



4. Годовой отчет положительных эмоций



Годовой отчет положительных эмоций — простой печатный или электронный документ, резюмирующий все хорошее, что вы сделали за год для своих клиентов.

Помогает

- усилить коммуникации с новыми клиентами, сделать их более убедительными и заметными;
- склонить чашу весов на переговорах с новыми клиентами в вашу сторону;
- существующим клиентам дает полную и понятную картину всего того хорошего, что вы сделали для них за календарный (или финансовый) год.

Время реализации

Неделя максимум.

Как использовать

Очень часто на встречах с новыми клиентами представители компании рассказывают, какая компания молодец, как «много мы делаем для наших клиентов», не предъявляя никаких доказательств.

С годовым отчетом положительных эмоций эти утверждения уже не будут казаться голословными.

Игорь Манн: «Идея создания годового отчета родилась у нас, когда компания “Маркетинг Машина” как консультант работала с банком “Европейский” в Калининграде.

Банкам положено делать финансовые годовые отчеты.

Банк “Европейский” имел отличные финансовые показатели, но, к сожалению, в этом отчете нельзя было отразить, сколько всего хорошего банк сделал за 2012 год для своих клиентов (у банка было позиционирование “Банк положительных эмоций” — и это обязывало делать много хорошего для своих любимых клиентов — корпоративных и частных).

И тут нас осенило!

“Как насчет идеи сделать годового отчета положительных эмоций для ваших корпоративных клиентов?” — спросили мы команду маркетинга банка.

Идея была принята благосклонно — и через месяц в PDF был сверстан первый годового отчета, в который вошло более 30 приятных вещей, активностей и программ, созданных за год для клиентов банка. Менеджерам коммерческого блока инструмент пришелся по душе!

Они рассылали его существующим и новым клиентам банка.

Они показывали и комментировали его на переговорах с новыми клиентами.

Эффективность документа доказывает тот факт, что годового отчета положительных эмоций сотрудники службы маркетинга банка продолжали делать несколько лет подряд, все выше и выше поднимая планку в обслуживании клиентов.

Когда я рассказал об этом минской компании STA Logistia, они тут же сделали свой годовой отчет положительных эмоций. На 29 (!) страницах.

А сейчас над таким отчетом работает еще один мой клиент — российская компания «СИБУР».

Сделайте свой годовой отчет положительных эмоций! Он будет для вас практически бесплатным, если сделать его самому, экспортировать в PDF и распечатать на принтере — лучше цветном.

Вы сможете использовать его в работе с существующими клиентами (рассылая им в конце года, подводя итоги работы) и — главное — во время переговоров с потенциальными клиентами, которым вы сможете показать реальное взаимодействие компании со своими клиентами.

Пока ваши конкуренты говорят общие слова — вы конкретны и убедительны благодаря годовому отчету положительных эмоций.

Как это сделать (и сделать как можно лучше)

Важна правильная логика и четкая структура отчета. Подумайте, на какие блоки вы можете разделить все то, что вы сделали для ваших клиентов. Например, это могут быть разделы:

- маркетинг,
- сервис,
- IT,
- обучение,
- программа лояльности...

Сделайте годовой отчет положительных эмоций понятным, ярким и привлекательным — не скупитесь на позитивный дизайн! Название отчета обязывает! Поэтому, повторюсь, годовой отчет положительных эмоций лучше печатать на цветном принтере — а при изготовлении в типографии сделать его полноцветным.

Используйте сквозную нумерацию клиентских «приятностей». Вы можете так и назвать свой отчет: «34 приятности, которые мы сделали для наших клиентов в 2016 году».

Пусть годовой отчет положительных эмоций станет традицией. Тут вам пригодится сквозная нумерация (см. выше) — постарайтесь в следующем году дать еще больше «плюшек» вашим любимым клиентам!

Не мелочитесь. Не стоит включать в отчет незначимые и незначительные вещи («мы поставили автоответчик с цветным тачпадом...»). То, о чем вы пишете в отчете, должно быть значимым для клиентов.

Подумайте, как вы можете сообщить о вашем годовом отчете положительных эмоций как можно большему количеству потенциальных клиентов. Выложить его на сайт? Распространить через пресс-релиз? Использовать социальные сети?..

Клиент — понятие широкое. Как насчет того, чтобы сделать годовой отчет положительных эмоций для бизнес-партнеров?

Для поставщиков? Для прессы? А для сотрудников? (предложите эту идею вашему HR-директору).



[Почитать описание, рецензии
и купить на сайте](#)

Лучшие цитаты из книг, бесплатные главы и новинки:

