



Работа с клиентами для роста продаж сейчас и потом

Антипов Юрий

XV Юбилейном Бизнес-Форуме TOP Marketing

22 - 23 октября 2014

Москва

Антипов Юрий - биография



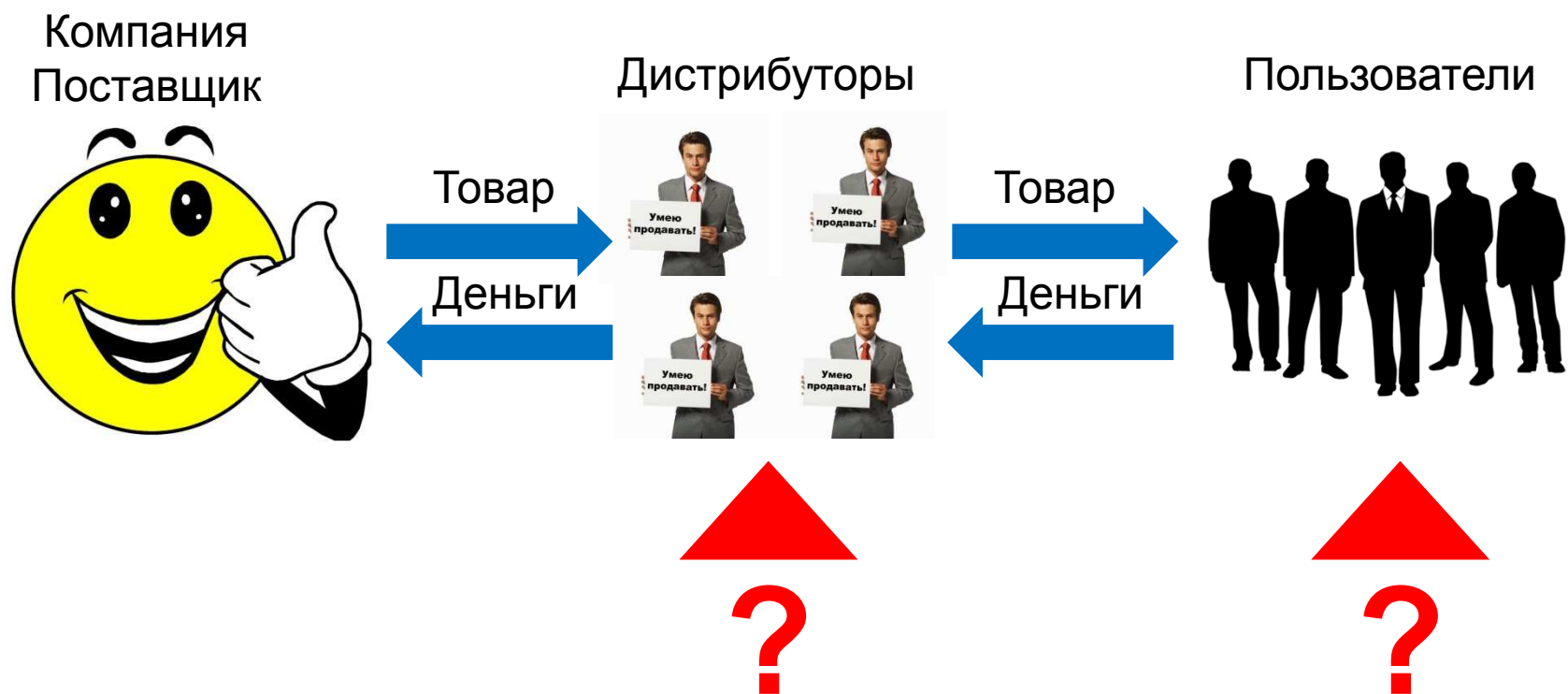
- 2013 – по н.в. – Коммерческий директор в MICHELIN
- 2010 – 2013 – Директор по маркетингу в MICHELIN
- 2008 – 2010 – Директор по продажам в VOLVO CE
- 2005 – 2008 – Директор по маркетингу в SIG
- 2000 – 2005 – Специалист по маркетингу в CAT
- 1998 – 2000 – Прямые продажи в CAT

Вопросы, которые себе задают коммерсанты:

- Наши клиенты: Дистрибуторы или Пользователи?
- Чем отличаются Ключевые Клиенты от Других Клиентов?
- Лучше работать с большим количеством небольших клиентов или работать только крупными Ключевыми Клиентами?
- Как и зачем увеличивать клиентскую базу и сохранить хорошие отношения с Ключевыми Клиентами?



Наши клиенты: Дистрибуторы или Пользователи?



Наши клиенты: Дистрибуторы или Пользователи?



Он Клиент, а она Пользователь



Москва, 2014

www.MarketingOne.ru

Он Пользователь, а она Клиент



Москва, 2014

www.MarketingOne.ru

MarketingOne
BEST MARKETING EVENTS

Наши клиенты: Дистрибуторы или Пользователи?

Мне легко встретиться с пользователем товара



Пользователь плохо знает мой товар



Пользователь хорошо знает мой товар

Мне сложно встретиться с пользователем товара

Наши клиенты: Дистрибуторы или Пользователи?



Мне легко встретиться с пользователем товара, и он хорошо знает мой товар

Крупные предприятия со штаб-квартирой в столице или крупных городах, занятые добычей руды угля и т.д., отлично знают преимущества Сверх Крупногабаритных Шин (СКГШ) MICHELIN и часто закупают их напрямую у компании производителя



Каждая шина массой от 1 до 5 тонн

Мне сложно встретиться с пользователем, и он не знает мой товар

Многочисленные предприятия, занятые добычей песка, гравия, глины для производства кирпича, цемента, гипса и т.д., располагаются по всей стране и пока не всегда знакомы с преимуществами КГШ MICHELIN



Грузовые и небольшие крупногабаритные шины для карьерных машин от 60 до 1000 кг продаются через дилерскую сеть по всей стране

Чем отличаются Ключевые Клиенты от Других Клиентов

Компания-
Поставщик

Крупнейшие клиенты



Потеря любого из Ключевых Клиентов приведёт к значительному снижению продаж !!!

Сколько должно быть Ключевых Клиентов

Много Ключевых Клиентов



Компания-Поставщик



80% всей выручки

Чем больше Ключевых Клиентов, тем безопаснее для компании-поставщика

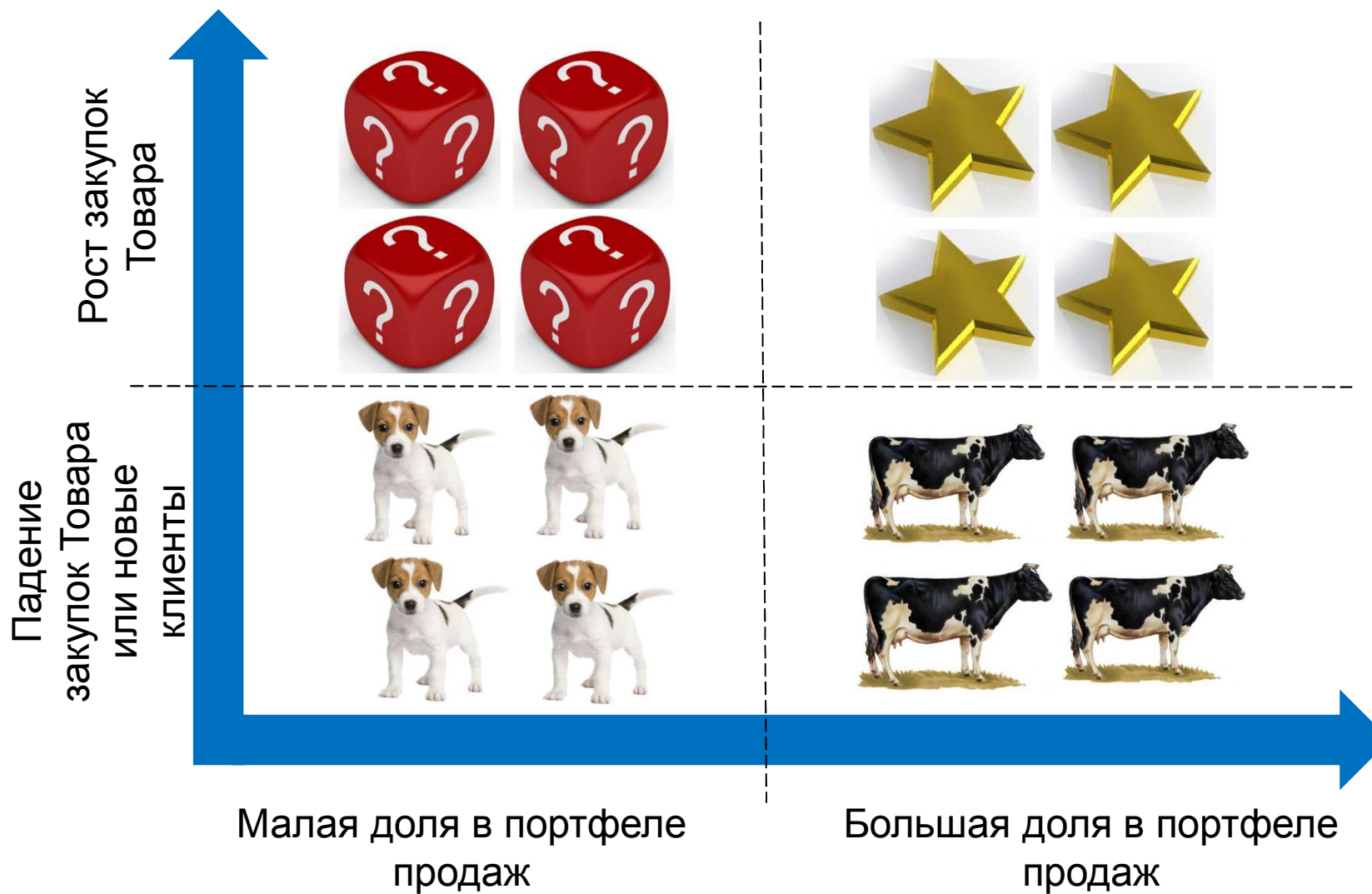
Мало Ключевых Клиентов



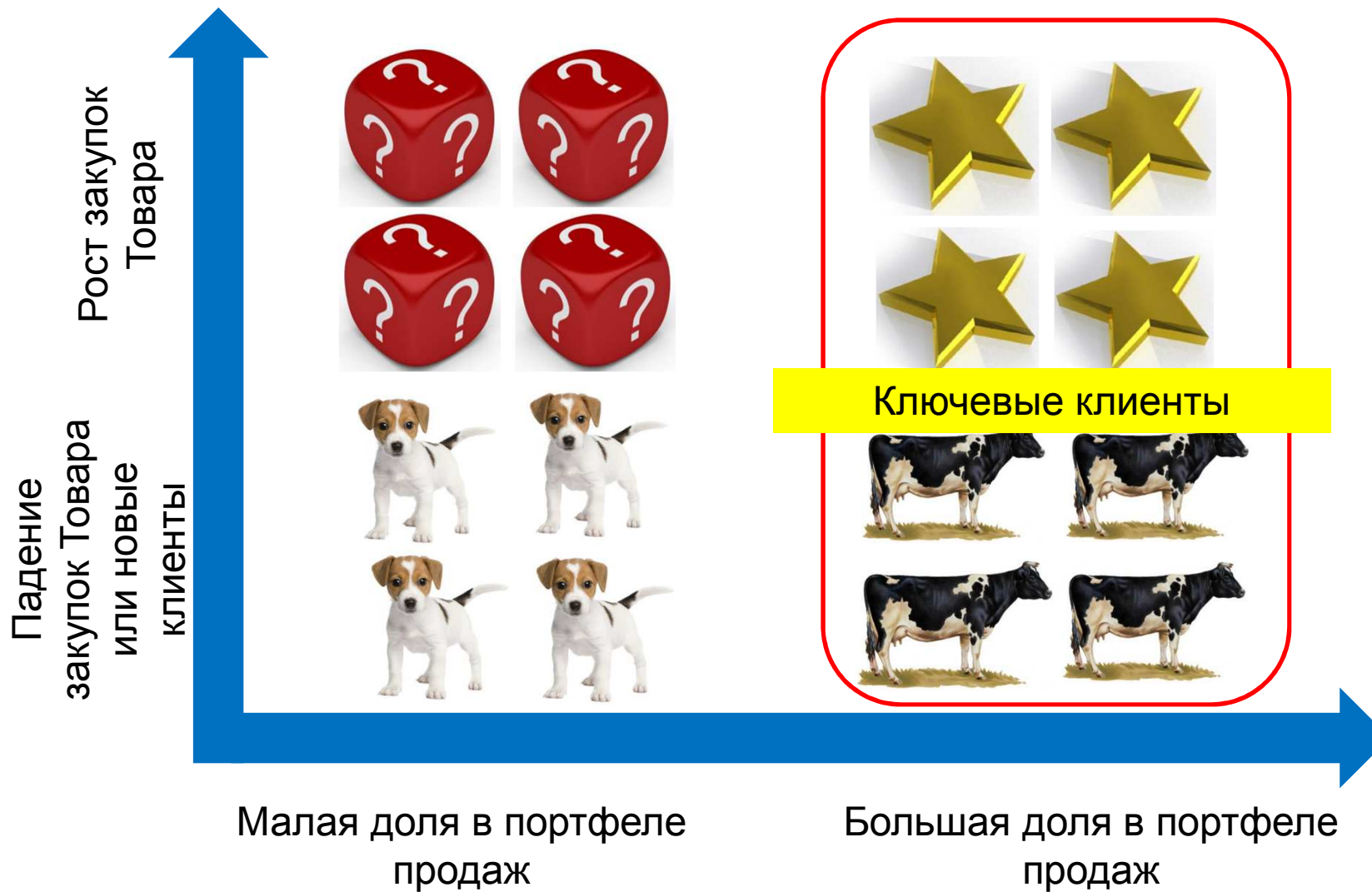
Жизненный цикл компаний



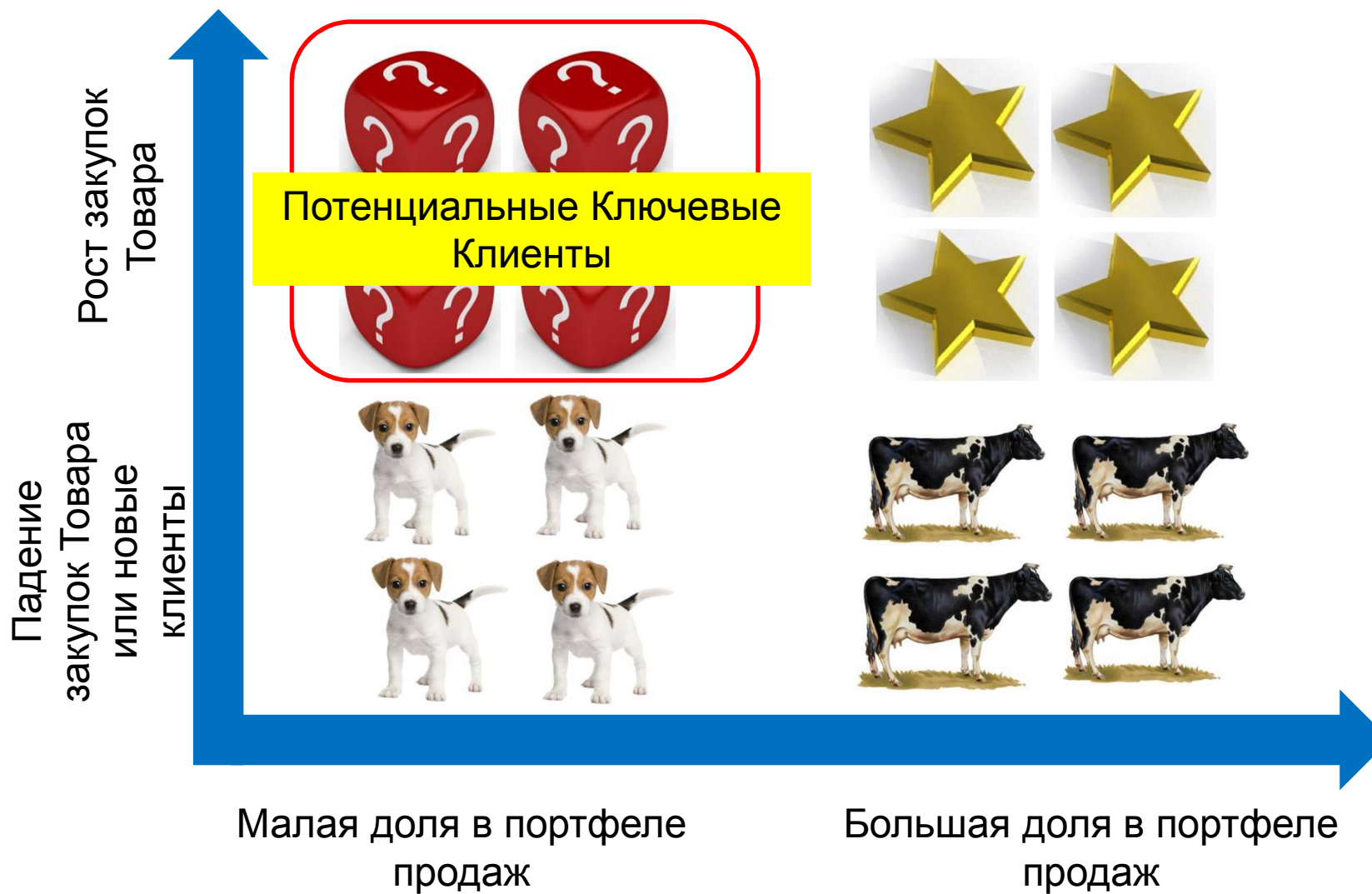
Ключевые Клиенты сейчас и в будущем



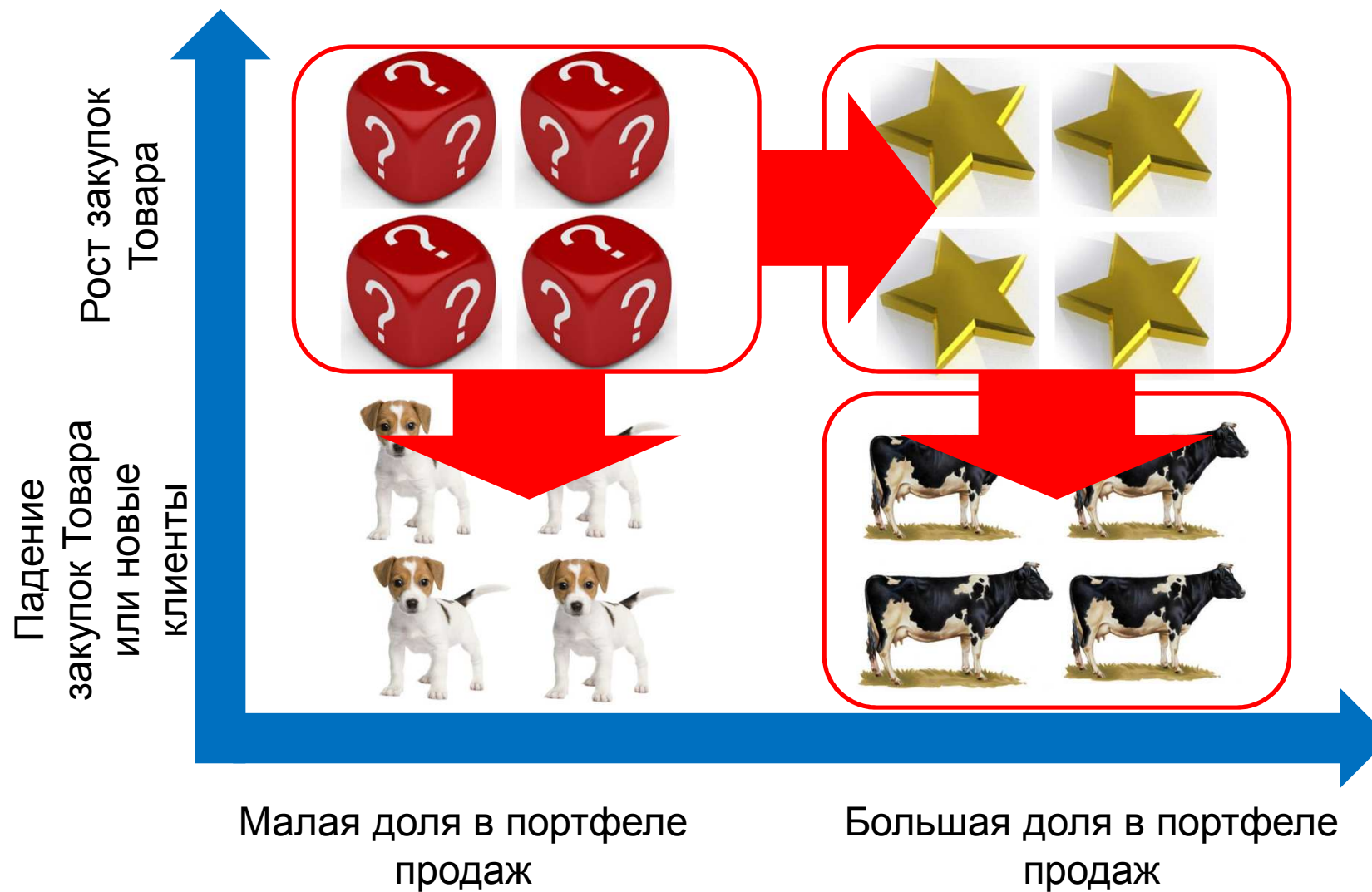
Ключевые Клиенты сейчас и в будущем



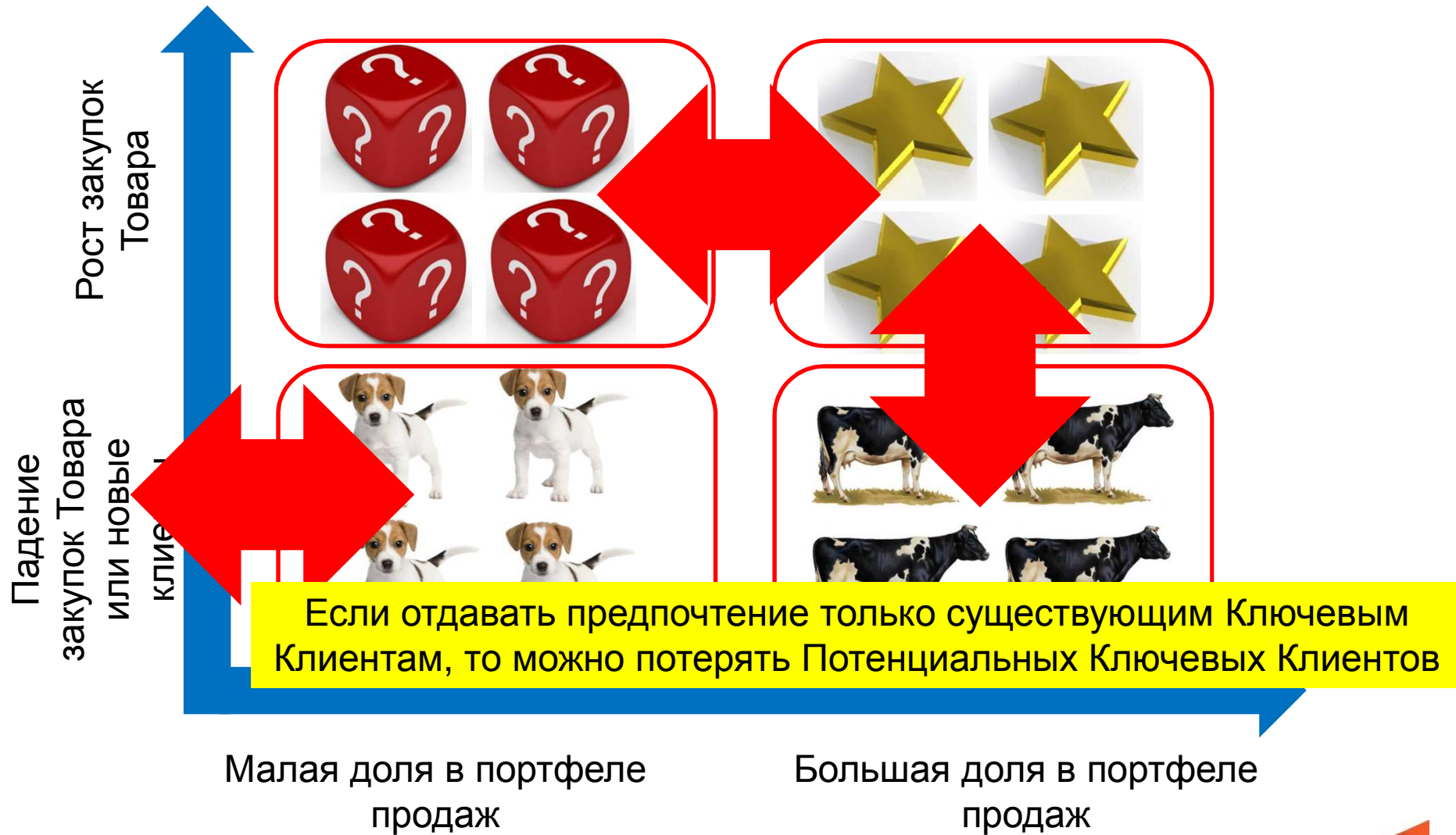
Ключевые Клиенты сейчас и в будущем



Ключевые Клиенты сейчас и в будущем



Управление базой клиентов



Сбалансированные продажи

- Продажи Ключевым Клиентам – большая выручка, но малая прибыльность
- Продажи Обычным клиентам – большая прибыльность, но небольшая выручка

$$\text{Средневзвешенная Прибыльность Продаж} = \sum_{i=1}^N \text{Прибыльность}_i * \text{Доля в продажах}_i$$

Сочетание продаж Ключевым Клиентам и Обычным Клиентам позволяет добиться высокой выручки и приемлемой прибыльности от продажи товара

Коммерческие условия одинаковы для всех

- Приводят к росту объёма закупки Товара клиентами
- Помогают управлять ассортиментом реализуемых Товаров
- Поощряют качественную и своевременную оплату Товаров

Коммерческие условия не должны дискриминировать или ставить в привилегированное положение разные группы клиентов в соответствии с требованиями Антимонопольного Законодательства и для устойчивого развития Поставщика товара

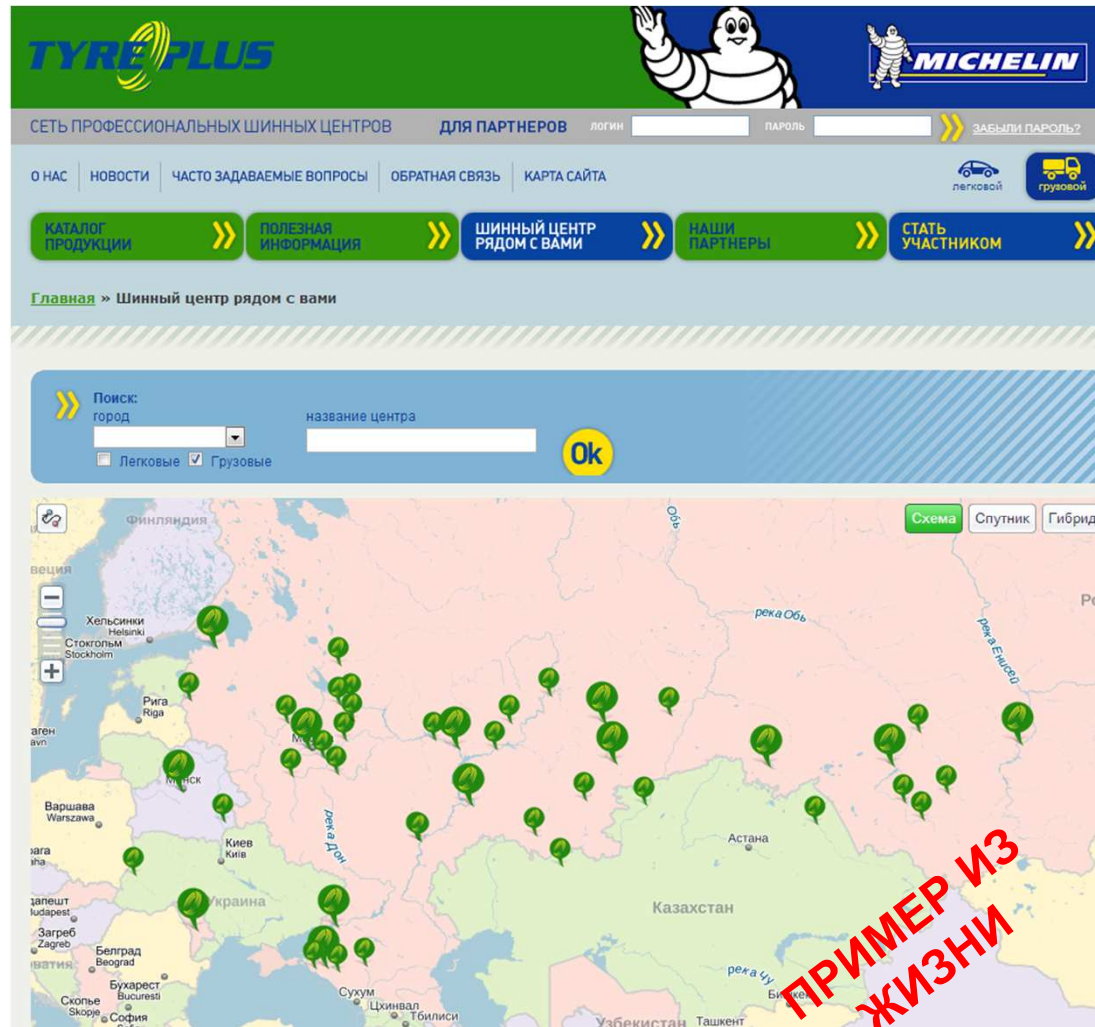
Партнёрские программы – оптимизация сотрудничества с Ключевыми Клиентами



- Помощь Ключевым Клиентам в оптимизации процессов для достижения большей производительности и прибыльности
- Положительный пример будущего сотрудничества для Новых Клиентов

Как: Проведение совместных акций, совместное планирование деятельности, рекомендации по улучшению деятельности

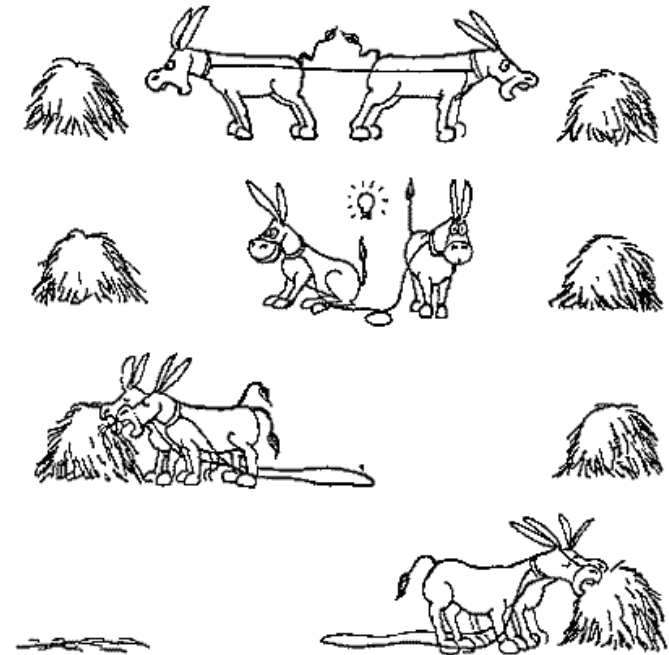
Пример сотрудничества с Ключевыми Клиентами (Дистрибуторами)



- TYREPLUS – это федеральная сеть профессиональных легковых и грузовых шинных центров, имеющая единые стандарты организации бизнеса по всей России, а также в странах СНГ (Украина, Казахстан, Молдова, Беларусь, Армения и Азербайджан).

Как увеличить клиентскую базу и сохранить хорошие отношения с Ключевыми Клиентами

- Компания Производитель и Ключевые Клиенты связаны друг с другом и обречены на сотрудничество
- Привлечение Новых Клиентов не должно приводить к падению закупок Ключевыми Клиентами, а к дополнительным продажам
- Постоянный поиск Новых Клиентов позволяет находить новых потенциальных Клиентов, которые могут стать Ключевыми



Спасибо за внимание!

Антипов Юрий

Коммерческий директор, департамент крупногабаритных шин
МИШЛЕН

E-mail: yuriy.antipov@ru.michelin.com или

E-mail: yuri-123@yandex.ru

Тел: +7 (905) 566-58-64