

AUTOBOSS
АВТОМОБИЛЬНАЯ КОНСАЛТИНГОВАЯ
КОМПАНИЯ

Жизненный цикл клиента: покой нам только снится

Как завоевать клиентов и удержать их?

Опыт различных отраслей – на службе автобизнеса

Олег Ульяновский,

Эксперт по результативному маркетингу

Ulyansky.com



- 30 лет управления маркетингом и digital в России и Израиле.
- Среди клиентов: сеть доставки еды, медицинский туризм, сеть отелей, автодилерский центр.
- Вывел сеть отелей AZIMUT в лидеры прямых онлайн-продаж.
- Руководил маркетингом ряда ресурсов РосБизнесКонсалтинг.
- Управлял рекламой и маркетингом страховых компаний РОСНО и НАСТА.
- Вывел телевизоры Рубин в Бренд года-2002 в России.
- Управлял секторальным маркетингом в операторе сотовой связи Pelerphone (Израиль), руководил избирательной кампанией кандидата в мэры Иерусалима (на русском языке).



азимут
HOTELS



РОСНО

в составе Allianz





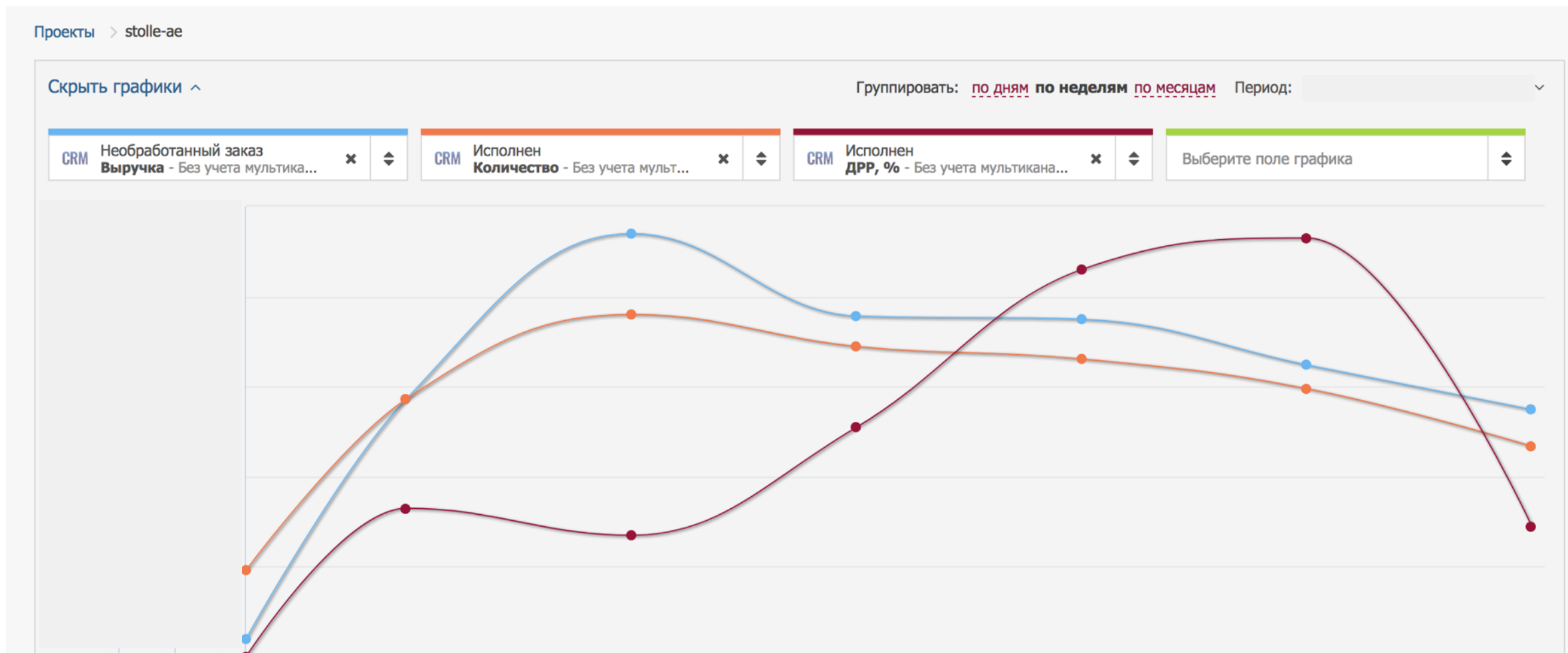
AUTOBOSS

АВТОМОБИЛЬНАЯ КОНСАЛТИНГОВАЯ
КОМПАНИЯ

Жизненный цикл клиента = Путь клиента (в digital)



Нет пути клиента без «цифры»: сквозная аналитика + CRM



Оптимизация расходов на привлечение за счет снижения каннибализации
органического трафика



Google: онлайн путь клиента



Привлечение

Consumer Moment

Which-car-is-best?



In these moments, shoppers are unsure of what brand they want to purchase. **As a dealer, these moments may not be your first area of focus, but they're critical when you need to generate demand for your dealership.**

Is-this-car-right-for-me?



Shoppers ask the more practical questions such as 'does this fit my lifestyle?' Manufacturer sites play a critical role in these moments as shoppers browse different equipment options and vehicle configurations.

Dealer sites, however, can also influence shoppers through educational content.

Can-I-afford-it?



Now shoppers need to know if they can afford it. They search on keywords such as "Audi Q5 quote" or "Toyota RAV4 lease."

As a dealer, it's critical to be present in these moments since they're lower in the conversion funnel.

Where-should-I-buy-it?



Shoppers are nearly ready to buy. They search "car dealerships near me" or "Ford Fusion test drives."

As a dealer, your ads should appear on these types of searches.

Am-I-getting-a-deal?



Even when shoppers have made a decision, they still want real-time confirmation that they're getting the best value. In these moments, they may search "Ford Fusion deal" or "Kia Optima special." **Highlight your deals and promotions in your ads.**



Первая покупка: как сделать эффективное предложение



Value proposition – триггер первой покупки.

Какое оно должно быть:

1. Должно быть «уникальным».
2. Должно выглядеть привлекательно для целевых клиентов.
3. Должно легко формулироваться.
4. Ценность для клиента должна быть выше, чем реальная себестоимость.
5. Должно быть «обоснованным» для клиента.



РОСНО ОСАГО 1 000 000: эффективное предложение на регулируемом рынке

Вводные:

1. Стандартный продукт.
2. Стандартные условия продажи.
3. Стандартный сервис.
4. Большой потенциал роста бизнеса автострахования.
5. Большой потенциал убыточности и негативизм немецких акционеров.

Предложение:

1. Расширение ответственности до 1 млн за \$1.
2. Целевая аудитория – владельцы иномарок как потенциально менее убыточные клиенты.
3. Стандартный сервис.
4. Каналы продаж - в зависимости от ЦА.

Результат – лидирующие позиции + качественный портфель.

Уникально. Привлекательно. Просто. Необременительно. Обосновано.



Скидки не раздаются так и «за так»!

The screenshot shows the Hotel Cosmos website interface. At the top, there is a navigation bar with links: БРОНИРОВАНИЕ, ГОСТИНИЦА, НОМЕРА И ЦЕНЫ, СПЕЦПРЕДЛОЖЕНИЯ, РЕСТОРАНЫ, МЕРОПРИЯТИЯ, УСЛУГИ, КОНТАКТЫ, КОСМОС КЛУБ 4*. Below the navigation bar, there is a large banner image of a hotel building. Overlaid on the banner are several promotional elements:

- A red box highlights the text "Получи скидку прямо сейчас!" (Get a discount right now!).
- A red box highlights a "скидка 10%" (10% discount) offer, with the text "Специальный тариф даёт вам скидку 10%" (Special tariff gives you a 10% discount) and a button "получить мою скидку" (get my discount).
- A red box highlights a large text block: "«Космос» - лучшее антикризисное решение для вашего кошелька" (Cosmos - the best anti-crisis solution for your wallet), followed by "Бронируй раньше - плати меньше" (Book earlier - pay less) and a button "Подробнее..." (More details...).
- A red box highlights a button "Подписаться на рассылку" (Subscribe to newsletter).

Other visible elements include a contact number +7 (495) 234-12-06, a free call number 8 800 333 00 03, social media icons, and a "Корпоративному сайту" (Corporate site) link.

Не уникально. Не привлекательно. Непонятно. Дорого. Не обосновано.



Скидки «для своих»



ПОЛУЛЮКС
Просторные номера 47 кв. м. с панорамным видом из окна. Пространство номера разделено на спальную и гостиную зону с мягкой мебелью

ЛУЧШЕ БРОНИРОВАТЬ НА САЙТЕ AZIMUT HOTELS

- ✓ **Гарантия лучшей цены**
- ✓ Бесплатный Wi-Fi на всей территории отеля
- ✓ Бесплатная бутылка минеральной воды ежедневно
- ✓ Бесплатный ранний заезд с 09:00*
- ✓ Бесплатный поздний выезд до 18:00*
- ✓ Повышение категории номера*
- ✓ Бесплатное проживание детей до 12 лет с родителями**
- ✓ China Friendly, Halal Friendly, Judaism Friendly

*при наличии свободных номеров

ВАРИАНТЫ БРОНИРОВАНИЯ

- ☐ **СКИДКА НА ЛУЧШУЮ ЦЕНУ ДНЯ, БЕЗ ЗАВТРАКА**
Специальная скидка на проживание для участников AZIMUT Bonus. Завтрак не включен. Бесплатная отмена бронирования, предоплата не обязательна. За бронирование тарифа вам начисляются двойные баллы AZIMUT Bonus.
Цена: [Узнать](#)
- ☒ **ЛУЧШАЯ ЦЕНА ДНЯ БЕЗ ЗАВТРАКА**
Забронируйте номер на нашем сайте по лучшей цене дня. Завтрак не включен. Завтрак Шведский стол – 1400 рублей. Бесплатная отмена бронирования. Предоплата не обязательна. За бронирование этого тарифа вам начисляются баллы AZIMUT Bonus.
Цена: **14 000 ₽** ночь
- ☐ **ЛУЧШАЯ ЦЕНА ДНЯ С ЗАВТРАКОМ**
Забронируйте номер на нашем сайте по лучшей цене дня. Завтрак Шведский стол включен. Бесплатная отмена бронирования. Предоплата не обязательна. За бронирование этого тарифа вам начисляются баллы AZIMUT Bonus.
- ☐ **AZIMUT BONUS: БРОНИРОВАНИЕ ЗА БАЛЛЫ**
Забронируйте отдых в AZIMUT Hotels за баллы AZIMUT Bonus. Завтрак не включен. Бесплатная отмена бронирования до 15.00 в день заезда: баллы возвращаются на карту. Оплата производится в баллах AZIMUT Bonus. При поздней отмене бронирования взимается стоимость первых суток.

Правила отмены

2x баллы AZIMUT Bonus

Шведский стол – 1400 рублей. Бесплатная отмена бронирования. Предоплата не обязательна. За бронирование этого тарифа вам начисляются баллы AZIMUT Bonus

Присоединяйтесь к AZIMUT Bonus

Бронируйте по цене **12 600 ₽** ночь уже сейчас!

Войти через: **или** Войти с E-mail:

 Facebook

 Вконтакте

 Google+

Войти

< Назад

14 Октября – 15 Октября
Гостей 1 Номеров 1

У вас есть промокод?
 Ввести

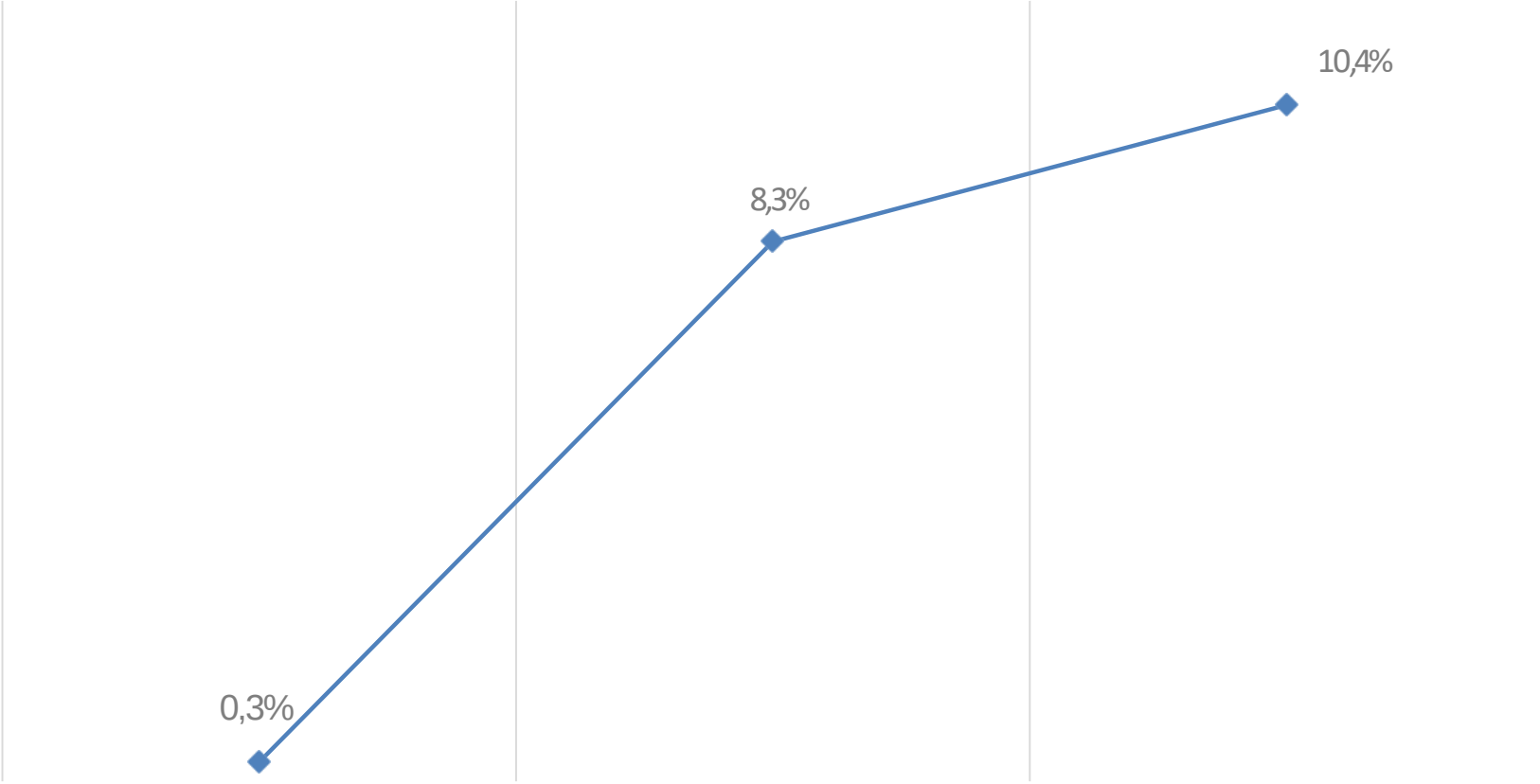
14 000 ₽ **Забронировать**

Привлекательно. Понятно. Обосновано. Конверсия 42%



Скидки «для своих»: результаты

% ОТ ОБЩЕГО КОЛИЧЕСТВА ГОСТЕЙ



Скидки «на время»

 **azimut**
HOTELS

[ОФИЦИАЛЬНЫЙ САЙТ](#) [ОТЕЛИ](#)

ВЕСЕННИЕ КАНИКУЛЫ: ДЕТИ ОТДЫХАЮТ БЕСПЛАТНО!



На каникулы всей семьей: **до 20% скидка** на просторные номера, **бесплатное размещение для детей**, экскурсии и развлечения в Москве, Санкт - Петербурге, курорте Роза Хутор, Мурманске и Костроме

[**ЗАБРОНИРОВАТЬ**](#)

Рост бронирований в 2-3 раза

 **azimut**
HOTELS

Летние спецпредложения



**ЛЕТО
СО СКИДКОЙ
50%**

С 4 по 10 июля бронируйте летний отдых в отелях AZIMUT в России со скидкой до 50%!

До конца акции осталось
06 : 05 : 54 : 39
дни часы минуты секунды

AZIMUT Отель Смоленская Москва	50 % скидка	Забронировать
📅 Бронировать - до 10/07/17 📍 Проживать - 04/07/17 - 14/07/17		
AZIMUT Отель Олимпик Москва	30 % скидка	Забронировать
📅 Бронировать - до 10/07/17 📍 Проживать - 29/07/17 - 11/08/17		
AZIMUT Отель Санкт-Петербург	20 % скидка	Забронировать
📅 Бронировать - до 10/07/17 📍 Проживать - 01/08/17 - 31/08/17		



Лояльность начинается с повторной покупки



- Customer Lifetime Value (CLTV) – пожизненная ценность клиента
- Net Promoter Score (NPS) – оценка рекомендателей
- Redemption Rate (RR) – коэффициент использования вознаграждения
- Repeat Customer Rate (RCR) – доля повторных покупателей:
 - renewal
 - cross-sale
 - up-sale

$$RCR = \frac{\text{Количество повторных покупателей}}{\text{Общее количество покупателей}},$$

RCR – это то, что вы можете контролировать в текущем режиме

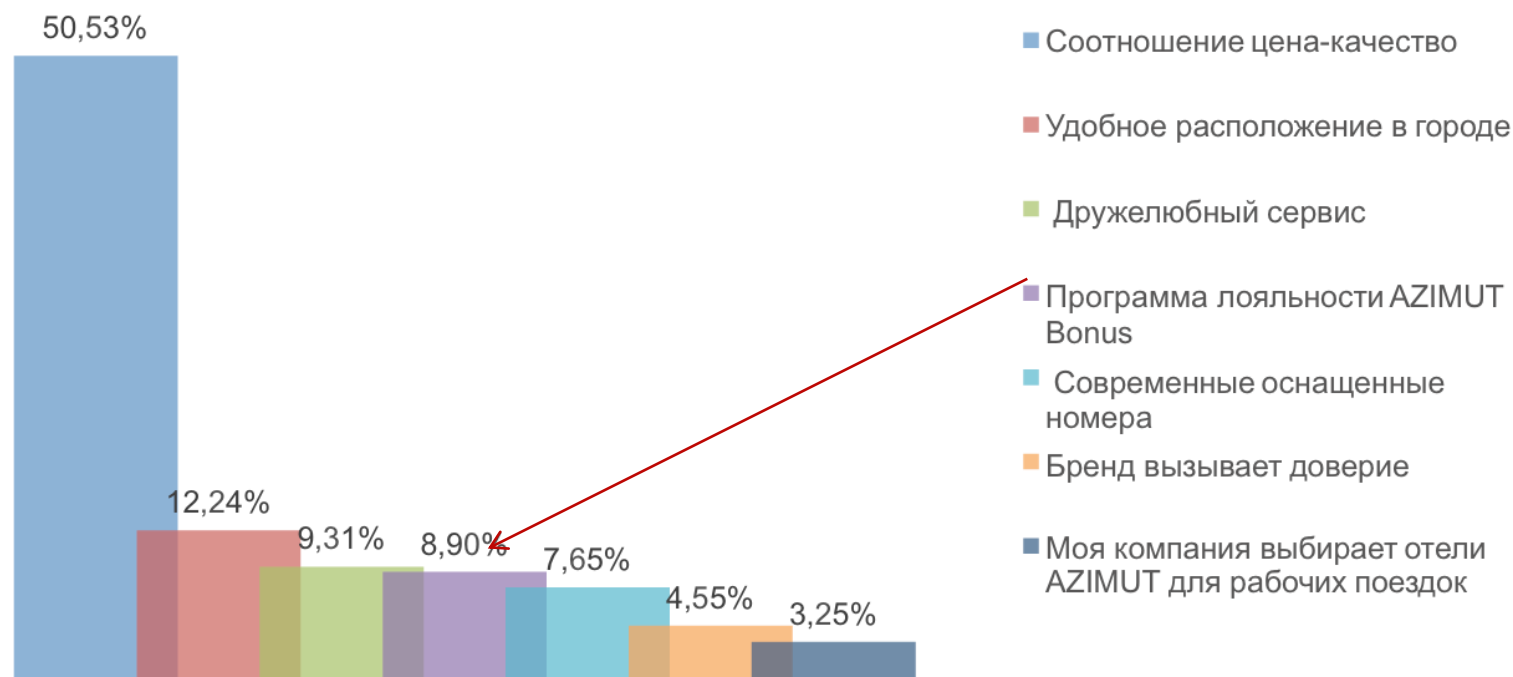


Хочешь лояльности? Заведи собаку!

«Цифра» разрушает лояльность

- Информация на расстоянии клика.
- Конкуренция за клиента на этапе повторной покупки не меньше.
- Накопительные программы лояльности теряют свою эффективность.

КРИТЕРИИ ВЫБОРА AZIMUT



Лояльность вашего клиента зависит от вашего умения продавать на всех этапах пути клиента. Повторная покупка = повторная продажа.



Повторная продажа: как мотивировать и клиентов, и продавцов



**Лучше бронировать
на сайте AZIMUT Hotels**

Скидка до 15% на следующее
бронирование



Бронируйте номера в Отелях AZIMUT
в России на сайте www.azimuthotels.com
по промокоду

DSHKLY

Получите скидку до 15%*

* при наличии номеров.
Размер скидки зависит от отеля



**Шуана Лабазанова
14 БРОНИРОВАНИЙ**



**Юлия Шапоренкова
17 БРОНИРОВАНИЙ**



**Иван Воронов
6 БРОНИРОВАНИЙ**



Бонус для клиента – бонус для сотрудника за повторную покупку.



Повторная продажа: как превратить в нее обращения по жалобе?



1. Любая коммуникация – повод для продажи.
2. Не делите колл-центр на сервисный и продажный.



Первая покупка – у конкурента? Повторная – у вас!

- У вас есть база обращений в ОПА?
- Не удалось продать новый автомобиль?
- Продайте сервис!



Благодарим Вас
за бронирование отеля AZIMUT!

Отель AZIMUT Олимпик Москва



🕒 Check-in 14:00

🕒 Check-out 12:00

☕ Завтрак Шведский стол с 7 до 11:00

📶 Бесплатный Wi-Fi

Современный бизнес-отель в центре Москвы

УСЛУГИ ОТЕЛЯ

- ✓ Бесплатный шаттл к главным достопримечательностям Москвы
- ✓ 12 конференц-залов, включая зал-театр
- ✓ Клубный этаж
- ✓ AZIMUT Sport с бассейном и сауной
- ✓ China Friendly и Halal Friendly
- ✓ Парковка

АДРЕС ОТЕЛЯ

🏠 Олимпийский пр., 18/1, Москва, Россия, 129110

[Как добраться](#)

✉ olympic@azimuthotels.com

☎ +7 495 931-90-00

[Написать в отель](#)



ЧТО РЯДОМ

5 км	1,5 км	1,3 км
до Кремля и Красной площади	до Садового кольца	до метро «Проспект мира» и «Достоевская»

Присоединяйтесь к программе AZIMUT Bonus!
Получайте особые привилегии и бесплатные ночи в 35 отелях AZIMUT в 27 городах России и Европы: от Кельна до Владивостока, от Мурманска до Кызыла.



Получить 500 баллов



© ООО «АЗИМУТ Хотелс Компани», 2018

Клиенты действительно рекомендуют ваш бизнес?

- Впервые начали измерять удовлетворенность клиентов в СК НАСТА в 2005 году.
- В чем проблема индекса NPS? Он измеряет намерения.

from What the auto industry needs to know to close the sale after the sale



Digital influences nearly **60%** of vehicle purchases at the dealership, and that digital influence is even stronger when it comes to **post-purchase service**.

Source: Deloitte Digital Influence Survey, 2016.

think with Google

thinkwithgoogle.com



Viktor Lebedev оценил Toyota-i.ru — 5★

1 октября 2017 г. · 🌐

Пожалуй в тойота Люберцы лучшие условия на обмен по трейд-ин, а может мне повезло просто) Поменял в общем prado 2009 года на новый, очень неплохо мою машину оценили, близко к рыночной стоимости. И минимум хлопот с документами, они сами все подготовили и оформили. В итоге выгодно получилось, а новым прадиком я очень доволен)



1

Комментарии: 1

Нам нужны рекомендации!



Как управлять рекомендациями: «Не понравилось? Расскажите нам!»

Проблема:

- Сервис обзоров на сайте rosno.ru обеспечивал избыточное внимание к отрицательным отзывам.

Решение:

- Новый раздел «Жалобы» на сайте rosno.ru с фото и именами руководителей всех направлений страхования для «физиков».

Результаты:

- Отрицательные отзывы сведены к минимуму.
- Рост удовлетворенности сервисом.



Как управлять рекомендациями: «Понравилось? Расскажите всем!»



AZIMUT. Первая буква Вашего путешествия
AZIMUT. The first letter of your journey
AZIMUT. Der erste Buchstabe jeder Reise

Book now on www.azimuthotels.com for best rates guaranteed

Уважаемый(ая) Г-Жа Kim,

Мы благодарим Вас за выбор AZIMUT Hotels и искренне надеемся, что пребывание в нашем отеле вызвало у Вас только положительные эмоции.

Мы будем признательны, если Вы поделитесь своими впечатлениями о последнем пребывании в нашем отеле, заполнив анкету ниже.

В благодарность за Ваше время, мы рады предложить Вам промо-код на получение 10% скидки на проживание в отелях сети AZIMUT Hotels, который будет направлен Вам после заполнения анкеты.

Пожалуйста, поделитесь Вашим мнением здесь
[Примите участие в нашем коротком опросе](#)

С наилучшими пожеланиями,
Команда AZIMUT Moscow Olympic Hotel

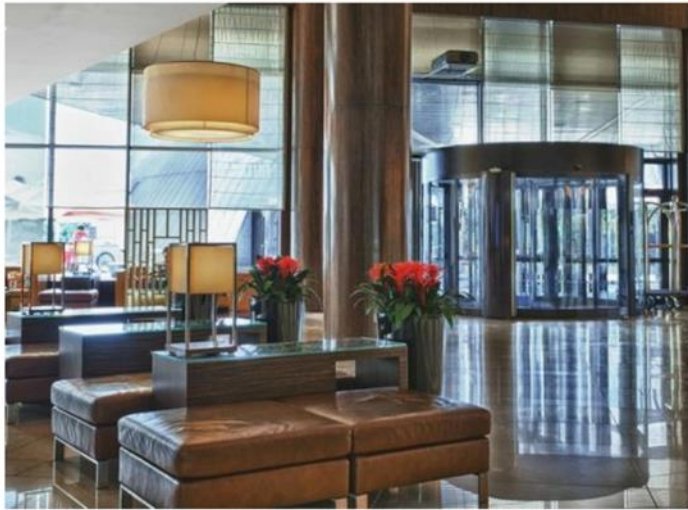


25 лучших отелей – Россия

РОССИЯ МИР РЕГИОНЫ

[РАЗВЕРНУТЬ СПИСОК](#)

22 АЗИМУТ Отель Олимпик Москва
Москва, Россия



“Азимут отель Олимпик Москва”

“Отличный бассейн.”

[Узнать цены >](#)

21 из 25 23 из 25

- Все гости получают письма с опросом.
- Опросы можно интегрировать с сервисами обзоров отелей.
- Еженедельный разбор отзывов и реагирование на них.



Что вы делаете, чтобы получать больше реальных позитивных отзывов?

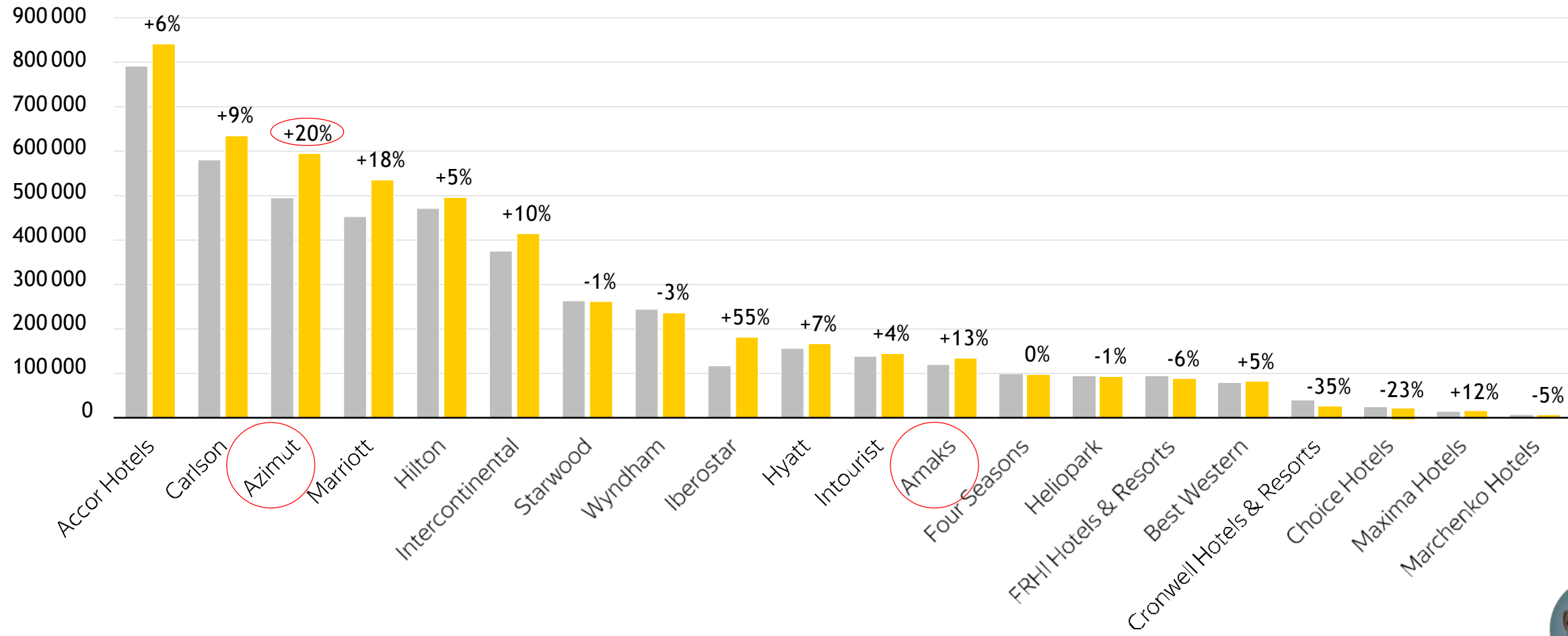
- ✓ Рассылка писем с просьбой оценить ваш сервис.
- ✓ Перенаправление на один из сайтов отзывов.
- ✓ Стимулирование чек-инов и селфи в шоу-руме и зоне ожидания.
- ✓ Разбор отзывов, реагирование на них.
- ✓ Упрощение приема негативного фид-бека онлайн и в ДЦ.



Рост цифрового спроса

Yandex

■ Q4 2017 ■ Q4 2018





Вопросы?



Олег Ульяновский - ци...



Олег Ульяновский

Цифровой маркетинг
для реального бизнеса

+ 7 (926) 00-99-679

oleg@ulyansky.com

ulyansky.com

Введите сообщение...

