

营销活动策划—中小企业客户关怀

(为什么开展客户关怀计划?)

增长收入

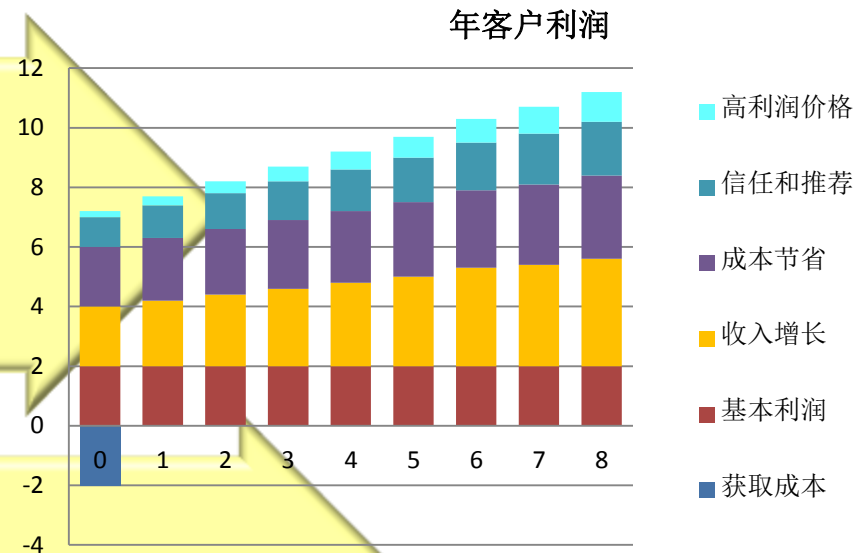
- 增加收入来源的平均价值
- 提升客户重复购买比率
- 提升客户的平均价值
- 提升客户购买频率
- 增加年费混合类型

提高营销效率

- 集中化的数据挖掘和沟通策略制定, 来减少执行成本
- 制定出最棒的执行流程
- 在全球各国不断使用计划和执行流程
- 提升客户数据质量
- 通过建立CRM合作共同体, 加深使用CRM的专业技能
- 通过可反复使用地流程和工具降低销售成本

提升高价值客户忠诚度

- 产品优点介绍
- 降低竞争产品的影响
- 提升客户参与
- 增加年费业务
- 提升套餐渗透率



营销活动策划—中小企业客户关怀

(客户关怀操作图)

欢迎

部署

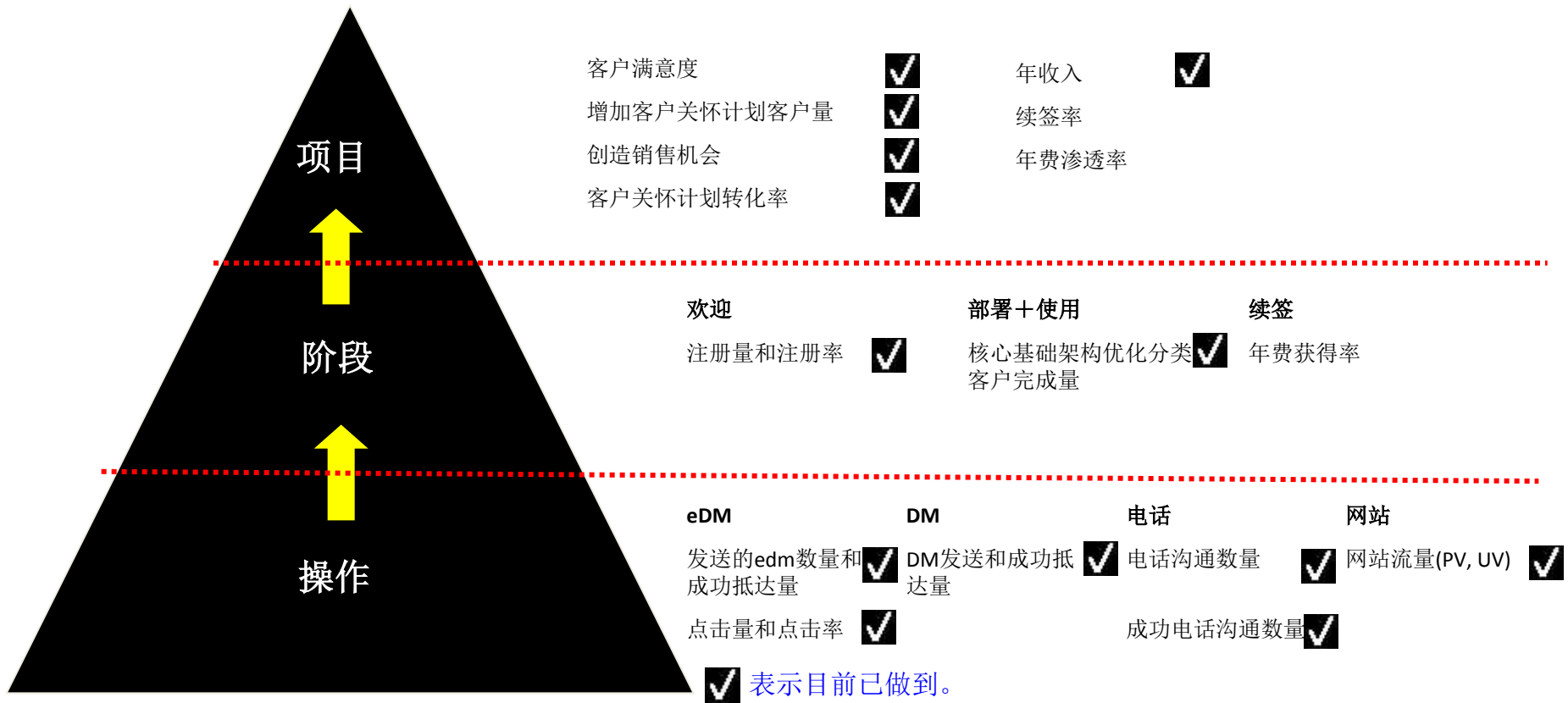
使用

续签

目标客户	中高端客户在上个月购买了产品，并且没有接受过欢迎电话。	接受过欢迎电话的客户	接受过欢迎电话的客户	年费到期的客户（软件保障应该在6个月之内续签。）			
售后联系触发器	售后1个月	售后2-4个月	售后5—18个月/30个月	开放式许可证：售后19—24个月；企业协议/选择/OLV：售后31—36个月			
客户体验	感谢客户	软件保障部署	使用技巧	续签价值			
	介绍软件保障有点及免费支持政策	核心基础架构优化分类	交叉销售/向上销售 机会创造	明确理解续签流程			
	促销申请						
活动	DM/EDM/TSR 电话沟通						
	TSR电话沟通						
	TSR 电话沟通/PAM/合作伙伴						
	DM/EDM/TSR 电话沟通/合作伙伴						
所有客户	补充或调查的客户 发放礼品	所有客户	培训项目列表	所有客户	使用技巧	减90天	为什么续签\怎样续签\预算\合作伙伴\续签计划
	许可证声明，根据大量授权方案服务和eopen		客户活动操作图		客户问题帮助		
	免费支持介绍		最终用户促销介绍		促销介绍	减45天	预算\合作伙伴\续签计划\促销优惠
	促销礼品申请				客户活动操作图		
软件保障客户	软件保障优点介绍	软件保障客户	软件保障体验反馈	软件保障客户	软件保障项目	减0天	状态更新\备选解决方案
	激活流程						

营销活动策划—中小企业客户关怀

(客户关怀测量框架)

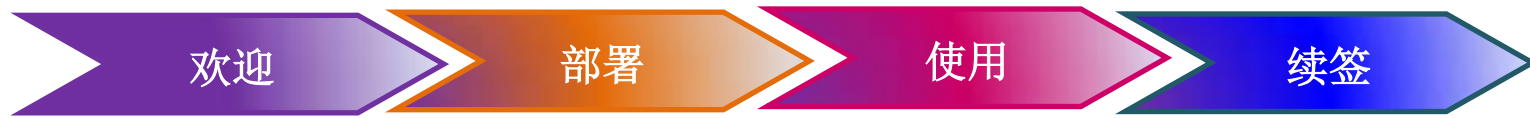


项目的成功主要根据以下3个级别来衡量:

- 项目级别: 衡量指标是把以前项目结果作为新项目比较的参照点, 来评估市场花费的回报, 并作为未来项目级别优化的战略性基准点。
- 阶段级别: 衡量指标将允许衡量项目客户关怀计划每个阶段的指定沟通活动指标。
- 操作级别: 衡量指标将衡量具体的接触点并制定出比较的基准点。

营销活动策划—中小企业客户关怀

(客户关怀+忠诚度项目>=赢单)



公司层面关系

1 次沟通

80%



知晓

互动

满意

忠诚

倡导

20%



个人层面忠诚



赢得“合同和忠诚”



顺利沟通

营销活动策划—中小企业客户关怀

(客户推进忠诚度客户社区双向互动)

双向互动

- 社区营销重点放在动态的积分兑换和信息交流的双向互动。

用工具获得
深度洞察力

- 合作信息板 (BBS)
- 论坛 (博客和博客)
- 经常的, 针对性市场研究 (在线调查和在线焦点访谈小组)



需要从不同来源了解客户关怀的对象:

不仅是交易数据, 而且是定性研究的态度数据 (来自在线焦点访谈小组, 博客和语义网, 等等)

营销活动策划—中小企业客户关怀

(客户忠诚度项目关键衡量指标, 积分和奖励体系)

1. 设定衡量目标:

- 控制组和测试组的交易额的提升比较。(项目前后)
- 控制组和测试组的购买频率比较。(项目前后)
- 控制组和测试组的交叉购买比较(产品个数)。(项目前后)
- 控制组和测试组的影响金额比较。(控制组和测试组)
- 控制组和测试组的客户挽留比较。(控制组和测试组)
- 控制组和测试组的投入产出比比较。(控制组和测试组)

2. 通过积分体系, 理解客户行为和关系

- 控制组和测试组, 在沟通中的关系积分。(控制组和测试组)
- 控制组和测试组, 在内部推荐中的关系积分。(控制组和测试组)
- 控制组和测试组, 在外部推荐中的关系积分, 将导致其他公司的购买。(控制组和测试组)

3. 评估奖励积分体系的有效性

- 同时奖励购买者和倡导者。
- 认可和给予特权。
- 具体因素, 积分和权重。
- 发现和剖析忠诚客户的具体背景信息。

Scoring and Rewarding Plan

Key Metrics	Structure	KPI/FP (Phase Score)							Point	Tracking Tool	How Evaluated	
		Control	Market	Finance	Marketing	Quality	Cost	Revenue				
Control info tracking	Level1: Contact name+Phone+Email								5	Ticket	Control: Know before buying system Launch	
	Level2: Contact name+Phone								3			
	Level3: Contact name+Email Address								3			
	Level4: Contact name+Phone+Email								5			
	Level5: Contact name+Phone								3			
	Level6: Contact name+Email Address								3			
KPI/Tracking	Control Revenue	N/A	Y	Y	Y	N/A	Y	Y	N/A	10	Excel	FINANCIAL
	Revenue full 100 within 4 months		10				10			10		
	Same through 100 within 4 months		5				5			5		
	Same through 100 after 4 months		5				5			5		
	Marketing	N/A	Y	Y	Y	N/A	Y	Y	N/A	10		
	Revenue full 100 within 8 months		10				10			10		
Open	Revenue full 100 within 8 months		5				5			5		
	Same through 100 after 8 months		5				5			5		
Ready	Revenue full 100	N/A	N/A	N/A	Y	Y	Y	Y	Y	5-7	Website	HR
	Additional for 10 product after profiling				1	1	1	1	1	5		
	Revenue 100 within 4 months	N/A	N/A	N/A	Y	Y	Y	Y	Y	10		
	SA, SVP, CSM, Sales, and agreement				4	4	4	4	4	4		
Registration	SA, SVP, CSM, Sales, and agreement				2	2	2	2	2	2		
	LA, SVP, CSM, Sales, and agreement				2	2	2	2	2	2		
Registration	LA, SVP, CSM, Sales, and agreement				2	2	2	2	2	2		
	LA, SVP, CSM, Sales, and agreement				2	2	2	2	2	2		
Registration	LA, SVP, CSM, Sales, and agreement				2	2	2	2	2	2		
	LA, SVP, CSM, Sales, and agreement				2	2	2	2	2	2		

