

# Типы клиентов

Продажи в школе английского языка

Поговорим о ценовых сегментах

# Низкий сегмент рынка

Плюсы:

- У вас очень много клиентов
- Низкие затраты на рекламу (работает «сарафан»)
- Не нужно вкладываться в сервис, клиенты его не ждут
- Не нужно вкладываться в скилы педагогов, клиенты не ждут дополнительных фишек от педагога

# Низкий сегмент рынка

Минусы:

- Привлекательность вашей работы, определяется ценой
- Усталость и неудовлетворенность от работы
- Клиенты приходят на занятия без определенной мотивации и цели, а значит всегда могут уйти
- Текучка клиентов из-за отсутствия сервиса и обратной связи (много учеников = нехватка времени)

# Средний сегмент рынка

**Клиент ожидает точного выполнения заявленных ожиданий, не ждет вау-эффекта**

Плюсы:

- легко найти ученика
- у учеников нет вопроса «почему дорого»
- у вас стабильный средний заработок
- вы в балансе

# Средний сегмент рынка

Минусы:

- Большая конкуренция
- Вы часто в позиции ремесленника (сколько заработал – столько потратил)
- Появляется стеклянный потолок (предел)
- Не понятно, как развиваться

# Высокий сегмент рынка

**Цена выше средней по рынку. Клиентам нужен вау-эффект и безоговорочное выполнение обещаний.**

Плюсы:

- Вас воспринимают экспертами рынка
- Нет чувствительности к цене у клиентов
- Меньше людей в группах – выше результаты
- Вы в ресурсе, отсутствие усталости педагогов

# Высокий сегмент рынка

Минусы:

- Сложности с поиском преподавателей высокого класса
- Сложности с набором клиентов
- Постоянная необходимость совершенствовать сервис и навыки персонала.



Мы предпочитаем находиться между средним и высоким сегментом рынка, но выполнять все обещания для клиентов, как в высоком сегменте

# Разделение базы клиентов

- Горячий клиент – покупатель, который сам инициирует контакт и готов к дальнейшему диалогу. Покупатель, который знает, ЧТО он хочет (оставил заявку, пришел в школу, звонок)
- Теплый клиент – покупатель, который готов отвечать на ваши вопросы и готов говорить
- Холодный клиент – покупатель, который не хочет общаться и отвечать на вопросы

У каждого есть МОТИВ

Приходя в школу английского языка у клиента тоже есть мотив

Первичная задача менеджера в телефонном разговоре и педагога на пробном уроке понять КАКОЙ ОН?

**Какие могут быть мотивы у наших клиентов?**

# **Повысить успеваемость ребенка в школе**

Причина - Ребенок получает плохие оценки по английскому языку

52% учащихся по данным Росстата  
именно поэтому самыми многочисленными репетиторами  
являются Педагоги английского

# Особенности данной группы КЛИЕНТОВ

- Быстро покупают абонемент
- Хотят быстрый результат
- Не готовы работать над мотивацией ребенка совместно с педагогом
- Задают мало вопросов

## **Самое важное - донести такому родителю, когда они увидят результат?**

- Мы говорим минимум о 3-4 месяцах стабильных занятий для того, чтобы начала меняться оценка в школе
- Подробно рассказать, чем наша методика отличается от школьной.



# **Почему у репетитора результат виден сразу**

Что делает репетитор первым делом приходя к ученику?

# Развитие способностей ребенка к языкам

- родители дошкольников
- родители школьников, которые получают стабильную 5-ку по английскому

# Особенности данной группы клиентов:

- Хотят выбрать для ребенка самую лучшую школу и педагога
- Задают много вопросов
- Часто уходят «подумать»

## **Основа в работе педагога на пробном уроке:**

- Узнать, что для клиента **ВАЖНО** в обучении ребенка
- Сделать презентацию, опираясь на ценность для клиента

# Последняя группа клиентов по мотиву

Пришли за компанию