| **Конструктор адаптивных планёрок**  [ внедрение / обучение / корректировка / постановка коллективных и бонусных задач ] | |
| --- | --- |
| **Подводка** | Насущных проблем у нас на данный момент несколько, но давайте обсудим наши постпродажи. Я имею ввиду, то как мы работаем с клиентом после возвращения из отпуска. |
| **Проблема**  Почему это важно? Связь с деньгами!!! | Наверное все будут согласны, что самые лояльные клиенты, это наши постоянные, или те кто приходит по «сарафанному радио». И именно им мы должны уделять особое внимание, потому что это на текущий момент, основная наша прибыль. Эти туристы практически не просят скидок, мы знаем их предпочтения и интересы. И, казалось бы только работай, но… иногда они просто о нас могут забыть, например, если турист покупал у нас всего 1 раз. Или кто-то из друзей переманил его в свое агентство. Или, он увидел чужую рекламу, и решил туда пзвонить… |
| Негативные примеры  Когда и как проблема проявляется? К чему это приводит? | Сейчас у нас эта работа ведется через раз. Нет скриптов, шаблонов писем для постпродаж. Не фиксируются конкретные сроки, когда нужно позвонить или написать. И мы, зачастую, просто поздно спохватываемся, и теряем туриста, а значит и нашу прибыль.. и «сарафанное радио» при этом тоже не работает. Следовательно мы теряем еще и потенциального клиента. Прогрессия потерь налицо. |
| Позитивные примеры Каким образом проблема решается? К чему это приводит? | Чтобы этого избежать, нужно прописать скрипты и вовремя их использовать. С клиентом должен быть постоянный, не реже 1 раза в квартал, контакт. Палку перегибать не нужно, но и контроля терять нельзя. Это может быть как поздравления с праздниками и ДР, так и интересные варианты туров, и просто уточнения намерений туриста. После такого общения, когда турист соберется в отпуск, в любом случае обратиться и к нам тоже, даже если он ищет в других агентствах. |
| Что теперь делаем? Связь со стандартами  и vision&values. | До конца декабря пишем скрипты и шаблоны для постпродаж. И, начиная с сегодняшнего дня, в обязательном порядке в CRM вносим даты напоминаний для касания с туристом после возвращения. Начинаем «дружить» с клиентом. Пусть наши клиенты получат ощущение заботы, внимания от нашей компании. |
| Сбор обратной связи Устранение возражений | Предлагаю каждому, дополнительно, подумать на эту тему. Написать варианты скриптов и шаблонов поздравлений. Если у кого-то сейчас есть что сказать, прошу высказываться… |
| Контроль Как будет проверяться  выполнение/исправление? | Через неделю я проверю, как вносятся даты напоминаний. Повторяю, это теперь обязательный момент. Не выполнившим, минус в карму.  Через 2 недели прошу всех написать варианты скриптов и тексты поздравлений. И возможно еще будут у кого идеи касаний с клиентом после возвращения. |
| Итоговое напутствие Что нам даст изменение в работе (процесс + $)?  Вера в сотрудников! | Что нам это даст? Во-первых мы точно будем знать, чем «дышит» наш турист, и он не будет забывать о нас. Во-вторых, если мы правильно построим наши постпродажи, турист будет чувствовать нашу заботу и внимание. В-третьих, мы получим гарантированную прибыль от постоянных клиентов, и привлечем новых, посредсвом рекомендаций. Когда мы все это внедрим, и все будет отлажено, это не будет занимать много времени, и принесет компании только выгоду. Я очень на вас надеюсь, и верю, что вы у меня самые талантливые! |