Moscow
Business School
Leadership Energy

Эффективная работа с существующей клиентской базой в B2B сегменте

Формат обучения: Очно | Онлайн

Срок обучения: 3 дня

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

Дата начала: 17.12.2025

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

Программа обучения

День 1

Основные инструменты взаимодействия с существующей клиентской базой

- Подходы в управлении клиентской базой
- Причины возможного снижения качества клиентской базы
- Основные условия качественной работы с текущей базой

Сегментация: аватары текущих клиентов и подходы к ним

- ABCXYZ-анализ клиентов компании
- Качество клиентского портфеля
- УТП и особенности взаимодействия с каждой группой
- Ключевые клиенты и работа с ними

Практикум «Топ-3 аватара клиента и ценностное предложение»

Метрики взаимодействия с клиентами для вашего бизнеса

- Существующие метрики и их применение
- Динамика ценности клиента LTV
- Возможности CRM-системы
- Анализ «узких горлышек» и работа с ними

- Разработка уникальных метрик для вашего бизнеса

Практикум «Разработка уникальных метрик (групповая работа)»

День 2

Стратегии взаимодействия с существующей базой потребителей

- Выстраивание воронки продаж для существующей базы
- Основные стратегии взаимодействия
- Индекс лояльности существующих клиентов
- Выбор/ разработка программ лояльности

Практикум «Мозговой штурм: оптимальная стратегия работы с существующей клиентской базой»

Преимущества и возможности эффективной работы с текущими клиентами

- Способы стимулирования «сарафанного радио»
- Инструменты по оценке и управлению изменениями потребительских мнений
- Использование результатов работы с базой для мотивации собственной команды

Практикум «Дополнительные возможности эффективной работы с клиентской базой для вашего проекта»

Внедрение системы работы с базой в бизнес-модель компании

- Инструменты управления клиентской базой внутри компании
- Определение конкретных шагов по внедрению системы работы с базой
- Система мотивации персонала в зависимости от выбранной стратегии

Практикум «Шаги по внедрению системы работы с базой»

День 3

Инструменты взаимодействия с клиентами для B2B

- Метод нескольких касаний
- Точечный маркетинг
- Принцип маркетинга ключевых клиентов

Принципы коммуникации с ЛПР в B2B-сегменте

- Взаимодействие с ЛПР через вопросы
- О чем не следует говорить с клиентами
- Подготовка к переговорам по модели GROW

Практикум — деловая игра «Удержание внимания ЛПР»

Уровни взаимодействия с клиентами и выход из конфликтных ситуаций

- Уровни взаимодействия с текущими клиентами
- Возможности получения дополнительных выгод от коммуникации
- Возражения и конфликты, и работа с ними

Практикум «Мозговой штурм: отработка возражений при работе с существующей клиентской базой»

Концепция действий в работе с текущими клиентами в B2B

- Консультативные и проектные продажи в B2B
- Принцип партнерства при работе с ключевыми клиентами
- Методология Сэндлера
- Customer journey map и ее принципы

Практикум «Разработка карты взаимодействия с клиентом»