

Ведение клиентской базы

ЭТМ



Специализация МОПП

Основная Цель компании:

лидерство на рынке **каждой ЦКГ** и в **каждом регионе присутствия** при заданном уровне прибыльности.

Для целенаправленной работы в компании существуют специализации МОПП:

- территориальные МОПП
- универсальные МОПП
- менеджеры по работе с промышленными предприятиями (МРПП)
- менеджеры по работе со щитовиками (МРЩ)
- менеджеры по работе с дилерами (МРД)
- менеджеры по работе с сетями (МРС)



Статус МОПП

От стажа работы МОПП зависит его опыт, его возможности и соответственно ожидаемые компанией результаты. В компании приняты следующие определения статусов МОПП:

- **стажер:** сотрудник, находящийся на испытательном сроке и проходящий обучение согласно стандартного плана вхождения в должность.
- **новичок:** сотрудник, успешно прошедший стандартный план вхождения в должность. При этом срок работы составляет менее 6 месяцев включительно с момента перехода в статус новичка.
- **опытный:** сотрудник, отработавший на должности от 7 до 12 месяцев включительно с момента перехода в статус новичка
- **ветеран:** сотрудник, отработавший на должности свыше 12 месяцев с момента перехода в статус новичка



Нормируемые показатели

1. Численность закрепленной клиентской базы.
2. «Чистота» клиентской базы. По сути специализация по ЦКГ или по территориальному признаку.
3. Показатели вклада:
 - количество встреч с клиентами,
 - количество «холодных» звонков,
 - количество покупающих клиентов свыше 15000 рублей,
4. Контроль за частотой покупок клиентов («черные» списки).



Открепление, закрепление передача клиентов.

1. Закрепление клиентской базы МОПП производится в корпоративной системе NS2000 с использованием 37 классификатора.
2. Фактические изменения в классификатор вносит Менеджер по клиентскому анализу на основании служебной записки, с согласованием Директора по продажам (кроме клиентов МРД и МРС).
3. Закрепление или открепление клиента за МРД и МРС производится в ЦП на основании служебной записки ДП и карточки клиента.
4. Организации имеющие несколько юридических лиц плательщиков классифицируются как головные и связанные. Связанным организациям присваивается 140 признак в NS2000 (МКА по служебной записке).

Ограничения:

1. Размер КБ не должен превышать установленного размера.
2. В случае, если по клиенту отсутствует ТО в течении 6 месяцев происходит автоматическая отвязка клиента от МОПП (только в случае отсутствия ПДЗ по клиенту).
3. Период перезакрепления клиентов между МОПП при смене специализации составляет не более двух месяцев.
4. Не допускается неличная (неперсонифицированная) привязка клиентов по 37 классификатору – без указания конкретного МОПП, а также закрепление клиентов за ООК (НООК). При необходимости за руководителями ВТЦ закрепляются их клиенты.

Передача клиентов:

1. Основанием для передачи клиента в ОПП из ООК является наличие достоверной информации о потенциале клиента (S, A, B), которые не реализуются в ООК с помощью стандартных условий ООК (система ценообразования, 1Д, система сервиса и т.д.).
2. В случае увольнения МОПП или перехода на другую должность его КБ должна быть перезакреплена за другим МОПП или передана в ООК в течение месяца. Ответственный за передачу КБ – НОП. Контроль за перезакреплением осуществляет ДП через МКА РЦ.
3. Множественная классификация по 37 классификатору осуществляется в случае необходимости закрепления карточки организации за МОПП, работающими в ОП разных кустов (утверждается в УП ЦП) и разных ОП одного куста (утверждается ДП РЦ).

| | | Универсальный МОПП | | |
|--|--------------------------|---|-----------------------------------|--|
| Количество привязанных клиентов по классификатору (с учетом группировки по 140 признаку) | клиентов, по 37 | Ветеран: не менее 20, не более 40 | Опытный: не менее 20, не более 40 | Новичок: не менее 15 через 2 м-ца, не менее 20 через 4 м-ца, не более 40 |
| Минимальная доля платящим клиентам свыше 15 тыс.руб. | доля по 37 | 35% | | |
| Количество клиентов в базе | непрофильных | Нет | | |
| Минимальное количество встреч с клиентами вне ОП | количество | Ветеран и опытный – не менее 50% от закрепленной КБ, новичок – не менее 20 встреч | | |
| Минимальное количество «холодных» звонков (для новичков) | число телефонных звонков | Не менее 100 звонков в месяц | | |
| «Черный» список | | Объем закупок за последние 2 мес. менее 15 т.р. в каждом месяце | | |
| Работает с ЦКГ | | ЭМО, дистрибьюторы, инфраструктура. Допускается иметь в КБ ЦКГ ПП, Щитовики. | | |
| Запрещено работать с ЦКГ (с 1 июля 2010 года) | | нет | | |
| Целевые территории | | Территория города. Допускается ведение клиентов на территориях вне города при полной реализации потенциала клиентов и наличием отличного взаимодействия клиент – МОПП | | |
| Целевой потенциал клиентов | | С,А,В | | |
| Особенности работы: У вновь принимаемых на работу универсальных МОПП КБ не может состоять из клиентов, принадлежащих какой-либо территории. | | | | |



Особенности специализаций МОПП

| | | Территориальный МОПП | | |
|---|--------------------------|---|-----------------------------------|--|
| Количество привязанных клиентов по классификатору (с группировки по 140 признаку) | 37 (с учетом признаку) | Ветеран: не менее 30, не более 60 | Опытный: не менее 30, не более 60 | Новичок: не менее 20 через 2 м-ца, не менее 30 через 4 м-ца, не более 60 |
| Минимальная доля платящим клиентам свыше тыс.руб. | по 15 | 25% | | |
| Количество непрофильных клиентов в базе | | С 1 января запрещено закреплять, с 1 апреля до 3, с 1 июля 0 | | |
| Минимальное количество встреч с клиентами вне ОП | количество | Ветеран и опытный – не менее 50% от закрепленной КБ, новичок – не менее 20 встреч | | |
| Минимальное количество «холодных» звонков (для новичков) | число телефонных звонков | Не менее 100 звонков в месяц | | |
| «Черный» список | | Объем закупок за последние 2 мес. менее 15 т.р. в каждом месяце | | |
| Работает с ЦКГ Запрещено работать с ЦКГ (с 1 июля 2010 года) | | ЭМО, дистрибьюторы, инфраструктура, ПП, Щитовики. Нет | | |
| Целевые территории | | Строгое закрепление за выделенными территориями | | |
| Целевой потенциал клиентов | | А,В, допускается S | | |



Особенности специализаций МОПП

| | | МРПП | | |
|--|-------------------------------------|---|-----------------------------------|--|
| Количество привязанных клиентов по классификатору (с учетом группировки по 140 признаку) | клиентов, по 37 (с учетом признаку) | Ветеран: не менее 20, не более 60 | Опытный: не менее 20, не более 60 | Новичок: не менее 20 через 2 м-ца, не менее 20 через 4 м-ца, не более 60 |
| Минимальная доля по платящим клиентам свыше 15 тыс.руб. | | 35% | | |
| Количество непрофильных клиентов в базе | | С 1 января запрещено закреплять, с 1 апреля до 3, с 1 июля 0 | | |
| Минимальное количество встреч с клиентами вне ОП | | Ветеран и опытный – не менее 50% от закрепленной КБ, новичок – не менее 20 встреч | | |
| Минимальное количество «холодных» звонков (для новичков) | число телефонных звонков | Не менее 100 звонков в месяц | | |
| «Черный» список | | Объем закупок за последние 2 мес. менее 15 т.р. в каждом месяце | | |
| Работает с ЦКГ Запрещено работать с ЦКГ (с 1 июля 2010 года) | | ЦКГ ПП. Допускается ЦКГ Щитовики. ЭМО, инфраструктура, дистрибьюторы | | |
| Целевые территории | | Территория города. Допускается ведение клиентов на территориях вне города при полной реализации потенциала клиентов и наличием отличного взаимодействия клиент – МОПП (только по ЦКГ ПП и Щитовики) | | |
| Целевой потенциал клиентов | | S, A, B | | |



Особенности специализаций МОПП

| | | МРЦ | | |
|--|---|---|----------------------------------|--|
| Количество привязанных клиентов по классификатору (с учетом группировки по 140 признаку) | клиентов, по 37 | Ветеран: не менее 10, не более 20 | Опытный: не менее 7, не более 20 | Новичок: не менее 5 через 2 м-ца, не менее 7 через 4 м-ца, не более 20 |
| Минимальная доля по платящим клиентам свыше 15 тыс.руб. | доля по клиентам свыше 15 тыс.руб. | 70% | | |
| Количество непрофильных клиентов в базе | непрофильных клиентов в базе | С 1 января запрещено закреплять, с 1 апреля до 3, с 1 июля 0 | | |
| Минимальное количество встреч с клиентами вне ОП | количество встреч с клиентами вне ОП | Ветеран и опытный – не менее 50% от закрепленной КБ, новичок – не менее 20 встреч | | |
| Минимальное количество «холодных» звонков (для новичков) | число телефонных звонков (для новичков) | Не регламентировано | | |
| «Черный» список | «Черный» список | Объем закупок за предыдущий месяц менее 300 т. р. для потенциала S, менее 150 т.р. для потенциала А, менее 50 т. р. для потенциала В. | | |
| Работает с ЦКГ Запрещено работать с ЦКГ (с 1 июля 2010 года) Целевые территории | Работает с ЦКГ Запрещено работать с ЦКГ (с 1 июля 2010 года) Целевые территории | ЦКГ Щитовики. ЭМО, инфраструктура, дистрибьюторы, ПП Территория города. Допускается ведение клиентов на территориях вне города при полной реализации потенциала клиентов и наличием отличного взаимодействия клиент – МОПП (только по ЦКГ Щитовики) | | |
| Целевой потенциал клиентов | Целевой потенциал клиентов | S,А,В | | |



Особенности специализаций МОПП

| | | МРД | | |
|--|----|---|-----------------------------------|--|
| Количество привязанных клиентов по классификатору (с учетом группировки по 140 признаку) | 37 | Ветеран: не менее 15, не более 30 | Опытный: не менее 15, не более 30 | Новичок: не менее 10 через 2 м-ца, не менее 10 через 4 м-ца, не более 30 |
| Минимальная доля по платящим клиентам свыше 15 тыс.руб. | | 50% | | |
| Количество непрофильных клиентов в базе | | 0 | | |
| Минимальное количество встреч с клиентами вне ОП | | Объем закупок за предыдущий месяц менее 300 т. р. для потенциала S, менее 150 т.р. для потенциала A, менее 50 т. р. для потенциала B. | | |
| Минимальное число «холодных» телефонных звонков (для новичков) | | 100 звонков в месяц | | |
| «Черный» список | | Объем закупок за предыдущий месяц менее 300 т. р. для потенциала S, менее 150 т.р. для потенциала A, менее 50 т. р. для потенциала B. | | |
| Работает с ЦКГ | | ЦКГ Дилеры | | |
| Запрещено работать с ЦКГ (с 1 июля 2010 года) | | - | | |
| Целевые территории | | Не регламентировано | | |
| Целевой потенциал клиентов | | S,A,B | | |



Особенности специализаций МОПП

| | | МРС | | |
|---|---|---|----------------------|----------------------|
| Количество привязанных клиентов по классификатору (с группировки по 140 признаку) | клиентов, по 37 (с учетом признаку) | Ветеран: не более 10 | Опытный: не более 10 | Новичок: не более 10 |
| Минимальная доля платящим клиентам свыше 15 тыс.руб. | доля по клиентам свыше 15 тыс.руб. | 70% | | |
| Количество клиентов в базе | непрофильных клиентов в базе | До 5 клиентов ЦКГ Дилеры | | |
| Минимальное количество встреч с клиентами вне ОП | количество встреч с клиентами вне ОП | Ветеран и опытный – не менее 50% от закрепленной КБ, новичок – не менее 20 встреч | | |
| Минимальное количество «холодных» звонков (для новичков) | число телефонных звонков (для новичков) | Не регламентировано | | |
| «Черный» список | | Объем закупок за предыдущий месяц менее 300 т. р. для потенциала S, менее 150 т.р. для потенциала А, менее 50 т. р. для потенциала В. | | |
| Работает с ЦКГ | | ЦКГ Сети. Допускается до 5 клиентов ЦКГ Дилеры | | |
| Запрещено работать с ЦКГ (с 1 июля 2010 года) | | - | | |
| Целевые территории | | Не регламентировано | | |
| Целевой потенциал клиентов | | S,А,В | | |



Вклад НОП/НОПП/старшего группы

- Установить общее количество встреч НОП с клиентами вне офиса не менее 15 в месяц.
- 2. Установить число встреч для НОПП с клиентами вне офиса – 20 в месяц.
- 3. Установить число встреч для старшего группы с клиентами вне офиса:
 - - по своей КБ – не менее 50% от численности КБ
 - - по КБ МОПП группы – не менее 15 встреч.