 - инструкции по актуализации карточки клиента для сотрудников, осуществляющих непосредственный контакт с клиентами.

Этап II - Приведения базы клиентов в актуальное состояние

1. Массовая проверка карточек с ИНН на предмет ликвидации юридического лица.
2. Массовый импорт данных по юридическим лицам.
3. Выборки по клиентам для актуализации данных операторами-аналитиками.
4. Сбор из открытых источников и актуализация данных по клиентам операторами-аналитиками для прозвона этих карточек телемаркетологами.
5. «Холодный» прозвон этих карточек с целью сбора и уточнения данных по клиентам.

Структура и изменение состояния базы клиентов РИЦ 016

Описание / Состояние	08.09.20			25.08.21			04.07.22			03.07.23		
	Количество ТО (шт)		Прирост	Количество ТО (шт)		Прирост	Количество ТО (шт)		Прирост	Количество ТО (шт)		Прирост
Всего в БД	70 552			71 209		657	75 150		3 941	78 224		3 074
Обслуживаются ТО	1 827			1 742		-85	1 715		-27	1 715		0
Непотенциальные клиенты	40 902			41 739		837	44 345		2 606	46 482		2 137
<i>Дубликат</i>	372			384		12	384		0	413		29
<i>Ликвидирован</i>	22 108			23 210		1 102	28 683		5 473	31 242		2 559
<i>Не клиент (Мусор)</i>	18 422			18 145		-277	15 278		-2 867	14 827		-451
Непроверенные	18 890			17 515		-1 375	16 016		-1 499	14 683		-1 333
<i>Уточнение данных</i>	7 919			8 366		447	7 520		-846	8 027		507
<i>Сырье</i>	645			231		-414	762		531	377		-385
<i>Резерв с ограничением работы по Группе</i>	5 768			6 280		512	6 715		435	6 051		-664
<i>Резерв, с контактами более года</i>	4 558			2 638		-1 920	1 019		-1 619	228		-791
Потенциальные клиенты	8 933			10 213		1 280	13 074		2 861	15 344		2 270
<i>Работа по продаже</i>	504			529		25	541		12	499		-42
<i>Обзвонка</i>	605			940		335	703		-237	872		169
<i>Потенциал для списков</i>	7 824			8 744		920	11 830		3 086	13 973		2 143
<i>Резерв - Бюджетники</i>	675			852		177	1 016		164	1 229		213
<i>Резерв - Коммерческие</i>	7 149			7 892		743	10 814		2 922	12 744		1 930

Этап III - Разработка и настройка процедур управления списками для обзвонки

1. Описание модели составления списков для обзвонки с учётом акций, новшеств законодательства, новшеств К+, сезона, особенностей сбытовой территории.
2. Создание типовых отборных папок для составления списков с учётом режима налогообложения, типа деятельности, сроков захода к конкурентам, интервалов между контактами специалистов по продаже и телемаркетинга.
3. Составление списков для обзвонки «горячими» телемаркетологами с целью назначения встреч.
4. Конверсионный анализ воронки продаж.
5. Разработка отчётов для ежедневного контроля воронки продаж.

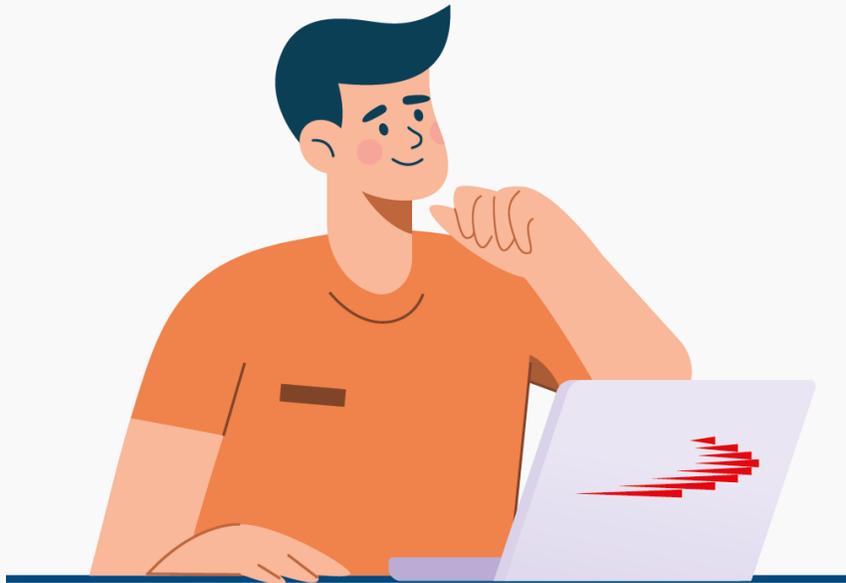
Конверсия продаж по спискам на обзвонку за последний год

Период	Рабочих дней	Кол-во ТМ	Прозвонили ТО	Кол-во ТО с результативным контактом	Назначено встреч за период	Кол-во состоявшихся встреч	Кол-во продаж	Конверсия						
								% дозвона по спискам ТО	% назначенных встреч по спискам ТО	% назначенных встреч в дозвонившиеся ТО	% состоявшихся встреч из назначенных	% продаж на кол-во назначенных встреч ТМ	% продаж на кол-во состоявшихся встреч, назначенных ТМ	% продаж от списков ТО
Июнь 2022	21	5	3 258	2 869	379	255	7	88,1%	11,6%	13,2%	67,3%	1,8%	2,7%	0,21%
Июль 2022	21	7	4 450	3 936	361	215	14	88,4%	8,1%	9,2%	59,6%	3,9%	6,5%	0,31%
Август 2022	23	6	4 687	4 215	569	321	15	89,9%	12,1%	13,5%	56,4%	2,6%	4,7%	0,32%
Сентябрь 2022	22	6	4 279	3 842	554	395	12	89,8%	12,9%	14,4%	71,3%	2,2%	3,0%	0,28%
Октябрь 2022	21	6	4 094	3 644	535	370	21	89,0%	13,1%	14,7%	69,2%	3,9%	5,7%	0,51%
Ноябрь 2022	21	6	4 064	3 622	544	388	27	89,1%	13,4%	15,0%	71,3%	5,0%	7,0%	0,66%
Декабрь 2022	22	5	3 423	3 080	458	380	30	90,0%	13,4%	14,9%	83,0%	6,6%	7,9%	0,88%
Январь 2023	17	7	4 381	3 914	499	313	23	89,3%	11,4%	12,7%	62,7%	4,6%	7,3%	0,52%
Февраль 2023	18	6	3 739	3 235	368	267	18	86,5%	9,8%	11,4%	72,6%	4,9%	6,7%	0,48%
Март 2023	22	5	3 924	3 464	339	249	12	88,3%	8,6%	9,8%	73,5%	3,5%	4,8%	0,31%
Апрель 2023	20	5	3 839	3 375	364	256	14	87,9%	9,5%	10,8%	70,3%	3,8%	5,5%	0,36%
Май 2023	20	5	3 991	3 521	403	272	15	88,2%	10,1%	11,4%	67,5%	3,7%	5,5%	0,38%
Июнь 2023	21	5	3 603	3 170	350	246	14	88,0%	9,7%	11,0%	70,3%	4,0%	5,7%	0,39%
Среднее значение:	20,3	5,6	3847	3425	440	294	16	89,1%	11,5%	12,9%	66,9%	3,7%	5,4%	0,4%

Конверсия по этапам	За год		За последние полгода		За последние 3 месяца	
	Кол-во ТО	Конверсия	Кол-во ТО	Конверсия	Кол-во ТО	Конверсия
Список ТО на прозвонку:	1 000	100,0%	1 000	100,0%	1 000	100,0%
Дозвонились:	891	88,7%	880	88,0%	880	88,0%
Назначили встреч:	115	12,7%	99	11,2%	98	11,1%
Состоялось встреч:	77	69,8%	68	69,5%	68	69,4%
Состоялось продаж:	4	5,8%	4	5,9%	4	5,6%

Итоговая конверсия Продаж от списка ТО --> **0,45%** **0,41%** **0,38%**

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!



Трофимов Антон Михайлович

Руководитель информационно-
аналитического отдела
ООО «ЮРКОМП», РИЦ 016
тел. (3852) 501-001