

Потребительская лояльность. Завоевание и удержание клиентов

Срок обучения: 1 день

Время проведения: ежедневно с 10:00 до 17:30

Выдаваемые документы: Удостоверение о повышении квалификации или Сертификат Moscow Business School

Программа обучения

Лояльность потребителей в XXI веке

- Понятие потребительской лояльности
- Чем истинная лояльность отличается от фальшивой лояльности
- Ключевые тренды развития рынков и лояльность потребителей. Что изменилось с лояльностью потребителей за последние 300 лет. Какие факторы будут играть ключевую роль в ближайшие 10 лет
- От чего зависит лояльность потребителей: основные факторы и как на них влиять
- Принципиальные отличия подходов к лояльности в России и за рубежом
- Основные показатели измерения лояльности: преимущества и недостатки
- В каких случаях компании необходимо запускать программу лояльности

Практикум «Мифы о лояльности потребителей»

Сегментация клиентов и разработка адресных предложений

- Как понять, каких клиентов следует удерживать
- 3 способа сегментации клиентов
- Практические инструменты сбора информации о клиентах
- 30 причин, по которым ваши клиенты покупают

Практикум «Сегментация клиентов вашей компании и разработка рекомендаций по каждому сегменту»

Инструменты удержания клиента

- Работа с оттоком клиентов: как удерживать клиентов в момент попытки ухода
- Чем инструменты формирования лояльности отличаются от маркетинговых способов стимулирования продаж
- 50 способов «привязать» клиента к компании
- Материальные формы поощрения лояльности: преимущества и недостатки
- Нематериальные формы поощрения клиентов: особенности использования
- Измерение показателей качества удержания клиентов

Практикум «Разработка инструментов поощрения клиентов»

Разработка программы лояльности потребителей

- Алгоритм разработки программы лояльности
- 3 кита успешной программы лояльности
- Зона приемлемых решений при разработке программы
- 20 типовых ошибок программ лояльности: как не наступить на «грабли»
- Лучшие практики: кейсы успешных программ лояльности
- Чек-лист «Оценка успешности программы лояльности потребителей с точки зрения клиента»
- Чек-лист «Оценка успешности программы лояльности потребителей с точки зрения компании»

Практикумы:

- Упражнение «Постановка целей программы лояльности»
- Разработка программы лояльности