

Loyalty
**World
Forum**

Кейсы перехода от сегментирования к улучшению эффективности продаж

Вероника Зданович
Head of b2b marketing в Skyeng

8-9 июля 2020

Онлайн



Вероника

Зданович

Head of b2b marketing в Skyeng

О чём сегодня поговорим

1. Управление базой клиентов
2. Воронка продаж
3. Ёмкость плана продаж
4. Social Selling как элемент CRM

2017-2018

рост 4,6 раз по кол-ву новых учеников

2018-2019

рост 2,2 раза по кол-ву новых учеников

Х2,5 раз эффективность на 1 менеджера

Кейс 1: Управление базой клиентов в Skyeeng B2B

Боль 1: высокая доля сделок с мелкими клиентами

Кейс 1: Управление базой клиентов в Skyeeng B2B

Решение отдела маркетинга и аналитики: оценка ёмкости рынка по сегментам и категориям клиентов

Кейс 1: Управление базой клиентов в Skyeeng B2B

Результат: увеличили долю компаний высоких категорий

Отчёт по ёмкости

	Категория С	Категория В	Категория А	Категория А+
Категория: А+ все сферы				
	Месяц			
	Октябрь 2019	Ноябрь 2019	Декабрь 2019	Январь 2020
Ёмкость рынка	396	396	396	396
Обработанные	101	110	118	121
Сотрудничали	51	54	54	54
В работе	86	92	96	80
Новые клиенты	2	3	0	0
Доля обработанных	25,51%	27,78%	29,80%	30,56%
Доля приведенных	12,88%	13,64%	13,64%	13,64%

Кейс 1: Управление базой клиентов в Skyeeng B2B

Боль 2: 2 часа каждый день менеджер тратил на подготовку базы

Кейс 1: Управление базой клиентов в Skyeeng B2B

Решение отдела маркетинга и аналитики: разработали алгоритм распределения новой базы между менеджерами по четким критериям

Кейс 1: Управление базой клиентов в Skyeeng B2B

Результат: увеличили кол-во новых компаний в месяц на 43%

Кейс 1: Управление базой клиентов в Skyeeng B2B

Боль: Не было контроля движения лидов по воронке на коротких периодах

Кейс 2: Когортная воронка отдела продаж

Решение: Когортная воронка. Не такая красивая, как “цветные” воронки.

Кейс 2: Когортная воронка отдела продаж

Результат: Сократили цикл сделки с 67 до 45 дней. Увеличили конверсию с каждого этапа с 12 % до 23 %.

Кейс 2: Когортная воронка отдела продаж

Week of Начало всего	Этап	27 января ..	3 февра ля..	10 февр аля..
Grand Total		10	475	967
27 января 2020 г.	Total	10	10	10
	Взял в работу	7	6	5
	Вышел на ЛПР, Назначил встречу			1
	Провел встречу, Отправил предложение	2	3	2
	Проект согласован, Документы подписаны			1
	Проиграно	1	1	1
3 февраля 2020 г.	Total		465	465
	Взял в работу		279	237
	Вышел на ЛПР, Назначил встречу		29	36
	Провел встречу, Отправил предложение		7	22
	Проект согласован, Документы подписаны		15	27
	Получена оплата		3	11
	Проиграно		132	132
10 февраля 2020 г.	Total			492
	Взял в работу			330
	Вышел на ЛПР, Назначил встречу			22
	Провел встречу, Отправил предложение			14
	Проект согласован, Документы подписаны			12
	Получена оплата			3
	Проиграно			111

Кейс 3: Емкость плана продаж

Боль: нет превентивного инструмента для управления результатом продаж

Кейс 3: Емкость плана продаж

Решение: прогнозирование конверсий по CJM клиента + категории компании

Кейс 3: Емкость плана продаж

Результат: появился инструмент, который за 1 месяца показывает вероятность выполнения плана.

		1	2	3	4	5	6	7
Июль 2020	План месяца	3938	3938	3938	3938	3938	3938	3938
	Факт месяца	109	224	309	371	422	545	608
	ВУ всего	323	369	377	398	399	465	449
	ВУ SP	277	298	299	318	318	377	362
	ВУ Согр	46	71	78	80	81	88	88
	Факт. вып. месяца	3%	6%	8%	9%	11%	14%	15%
	Ёмкость	9%	13%	15%	17%	18%	22%	24%



Кейс 4: Social Selling как элемент CRM

Боль: высокая стоимость привлечения лида в социальных сетях для B2B

Решение от отдела маркетинга и e-mail маркетинга:
внедрение стратегии привлечения лидов с помощью Social Selling

Результат: бюджет на РК в социальных сетях составил 0

Кейс: Orange Meraki Campaign

Платная рекламная кампаний продукта Meraki (14 дней)

Social Selling активность менеджеров по продажам (14 дней)

16

Менеджеров по продажам

84

Постов

491

Реакций

26

Комментариев

742

Переходы

45 545

Охват

А сейчас о главном

Платная РК

- Бюджет: 2 000 €
- Охват: 28 128
- Переходы: 372
- CTR: 1,41%
- CPC: 5,38€

Social Selling

- Бюджет: 0
- Охват: 45 545
- Переходы: 742
- CTR: 1,63%
- CPC: 0

КАКИЕ 3 ШАГА ВЫ ЗАМЕТИЛИ?

ШАГ 1 - ИЩИТЕ БОЛЬ

ШАГ 2 - ИЩИТЕ РЕШЕНИЕ

ШАГ 3 - СМЕЛО ВНЕДРЯЙТЕ И ОЦЕНИВАЙТЕ ЧТО
ИЗМЕНИЛОСЬ

Данные и система

Loyalty
**World
Forum**

Спасибо за внимание!

Вероника Зданович,

[Facebook](#)

[Instagram](#)

Head of b2b marketing в Skyeng

8-9 июля 2020

Онлайн