



Концепция

Организация продаж услуг по ремонту и внутренней отделке помещений



Краснодар, 2016г.



Текущее состояние

Компания ООО «ОК-РЕМОНТ» оказывает услуги по комплексному ремонту квартир, домов, офисов, коттеджей, магазинов в г. Краснодаре.

Официальный сайт - <http://www.ok-ремонт.рф>. Привлечение новых клиентов через сайт фактически не осуществляется.

В компании отсутствуют сотрудники, отвечающие за привлечение новых клиентов.

Фактически основной входящий поток новых клиентов дает «сарафанное» радио – рекомендации старых клиентов, которым ранее оказывались качественные услуги.

Основной клиентский сегмент – физические лица, которые обращаются за ремонтом квартир.

Основные ключевые потребности клиентов:

Безопасность – клиенты хотят быть уверены, что ремонт будет сделан качественно и профессионально, а работающие сотрудники доставят минимум неудобств при выполнении работ.

Экономия – большинство клиентов хотят получить желаемое качество услуг за как можно меньшие деньги.

Престиж – некоторые клиенты хотят получить ремонт очень высокого качества с эксклюзивным дизайном. При этом цена их интересует в меньшей степени, чем качество.

Ситуация на рынке:

Ситуация на рынке Краснодара и Краснодарского характеризуется с одной стороны высокой конкуренцией – очень много компаний и частных мастеров предлагают аналогичные услуги, а с другой стороны снижением спроса на услуги по ремонту, связанного с общей экономической ситуацией в России.

Рекомендации

РЕКОМЕНДАЦИЯ №1 – Сайт

Сегодня все больше и больше людей ищут информацию о поставщиках услуг в Интернет. В настоящий момент сайт <http://www.ok-ремонт.рф> не удовлетворяет основных потребностей клиентов и имеет следующие основные недостатки:

- сайт очень долго грузиться;
- дизайн сайт не соответствует потребностям и ожиданиям клиентов;
- сайт не оптимизирован под поисковые запросы потенциальных клиентов (SEO) и, как следствие, потенциальные клиенты редко попадают на сайт из основных поисковых систем (Google, Yandex);
- практически отсутствуют ссылки на сайт на других интернет-ресурсах, что существенно отражается на выдаче в поисковых системах при поиске поставщика услуг потенциальными клиентами;
- очень много конкурентов со схожими названиями сайтов.

Фактически вместо мотивации на продажу и обращение клиентов, сайт скорее создает у потенциальных клиентов обратную реакцию – «ужасный» сайт (так считают 40% посетителей, проголосовавших на сайте) создает ассоциацию с таким же плохим качеством работы. Даже если запустить механизмы привлечения посетителей на сайт (SEO-продвижение и контекстная реклама), то продаж с сайта по-прежнему не будет.

Для того чтобы использовать Интернет в качестве канала привлечения клиентов необходимо полностью переделать сайт.

Основные требования к новому сайту:

- простой, но нестандартный дизайн, соответствующий позиционированию компании на рынке и удовлетворяющий ожидаемые потребности клиентов;
- высокая скорость загрузки;
- основная цель сайта – сформировать доверие и позитивное отношение у потенциального клиента;
- акцент в коммуникациях – сформировать потребность в звонке клиента;
- небольшое количество страниц (не требуется постоянная доработка, так что для лучшего SEO-продвижения лучше без CMS);
- сделать отдельный раздел для корпоративных клиентов;
- необходимость хотя бы первичная SEO-оптимизация (регистрация сайта в поисковых системах, каталогах, досках объявлений), для того чтобы клиенты могли попадать на сайт через поисковые запросы;
- возможно новое, более уникальное, доменное имя, которое позволит «отстроиться» от конкурентов.



Рекомендации

РЕКОМЕНДАЦИЯ №2 – Позиционирование компании

Учитывая потребности клиентского сегмента и высокую конкуренцию особенно важно правильно позиционировать компанию на рынке.

Сегодняшнее позиционирование «Ремонт - это просто!», не совсем соответствует потребностям клиентского сегмента. При позиционировании компании необходимо обратить внимание на следующие важные аспекты:

- клиенты, заказывающие ремонт, в итоге, помимо качественного ремонта ожидают получения определенных положительных эмоций;
- многие клиенты ожидают качественного ремонта за небольшие деньги, при этом они считают, что частные мастера делают дешевле, чем компании;
- при принятии решения для многих клиентов очень важна репутация и узнаваемость компании, которая сформировалась на рынке за определенное время;
- некоторые клиенты ожидают определенную эксклюзивность от поставщика услуг.

Учитывая вышеперечисленные аспекты, необходимо по-другому позиционировать компанию – хорошо узнаваемая частная бригада (бригады), объединенные единым брендом, работающие быстро, профессионально и с высоким качеством, которая при необходимости может произвести эксклюзивный ремонт.

Примерами того нового позиционирования бренда могут быть названия, связанные с личным брендом владельца бизнеса (при этом название ООО менять не потребуется):

- Бригада Дяди Коли;
- Ребята Дяди Коли;
- Клёвая бригада Дяди Коли;
- Ребята Саныча;
- Бригада Коляныча.

Для усиления эмоционального восприятия можно на сайте добавить раздел: «Дядя Коля о ремонте», в котором будут размещены короткие и философские мысли, например:

«Вы всегда можете начать штукатурить стены сами - это почти так же просто, как купить карасей в магазине. Примерно через месяц Вы втянетесь в этот процесс настолько, что начнете переворачивать карасей на сковороде шпателем...».

«При самостоятельно ремонте Вам придется выбирать между гордостью и честностью, когда Ваши друзья Вас спросят: «Кто так криво положил плитку у Вас в ванной?»».



Рекомендации

РЕКОМЕНДАЦИЯ №3 – Контекстная реклама

Для привлечения клиентов в первые 3-4 месяца, пока новый сайт недостаточно хорошо будет искаться в поисковых системах, целесообразно привлекать на сайт потенциальных клиентов с помощью контекстной рекламы, используя Yandex Direct и Google AdWords.

Приблизительный бюджет рекламных компаний составит 15-30 тыс. руб. в месяц на 1000 посетителей сайта.

При настройке рекламных компаний необходимо обратить на следующие основные факторы:

- ключевыми преимуществами будут цена, качество и индивидуальный подход;
- для разных клиентских сегментов необходимы разные объявления и своя «посадочная» страница на сайте для каждого клиентского сегмента с акцентами на преимуществах услуг только для данного клиентского сегмента;
- регион показа объявлений – Краснодар.

Постепенное снижение ежемесячных расходов на рекламу в Yandex Direct и Google AdWords будет осуществляться за счет поискового продвижения нового сайта.

РЕКОМЕНДАЦИЯ №4 – Тарифы

Тарифы на сайте на услуги необходимо, с одной стороны, оформить так, чтобы они были доступны для улучшения поисковой оптимизации (сейчас сделано в виде картинки), а с другой стороны дополнительно добавить более понятные примеры-ориентиры общей стоимости ремонта, например, средняя стоимость ремонта, в который входит _____, с площадью комнаты в 10 кв. м. занимает от ___ и до _____. Многим потенциальным клиентам это более понятно в качестве ориентира, чем просто перечень услуг, представленный сейчас на сайте.

Рекомендации

РЕКОМЕНДАЦИЯ №5 – Обучение продажам

Для более эффективной обработки входящего клиентского потока (входящих телефонных звонков и последующих встреч), целесообразно организовать дополнительное обучение людей, непосредственно общающихся с клиентами.

Это может быть отдельный обучающий тренинг, либо разработка и использование специального нормативного документа «Пособие по продажам услуг по ремонту и отделке помещений». В состав такого тренинга/документа обычно входит:

1. Теоретические аспекты продаж услуг по ремонту помещений:
 - факторы, определяющие поведения клиентов;
 - установление контакта;
 - выявление и анализ потребностей клиента;
 - мотивация клиентов при обращении за услугами по ремонту помещения;
 - техника постановки вопросов, их виды;
 - презентация услуг по ремонту;
 - правила аргументации;
 - работа с возражениями;
 - приемы заключения договора.
2. Основные особенности клиентского сегмента.
3. Конкурентные преимущества и продуктовая линейка компаний, оказывающих услуги по ремонту помещений.
4. Активные продажи услуг по ремонту корпоративным клиентам.
5. Агентские продажи услуг по ремонту помещений:
 - схема организации агентских продаж;
 - основные агентские сегменты;
6. Отчетность
7. Приложение - Список литературы «Полезные книги по продажам».

Рекомендации

РЕКОМЕНДАЦИЯ №6 – Система лояльности

Ключевым фактором при продажах, безусловно, является необходимость поддержания высокого уровня лояльности клиентов, которым уже оказывались услуги по ремонту и отделке помещений.

Для повышения лояльности, скидки в деньгах лучше стараться не давать – правильнее дарить не деньги, а сервис и эмоции.

Возможные варианты, позволяющие существенно увеличивать лояльность клиентов:

- в конце ремонта дарить хозяевам какой-то недорогой, но интересный подарок «на счастье» - подкову, памятный сувенир или подарок «на окончание ремонта» - бутылку шампанского, коробку конфет, цветы (для женщин) и т.д.;
- обязательно оставлять несколько визиток, которые владелец квартиры может подарить своим друзьям», соответствующих позиционированию, например, «Эти ребята сделали Клёвый ремонт мне, сделают и тебе!» (только надо убедиться, что клиент остался действительно доволен качественным ремонтом);
- позвонить через год клиенту и поинтересоваться, все ли нормально с ремонтом, и если все нормально, то поздравить с годовщиной, а если нет и работы немного, приехать и что-то сделать бесплатно.

Для контроля лояльности необходимо использовать программу-календарь или мини-CRM.

РЕКОМЕНДАЦИЯ №7 – Финансовый учет и контроль качества

Для увеличения эффективности проектов и контроля качества целесообразно использовать программу, в которой учитываются все проекты и контролируются все жалобы, замечания, срывы сроков и т.д.

Программа также должна давать возможность финансового учета в разрезе проектов, определять затрачиваемые ресурсы и рассчитывать финансовую эффективность проектов.

Приложение №1

Рекомендуемый операционный план

№	Мероприятие	Срок	Ожидаемый результат	Требуемый бюджет
Этап 1				
1	<p>Разработка и создание сайта:</p> <p>(покупка доменного имени на имя заказчика, оплата хостинга на первые 3 месяца, разработка и согласование дизайна с заказчиком; верстка сайта, настройка корпоративной почты)</p>	2-3 недели	Сайт запущен	11 000 руб. единовременно
2	<p>Первичное SEO-продвижение:</p> <p>(регистрация сайта в поисковых системах, регистрация сайта в системах предоставляющих отчетность, ручная регистрация сайта в каталогах с высоким ТИЦ, требующих обратную ссылку (30 каталогов), ручная регистрация сайта в каталогах и досках объявлений с высоким ТИЦ (100 сайтов), отчетность о выполненной работе.</p>	2 месяца с момента создания сайта	Сайт появился в поисковых системах и имеет хорошие позиции по ряду ключевых запросов	<p>10 000 руб. за 2 месяца</p> <p>(возможно по итогам 2-х месяцев потребуются дополнительное продвижение по ряду ключевых запросов – 5000 руб. в месяц)</p>
3	Контекстная реклама	2-3 месяца с момента создания сайта	1000 потенциальных клиентов в месяц посещают сайт	<p>5 000 руб. настройка и сопровождение 1 месяц;</p> <p>15000-30000 руб. в месяц – оплата рекламы.</p>
4	Печать новых визиток	1 неделя	Визитки готовы	меньше 1 000 руб.

Приложение №1

Рекомендуемый операционный план

№	Мероприятие	Срок	Ожидаемый результат	Требуемый бюджет
Этап 2				
5	Обучение продажам: - подготовка Методического пособия по продажам; - проведение индивидуального тренинга;	После того, как будет сформирован поток входящих звонков	Большой процент продаж при обращении	15 000 руб. – Разработка документа «Методическое пособие по продажам»; 15 000 руб. – разработка и проведение индивидуального тренинга по продажам (1 день)
Этап 3				
6	Разработка и внедрение программы по финансовому учету и контролю качества	После того, как будут реализованы первые проекты	Увеличение доходности по проектам; Увеличение лояльности клиентов.	15 000 руб.