

ПОЧЕМУ CRM-МАРКЕТИНГ НЕ ВНЕДРЯЕТСЯ

*700 000 слитого бюджета и 2 механики, которые сработали
вместо рекламы*

У меня есть всего 30 минут и я не готова тратить их на бесполезный рассказ о себе

2020: Юля просыпается с осознанием, что вся миссия её жизни - это развернуть бизнесы и экспертов страны к клиентоориентированности.

6 лет в CRM-маркетинге. 5 из них - отказы бизнесов в регионах.

2025 — карт-бланш от Анны Плюсуновой, руководителя «Травелаты». Дальше слитые 700 000 рублей в маркетинг и вот что из этого вышло.

Главная проблема рынка

- Кейсов CRM-маркетинга катастрофически мало
- Все кричат про рекламу и соц.сети, но никто про возвращаемость в 80%
- Нет соц.доказательства — нет доверия

Безопаснее слить миллион на рекламу, чем вложить его в работу с базой данных

МЕХАНИКА 1

Клиентский день

4 месяца уговоров → x6 в кассу

ПРИЧИНА ПОЧЕМУ НЕ ВНЕДРЯЕТСЯ CRM-МАРКЕТИНГ

Не верят, что работает



«Да это слив денег»

«Классно, но бюджета пока нет»

Что делать: стоять на своём.



Как устроен клиентский день

- 1 Снижаем затраты — делаем с партнёрами, которые покрывают часть расходов
- 2 Только закрытые персональные приглашения VIPам и тем, кто уже приносил деньги
- 3 Капля алкоголя и неформальная обстановка, а не чай в офисе
- 4 Сразу сценарий продажи новым клиентам партнёра

Как все прошло

Снежана, доброе утро ❤️

Благодарю тебя за приглашение — осталось очень приятное послевкусие. Мне очень понравилась 😊

С тобой было спокойно и уверенно на каждом этапе.

Я теперь твоя клиентка надолго и с радостью буду рекомендовать тебя ❤️

07:42

Доброе утро ☀️

Ань, утром мои туристы шлют
впечатлены вчерашним
мероприятием 🥰



10:58



Результаты нашего клиентского дня

Купили туры с чеком от 250 000 ₽ до 1 100 000 ₽

вложили 30 000 рублей, заработали 220 000 рублей
(а если бы вложили все 700 000 рублей...)

Одна клиентка продала Мальдивы другой — чек поездки ×2.

Лояльные клиенты — лучшие амбассадоры.

ВЫВОД

Клиентский день — это не шарики и просекко

Это способ сказать «спасибо». А спасибо — мяч благодарности, который клиент возвращает покупкой.

МЕХАНИКА 2

Партнёрство

Все партнёрятся. Почти все делают это плохо.

*Обменяться аудиторией, забрать контакты,
дать сертификат — это не работает.*

ПРИЧИНА ПОЧЕМУ НЕ ВНЕДРЯЕТСЯ CRM-МАРКЕТИНГ

Плохой личный опыт, когда руки пожали с партнером, а денег не заработали

Уже пробовали — больше шансов давать не готовы.



Принцип настоящего партнёрства

- Вопрос №1: какую боль клиента я закрою партнёром
- Не сертификат, а реальный продукт
- Заходим в жизнь клиента с ноги
- Еврейский метод: вкладываемся минимально, счёт закрывает партнёр
- Выбираем бизнес для партнерства как мужа/жену

КЕЙС

Букет и хинкали

На следующий день после прилёта — букет от цветочного и хинкали от грузинского ресторана. Бесплатно, в подарок, неожиданно.



РЕЗУЛЬТАТ

**Репосты, отзывы,
рекомендации —
выход на блогера в
Москве с базой 50 000.**

МЕХАНИКА 3

Команда и система лояльности

Каким бы гениальным ни был инструмент...он сломается об команду.

ПРИЧИНА ПОЧЕМУ НЕ ВНЕДРЯЕТСЯ CRM-МАРКЕТИНГ

Команда не разделяет ценности заботы

Задача сотрудников с лохматых годов —
продать новому, а не вернуть старого.

**CRM-маркетинг — это маркетинг отношений, а
не «купи-купи»**



Что сделать, чтобы команда не сопротивлялась внедрению

- 1 Показать команде как полюбить философию CRM-маркетинга
- 2 Систему лояльности показываем на них же: нематериальные подарки за мини-достижения плана
- 3 Еженедельные планёрки-зоопарки: объясняю зачем мы это делаем...как попугай, снова и снова
- 4 Меняем часть команды, которая не разделяет ценности заботы о клиенте

Что нельзя делать точно — мотивировать деньгами

ВЫВОД

**Умный мозг и большое
сердце, наполненное любовью**

Без этого CRM-маркетинг схлопывается до «внедрите базу и сделайте рассылку».

БАЗА ДАННЫХ

База данных — мать всего этого

3000

Ни клиентский день, ни партнёрство, ни система лояльности не сработали бы без базы в 3000+ человек, а именно через работу с ней через сегментация — не «купил / не купил / пропал», а глубокий запрос и интерес клиента.

×2,5

заявок с тёплой базы

×6

в деньгах с клиентского
дня

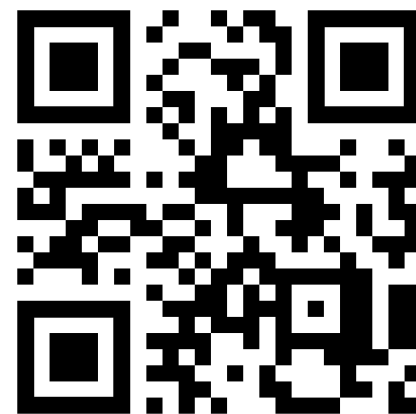
0 ₹

бесплатное продвижение
от личных клиентов

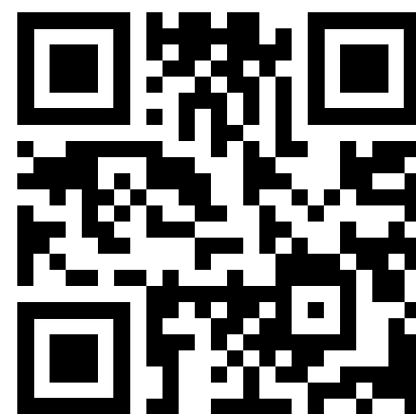
Здесь должен быть холодный расчёт, который проведёт вас по воронке.

Но я амбассадор CRM-маркетинга и клиентоориентированности до мозга костей, с большим сердцем.

Лучший результат этого выступления — если вы примените хотя бы одну механику в своём бизнесе.



Написать лично



Не потерять меня