

Издательский дом «Имидж-Медиа»

Главный редактор:

Тимур Асланов
editor@image-media.ru

Заместитель главного редактора:

Карина Весновская
karina.vsn@gmail.com

Редактор выпуска:

Ольга Нестерова

Отдел подписки:

Руководители

Елена Артамонова,
Маргарита Казакова,
Татьяна Тренина

Старшие менеджеры

Наталья Гайтова,
Елена Николаева,
Татьяна Ямкина

Екатерина Васильева,

Наталья Власова,
Ольга Ларина,
Татьяна Ломоносова,
Татьяна Ягодина

Отдел продления подписки:

Руководители

Наталья Беляева,
Марина Напылова,
Галина Смирнова

Старшие менеджеры

Марина Безрукова,
Ирина Матвеева

Эльвира Абдеева,
Ольга Доловская,
Алла Каравашкина,
Элина Сперанская,
Ольга Титовская,
Наталья Трибуналова

Менеджер по выставочной
деятельности:

Ирина Тарасова
event@image-media.ru

Отдел доставки:

Руководитель

Анастасия Тарычева
dostavka@reklamodatel.ru

Экономико-правовое обеспечение:

Наталья Кульгина

Верстка:

Анна Турухтанова

Корректоры:

Марина Саулина,
Елена Волкова

Адрес редакции:

127018, г. Москва, ул. Полковая,
дом 3, стр. 6, каб. 305
Тел.: (495) 723-39-49, 726-90-52,
739-86-27

В случае возникновения проблем
с доставкой издания просьба
немедленно сообщать на e-mail:
dostavka@image-media.ru
или по телефону (495) 723-17-15

Территория распространения:

Российская Федерация, Украина,
Белоруссия, Казахстан,
страны Балтии

Андрей Зинкевич

ЭФФЕКТИВНЫЙ ПОДХОД

ЧТО БУДЕТ, ЕСЛИ ЗАВТРА ТВОИ КЛИЕНТЫ ИСЧЕЗНУТ?

6

Денис Коновалов

ИНСТРУМЕНТ

КАК ОЦЕНИТЬ ПОТЕНЦИАЛ СУЩЕСТВУЮЩИХ
КЛИЕНТОВ?

11

Сергей Серов

АВТОМАТИЗАЦИЯ

CRM ВО БЛАГО!

12

МЕНЕДЖМЕНТ ОТНОШЕНИЙ

БАЗА КАК ОСНОВА

19

МЕНЕДЖМЕНТ ОТНОШЕНИЙ

ИНДИВИДУАЛЬНЫЙ ПОДХОД

23

ЛИЧНАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ

КАК ЗАПОЛУЧИТЬ ДОВЕРИЕ КЛИЕНТОВ

27

Андрей Федяев

МЕНЕДЖМЕНТ ОТНОШЕНИЙ

КАК СДЕЛАТЬ ТАК, ЧТОБЫ КЛИЕНТЫ САМИ БОЯЛИСЬ
НАС ПОТЕРЯТЬ?

32

Ринат Хайруллин

ПРАКТИКА

КАК ОТВЕЧАТЬ КЛИЕНТУ НА ВОЗРАЖЕНИЯ?

45

Михаил Графский

ЛИЧНАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ

КАК УБЕДИТЬ КЛИЕНТА

46

УПРАВЛЕНИЕ КЛИЕНТСКОЙ БАЗОЙ

СТРАТЕГИЯ ПРОДАЖ: КОЛИЧЕСТВО ИЛИ КАЧЕСТВО
КЛИЕНТОВ? (НА ЧТО ДЕЛАТЬ УПОР: МЕЛКИЕ
КЛИЕНТЫ ИЛИ КРУПНЫЕ/ДИСТРИБУТОРСКИЕ СЕТИ?)

49

Ольга Нестерова

ОСНОВА ОТНОШЕНИЙ

ЛОЯЛЬНОСТЬ. ОЦЕНКА И ПОСТРОЕНИЕ

56

Радмилу Лукич, Евгений Колотилов

ЭФФЕКТИВНЫЙ ПОДХОД

ДОВОЛЬНЫЙ КЛИЕНТ – ПОСТОЯННЫЙ КЛИЕНТ
УЛУЧШАЯ ВЗАИМООТНОШЕНИЯ, ПОВЫШАЕМ
УРОВЕНЬ ДОХОДА

63

Перепечатка материалов без письменного согласия и ссылки на альманах «Как удерживать клиентов» запрещена. Мнение редакции может не совпадать с мнением авторов. Все рекламируемые товары и услуги подлежат обязательной сертификации. Ответственность за содержание рекламы несет рекламодатель.

<i>Юрий Блинов</i>	МЕНЕДЖМЕНТ ОТНОШЕНИЙ	69
<hr/>		
МАРКЕТИНГ КЛИЕНТСКИХ ОТНОШЕНИЙ		
	МЕНЕДЖМЕНТ ОТНОШЕНИЙ	73
<hr/>		
<i>Алексей Гребенюк</i>	ЭФФЕКТИВНЫЙ ПОДХОД	79
<hr/>		
МЕТОДЫ УДЕРЖАНИЯ КЛИЕНТОВ В РЕКЛАМНОМ БИЗНЕСЕ		
	МЕНЕДЖМЕНТ ОТНОШЕНИЙ	83
<hr/>		
<i>Марина Мелехова</i>	МЕНЕДЖМЕНТ ОТНОШЕНИЙ	83
<hr/>		
НЕФОРМАЛЬНЫЕ ОТНОШЕНИЯ С КЛИЕНТОМ: ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ		
	ЭФФЕКТИВНЫЙ ПОДХОД	88
<hr/>		
ОБСЛУЖИВАНИЕ НА «5+»		
	КЛИЕНТОЛОГИЯ	94
<hr/>		
ОПРЕДЕЛЕНИЕ ЦЕННОСТИ КЛИЕНТА		
	ЭФФЕКТИВНЫЙ ПОДХОД	98
<hr/>		
<i>Дмитрий Модестов</i>	ЭФФЕКТИВНЫЙ ПОДХОД	98
<hr/>		
ОТКРЫТОСТЬ ВО ВЗАИМОДЕЙСТВИИ С КЛИЕНТАМИ		
	ЭФФЕКТИВНЫЙ ПОДХОД	102
<hr/>		
<i>Анна Гречко</i>	ЭФФЕКТИВНЫЙ ПОДХОД	102
<hr/>		
ОЦЕНКА ПЕРСОНАЛА КАК ИНСТРУМЕНТ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ КЛИЕНТСКОГО СЕРВИСА		
	МЕНЕДЖМЕНТ ОТНОШЕНИЙ	107
<hr/>		
<i>Елена Мамедова</i>	МЕНЕДЖМЕНТ ОТНОШЕНИЙ	107
<hr/>		
ОШИБКИ ПРИ РАБОТЕ С КЛИЕНТАМИ		
	МЕНЕДЖМЕНТ ОТНОШЕНИЙ	111
<hr/>		
<i>Иван Скородумов</i>	МЕНЕДЖМЕНТ ОТНОШЕНИЙ	111
<hr/>		
РЕАКТИВАЦИЯ КЛИЕНТОВ		
	МЕНЕДЖМЕНТ ОТНОШЕНИЙ	114
<hr/>		
<i>Денис Зуев</i>	МЕНЕДЖМЕНТ ОТНОШЕНИЙ	114
<hr/>		
УДЕРЖАНИЕ КЛИЕНТОВ КАК ЭЛЕМЕНТ СТРАТЕГИИ		
	МЕНЕДЖМЕНТ ОТНОШЕНИЙ	115
<hr/>		
<i>Валерий Травков</i>	МЕНЕДЖМЕНТ ОТНОШЕНИЙ	115
<hr/>		
ПЕРЕХВАТ И УДЕРЖАНИЕ КОРПОРАТИВНЫХ КЛИЕНТОВ		
	ЭФФЕКТИВНЫЙ ПОДХОД	120
<hr/>		
<i>Сергей Серов</i>	ЭФФЕКТИВНЫЙ ПОДХОД	120
<hr/>		
ПОЛИТИКА ОРИЕНТАЦИИ НА КЛИЕНТА		
	МЕНЕДЖМЕНТ ОТНОШЕНИЙ	124
<hr/>		
<i>Лариса Амалина</i>	МЕНЕДЖМЕНТ ОТНОШЕНИЙ	124
<hr/>		
ПОСТРОЕНИЕ ДОЛГОСРОЧНЫХ ОТНОШЕНИЙ С КЛИЕНТАМИ В СФЕРЕ B2B		
	ИНСТРУМЕНТ	128
<hr/>		
<i>Дмитрий Петряшов</i>	ИНСТРУМЕНТ	128
<hr/>		
КАК ВЕРНУТЬ ПОТЕРЯННЫХ КЛИЕНТОВ?		

<i>Айнур Сафин</i>	ЭФФЕКТИВНЫЙ ПОДХОД	134
ЧТО ПОДАРИТЬ ЛЮБИМОМУ КЛИЕНТУ?		
<i>Александр Кишинский</i>	МЕНЕДЖМЕНТ ОТНОШЕНИЙ	136
КУДА УХОДЯТ КЛИЕНТЫ?		
ВОПРОС РИТОРИЧЕСКИЙ. К КОНКУРЕНТАМ		
<i>Ольга Миронова</i>	ИНСТРУМЕНТ	137
СТИМУЛИРОВАНИЕ СБЫТА = УДЕРЖАНИЕ КЛИЕНТОВ		
<i>Ольга Нестерова</i>	ИНСТРУМЕНТ	143
УДЕРЖАНИЕ В ОНЛАЙН-СРЕДЕ		
<i>Артем Бразговский</i>	ЛИЧНАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ	148
ДЕЛАЕМ СПИСОК ВЫГОД И ПРЕИМУЩЕСТВ		
ПОДРОБНОЕ РУКОВОДСТВО		
<i>Анатолий Сафронов</i>	ЭФФЕКТИВНЫЙ ПОДХОД	150
ДОЛГОСРОЧНАЯ КЛИЕНТСКАЯ СТРАТЕГИЯ		
<i>Геннадий Минченко</i>	ЭФФЕКТИВНЫЙ ПОДХОД	154
КАК ПОВЫСИТЬ ЧИСЛО ПОСТОЯННЫХ КЛИЕНТОВ?		
	ЭФФЕКТИВНЫЙ ПОДХОД	157
ЧТОБЫ КЛИЕНТ ОСТАЛСЯ		
<i>Антон Харин</i>	КЛИЕНТОЛОГИЯ	163
ПОЖИЗНЕННАЯ ЦЕННОСТЬ КЛИЕНТА		
	ИНСТРУМЕНТ	165
РАБОТА НА ВЫСТАВКАХ		
<i>Евгений Котов</i>	ИНСТРУМЕНТ	170
РАБОТА НАД ОШИБКАМИ		
КЛИЕНТСКАЯ БАЗА КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ ЛОЯЛЬНОСТИ		
<i>Артем Бразговский</i>	КЛИЕНТОЛОГИЯ	173
ЧТО ДЕЛАТЬ С КЛИЕНТОМ ЧЕРЕЗ 14 ДНЕЙ?		
<i>Ася Барышева</i>	МЕНЕДЖМЕНТ ОТНОШЕНИЙ	175
КОГДА КЛИЕНТ НЕ ЗНАЕТ САМ, ЧЕГО ХОЧЕТ:		
КАК ВЫСТРОИТЬ КОММУНИКАЦИЮ?		