Hűségszerződés bevezetése és fenntartása

Hogyan növeld az 1 ügyfélre eső profitot hűségidős szolgáltatással?

MiniCRM

TARTALOMJEGYZÉK

A hűségszerződéses rendszer így könnyíti meg az életed 2

Határozd meg a kedvezmény feltételeit és mértékét! 4

Időszak 4

Mérték 5

További feltételek 5

Hozz létre egy sablon szerződést! 5

Készíts egy útmutatót a kollégáknak! 6

Tarts egy gyorstalpalót a sablon használatáról! 7

Használjátok a hűségszerződéses rendszert az új érdeklődőknél! 7

Pro tipp: Így “add el” a hűségszerződést 7

Kövesd a kiküldéseket! 8

Módosíts! 9

...élvezd ki a működő hűségszerződéses rendszert! 9

Lehet ennél is jobban csinálni... 10

Szerződésgenerálás sablonból, néhány kattintással 10

Hozz létre sablon e-mailt a szerződés kiküldéséhez! 11

Hogyan indulj el CRM-mel? 12

Hosszútávon megtérülő, havi előfizetéses szolgáltatásod van, amire gyakran adsz kezdeti kedvezményt az ügyfeleidnek? Akkor nem kizárt, hogy te is tapasztaltad, hogy az adott kedvezmény sokszor **nemhogy nem térül meg, de** egyes ügyfelek esetében **kifejezetten veszteséges üzletet jelent,** pl. ha 1-2 hónap után felmondják a szolgáltatást.

Te meg hajszolhatod az újabb érdeklődőket, akik persze szintén mind kedvezményt várnak, ami ugyanúgy nem fog megtérülni – és ez így megy hónapról hónapra.

Ha hasonló helyzetben vagy, a hűségszerződés bevezetése jelentheti a megoldást a véget nem érőnek tűnő tortúrádra; azaz a kedvezményes havidíjért cserébe az új ügyfeleid aláírnak egy szerződést, mely szerint egy adott céldátumig minden hónapban kifizeti a szolgáltatást.

Te is nyersz, hiszen biztosan tudod, hogy megéri-e kedvezményt adnod, ráadásul az ügyfeled is nyer vele, hiszen hosszabb ideig kedvezményesen jut a szolgáltatásodhoz, mégsem kell egy összegben előre kifizetnie.

Egy tudatosan felépített hűségszerződéses rendszer bevezetésével jó néhány módon megkönnyíted az életed:

1. Növeled az egy ügyfélre jutó árbevételt és profitot, így kevesebb új érdeklődővel is ugyanakkora eredményt érhetsz

el, ráadásul csökkentheted az új érdeklődők gyűjtésére szánt kapacitást.

2. Az adott kedvezményekhez az ügyfél oldaláról is egy vállalás társul: a kedvezményt nem “ingyen” kapják, így egy jó alapokra állított hűségszerződéses rendszerrel a kedvezményadás megtérül.

3. Az ügyfeleid nem mondják fel már azelőtt a szolgáltatást, hogy megtapasztalnák annak valódi előnyeit, legyen szó bármilyen hosszútávon megtérülő szolgáltatásról.

4. Nem kell minden hónapban kapacitást (időt = pénzt) szánnod a szolgáltatást lemondani tervező ügyfelek győzködésére, hogy maradjanak előfizetők.

5. Csökken az ügyfélszerzésre fordított idő és költség, az így megspórolt pénz pedig növeli a profitodat, vagy versenyképesebb áron kínálhatod szolgáltatásodat.

A legnehezebb része persze az, hogy megtaláld az egyensúlyt, hogy neked és az ügyfeleidnek is megérje ez a megállapodás.

Ebben az e-könyvben megmutatjuk, hogyan tudsz olyan kölcsönösen előnyös hűségszerződéses rendszert kiépíteni, amivel

- maximalizálhatod az ügyfél-élettartamot a cégnél és
- maximalizálhatod az egy ügyfélre eső profit mértékét.

Határozd meg a kedvezmény feltételeit és mértékét!

Időszak

Először is korábbi tapasztalatok alapján vizsgáld meg, hogy a hosszútávon megtérülő szolgáltatásodat **mennyi ideig** kell egy átlagos ügyfélnek igénybe vennie ahhoz, hogy biztosan megtapasztalja az előnyeit.

> Például ha havidíjas vagy ahhoz hasonló rendszerben működő nyelviskolát vezetsz, mennyi az a minimális idő, amit a tanulóknak bele kell fektetniük, hogy fejlődést tapasztaljanak és a célig (pl. a nyelvvizsga) meg se akarjanak állni?
>
> Vagy például ha edzőtermed van, mennyi idő szükséges ahhoz, hogy a "márpedig most lefogyok" jellegű beiratkozások után valódi elhatározássá és napi rutinná váljon a sportos élet, amit már nem szívesen adnak fel az ügyfeleid?

Ha ezzel megvagy, akkor már nem nehéz meghatározni, hogy milyen hosszú hűségidőt érdemes aláíratnod az ügyfeleiddel, hogy azt követően nagyobb valószínűséggel maradjon a kliensed. Fontos, hogy ne vállalhatatlanul hosszú időszakot határozz meg, hanem mindenképpen a szolgáltatásod jellegéhez igazítsd.

Mérték

Ezek alapján pedig már azt is meg tudod állapítani, hogy **milyen mértékű kedvezménytől** érdemes mindenképpen aláírotnod egy ilyen szerződést a friss ügyfelekkel, és hogy **mi az a maximális kedvezmény,** amit fel tudsz ajánlani, hogy biztosan megérje – neked és az ügyfelednek is.

Vesd össze a "megszokáshoz" szükséges időszakot az ügyfélszerzésre fordított költség és a kedvezmény megtérülésével. Válaszd azt, amelyik a nagyobb.

Pro tipp: Ne a havidíjból adj kedvezményt, hanem egyszeri nagyobbm összeget adj. Pl. a 12x5.000 Ft kedvezmény "jobban néz ki", ha azt írod, hogy 60.000 Ft-ot elengedsz.

További feltételek

Dönts arról, hogy mi történik, ha a hűségidő ellenére mégis lemondja a szolgáltatást! Vissza kell fizetnie a kapott kedvezményt? Kötbér fizetési kötelezettsége keletkezik? Ha igen, milyen mértékű vagy mekkora összegű kötbért érdemes fizettetnetek, hogy a lemondás ellenére is megérje a cégnek?

Hozz létre egy sablon szerződést!

Miután meghatároztad a kedvezmény mértékét, a hűségidő hosszát és a lemondás következményeit, hozz létre egy univerzális

sablon szerződést, amit ezentúl a megfelelő információkkal és adatokkal kiegészítve minden ügyfélnél bevethettek.

Ezzel felgyorsítod az értékesítést, csökkented a hibázás esélyét és az adminisztrációval töltött időt is.

A sablon **lehet egy egyszerű, felhő tárolóban megosztott dokumentum,** hogy minden értékesítő kolléga hozzáférjen, amelyben kiemeled azokat az egyedi részeket, amiket minden ügyfél esetében ki kell tölteni vagy módosítani szükséges.

Készíts egy útmutatót a kollégáknak!

A hibák elkerülése és az esetleges új kollégák gyorsabb betanítása érdekében érdemes egy “kitöltési” útmutatót is készítened a szerződéshez, amelyből az értékesítők választ kapnak minden felmerülő kérdésre.

- Kivel kell aláíratni ilyen szerződést? (Mik a feltételek?)
- Pontosan mi a teendőjük a sablonnal lépésről lépésre?
- Hogyan juttatják el az előfizetőknek?

Ez is lehet egy sima megosztott dokumentum, amiben a kollégák feltehetik a további kérdéseiket is.

Tarts egy gyorstalpalót a sablon használatáról!

Bár az útmutatóban mindenre kitérsz, mégis átláthatóbb egyértelműbb, ha indulás előtt tartasz a csapatnak egy gyors oktatást a sablon használatáról, ahol az időközben felmerült kérdéseket is átbeszélitek. Az útmutató pedig hasznos lesz számukra az éles bevetés során.

Pro tipp: Határozd meg, hogy milyen helyzetekben ajánlhatja fel az értékesítő a kedvezményt, és ezt is beszéljétek át. Csak az alkudozóknak? Vagy a bizonytalanok meggyőzésére is felhasználhatja?

Használjátok a hűségszerződéses rendszert az új érdeklődőknél!

Amikor legközelebb olyan kedvezményes előfizetésben állapodtok meg egy ügyféllel, ami hűségszerződés aláíratásának feltételeibe esik, tájékoztassátok erről, és minden esetben küldjétek el számára a sablon alapján létrehozott szerződést aláírásra.

Pro tipp: Így "add el" a hűségszerződést

A hűségszerződést akkor tudod a legjobban tálalni a leendő ügyfeleknek, ha már van egy jól felépített értékesítési folyamatod, amibe csak be kell illesztenetek az új rutint az értékesítőkkel.

A legjobb módszer, ha egyből **3 opciót tálalsz az ügyfélnek:**

1. A teljes áras ajánlatot
2. Egy kedvezőbb ajánlatot
3. Egy, a másodikkal közel megegyező, de annál is kedvezőbb ajánlatot, aminek a feltétele a hűségszerződés aláírása.

Tapasztalataink szerint 100-ból 99 esetben az ügyfelek a 3. ajánlat mellett döntenek.

A lényeg, hogy eszükbe se jusson teherként tekinteni a hűségszerződésre, hanem a számukra legkedvezőbb megoldásként lássák azt.

Kövesd a kiküldéseket!

- Jól használják az értékesítők a kedvezményt?
- Hiba nélkül vannak kitöltve a sablonok?
- Milyen reakciót váltott ki a hűségidő az új ügyfelekből? Tiltakoznak? Szó nélkül elfogadják, hogy ez a kedvezmény feltétele?

Módosíts!

Remélhetőleg az ideális kedvezmény mértékét és feltételeit jól állapítottad meg, és azon utólag már nem szükséges módosítanod, de a szerződések kiküldését nyomon követve látni fogod, hogy érdemes-e változtatni a folyamaton, a sablonon vagy az útmutatón.

> Például ha a kollégák rendszeresen átláthatatlanul, nem következetesen nevezik el a szerződést tartalmazó fájlokat, érdemes beépíteni az útmutatóba a fájl nevének kívánt formátumát is.
>
> Vagy például ha a hűségszerződés miatt ügyfelet veszítetek, akkor lehet, hogy érdemes módosítani a folyamaton vagy a kommunikáción, hogy az érdeklődők is lássák, hogy pontosan mit nyernek a hűségidővel.

Végül pedig...

...élvezd ki a működő hűségszerződéses rendszert!

A hűségszerződésről, hűségidőről esélyes, hogy neked is a mobilszolgáltatód vagy a TV-előfizetésed jut eszedbe, ezért lehet, hogy most még tartasz tőle. Mit fognak szólni az ügyfelek? Hogyan fogom eladni ezt nekik, hogy előnynek érezzék? Mi van, ha ennek

ellenére is sokan idő előtt kiszállnak, és folyamatosan kötbéreznünk kell?

Elárulom: nem tudhatod, hogy működik-e. Ezért kell kipróbálni, tesztelni, és **MÉRNI, MÉRNI és MÉRNI az eredményeket.** Változott az átlagos ügyfél-élettartam a cégnél? Sikerül valóban jövedelmezően adni kedvezményeket? Ha a válasz “nem” – nos, legalább már tudod. Viszont ha “igen”, rengeteg plusz profitot nyertél ezzel a cégednek.

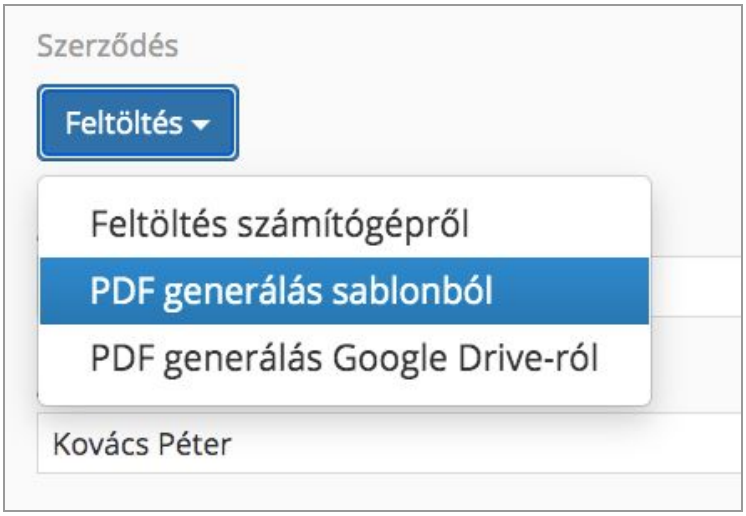
Lehet ennél is jobban csinálni...

A MiniCRM az ügyfélkezelésen túl az első lépéstől az utolsóig támogatja az értékesítési folyamatot, és kényelmes funkcióival **drasztikusan felgyorsítja a szerződésgenerálást.**

Megmutatjuk, hogyan **csökkentheted** a szerződések elkészítéséhez és kiküldéséhez szükséges időt a szolgáltatásodtól függően **5-20 percről kb. 20-60 másodpercre.**

Szerződésgenerálás sablonból, néhány kattintással

A korábban létrehozott szerződés sablont importálhatod MiniCRM-be. A rendszerből generált szerződés kiküldés előtt automatikusan behúzza az ügyfél adatlapjáról a releváns információkat.



Hozz létre sablon e-mailt a szerződés kiküldéséhez!

Nemcsak szerződésekhez, de e-mailekhez is hozhatsz létre sablont a rendszerben. Ezt 3 kattintással kiküldheted a leendő ügyfélnek a szerződéssel, így ez sem vesz el plusz időt a csapattól.

Ezzel a 2 funkcióval mostantól **5-20 percet spórolhatsz meg szerződésenként.**

Persze lehet ezt még fokozni sok ügyes funkcióval, például állíthatsz be automatizmust, ami minden szerződés kiküldése után figyelmezteti a csapatvezetőt, hogy ellenőrizze a szerződést.

Csak rajtad és a saját igényeiteken múlik, hogy hány automata figyelmeztetést helyezel el a folyamatban és hogy mennyire tökéletesíted a szerződés generálás és kiküldés folyamatát a saját rendszeredben. **Szabd a folyamatot a céged és a csapatod igényeire, hogy gördülékenyen és hiba nélkül** küldjék ki a szerződéseket!

Hogyan indulj el CRM-mel?

1. Indíts egy ingyenes tesztrendszert, kötelezettségek nélkül!
2. Vedd igénybe a tanácsadónk segítségét a lehetőségek megismerésében!
3. Támogasd a csapatod munkáját villámgyors szerződés generálással!

Tesztrendszert indítok