



Консалтинг, цифровая трансформация,
интеграция бизнес-процессов, маркетинга и оргразвития

СХ-аналитика, адвокатура клиентов, гибридные B2B-коммуникации

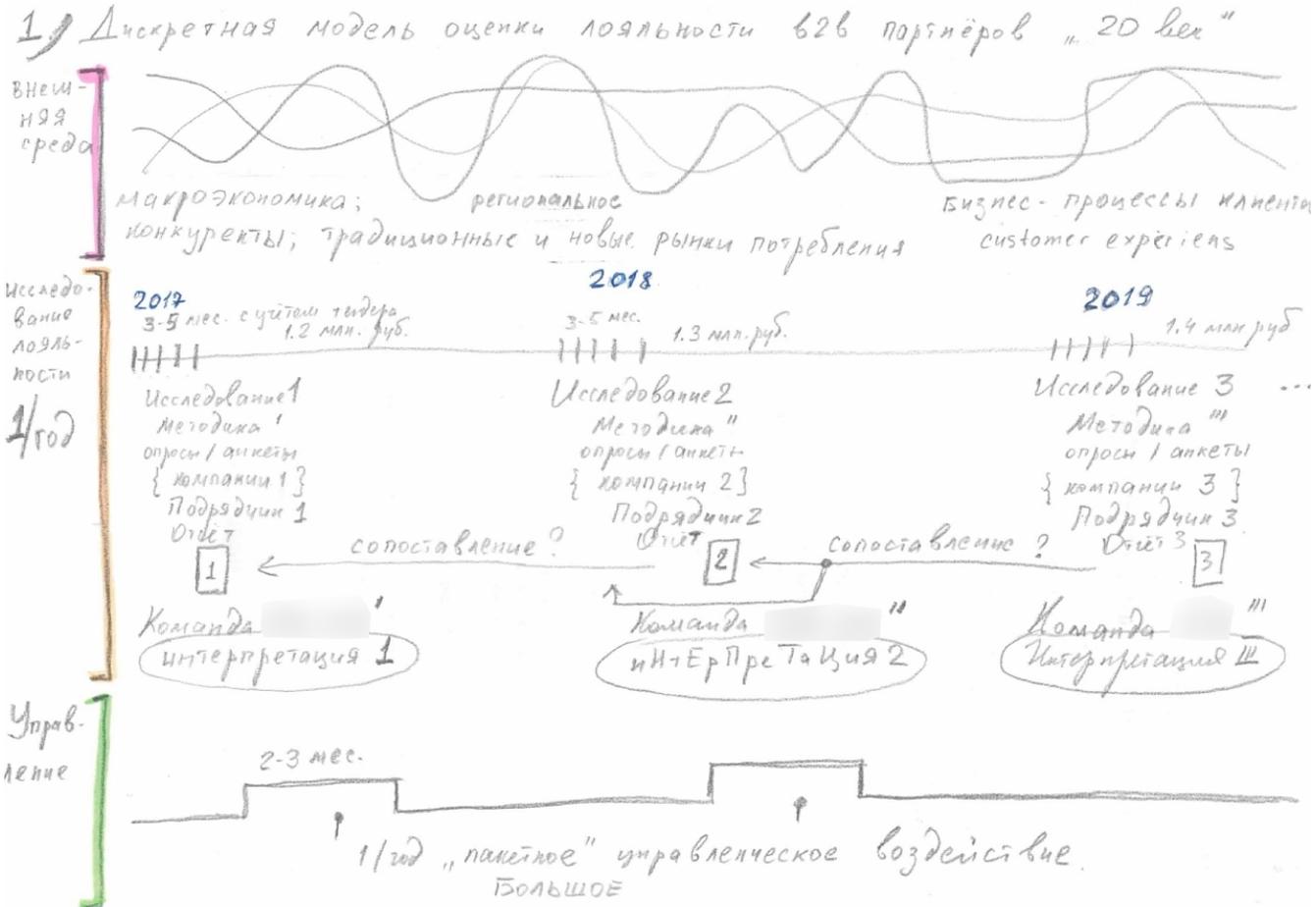
22.12.2022

techart.ru | research.techart.ru

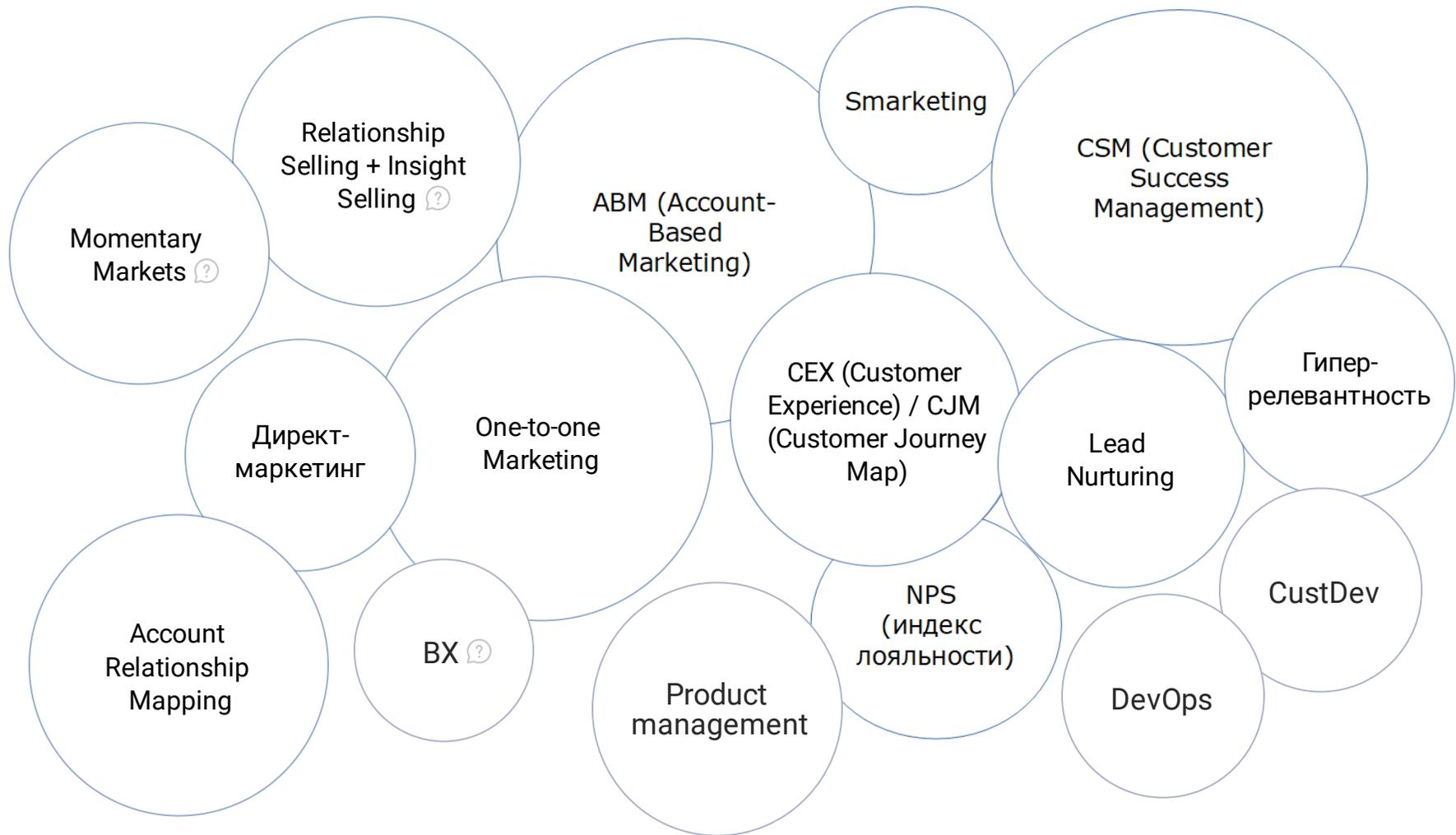
2 0 2 2

1 9 9 9

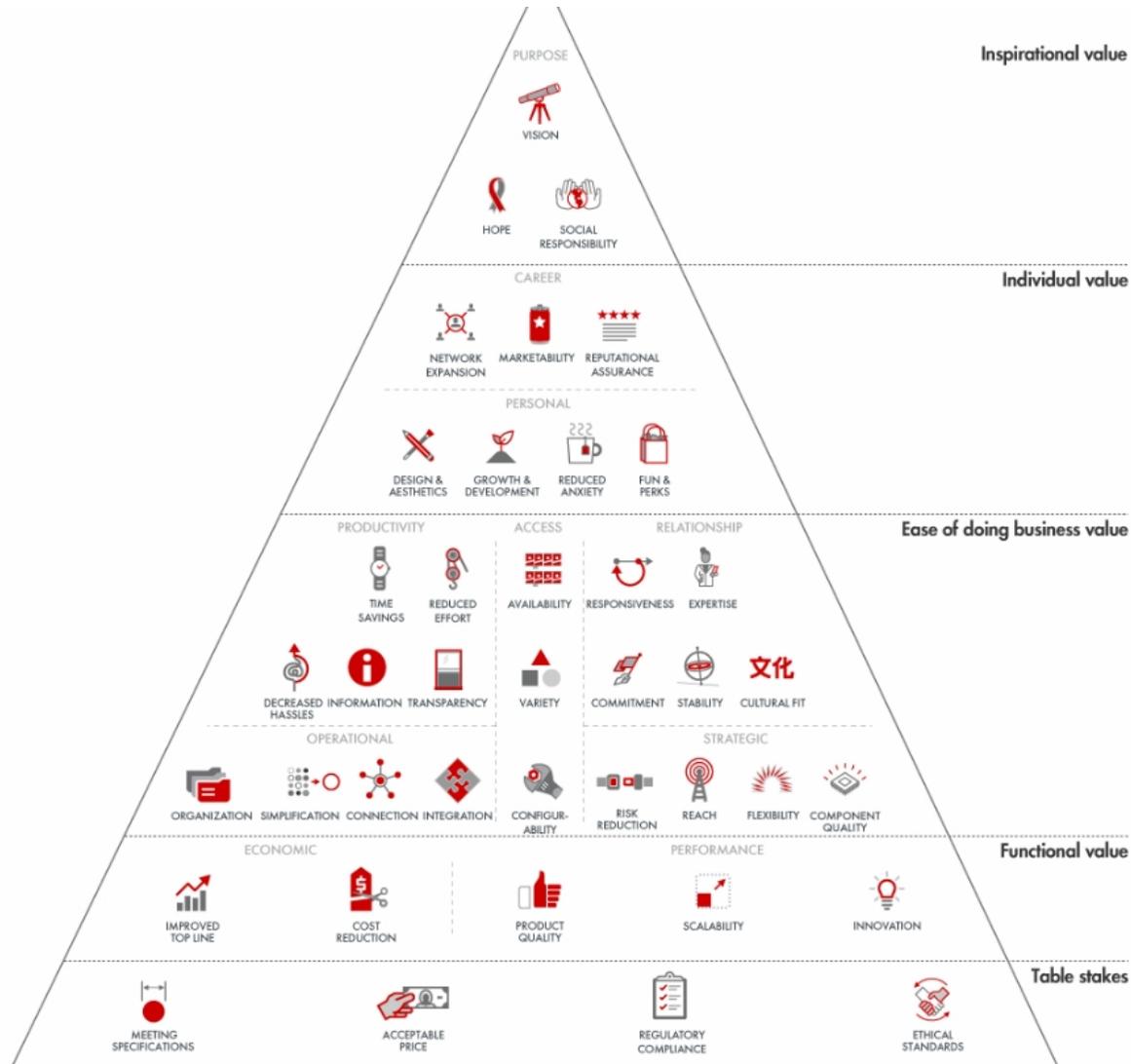
2017 – NPS против CSM



Термины, методика, концепции



Ценности в b2b-маркетинге, пирамида Bain (2016) 04



Кейс #1

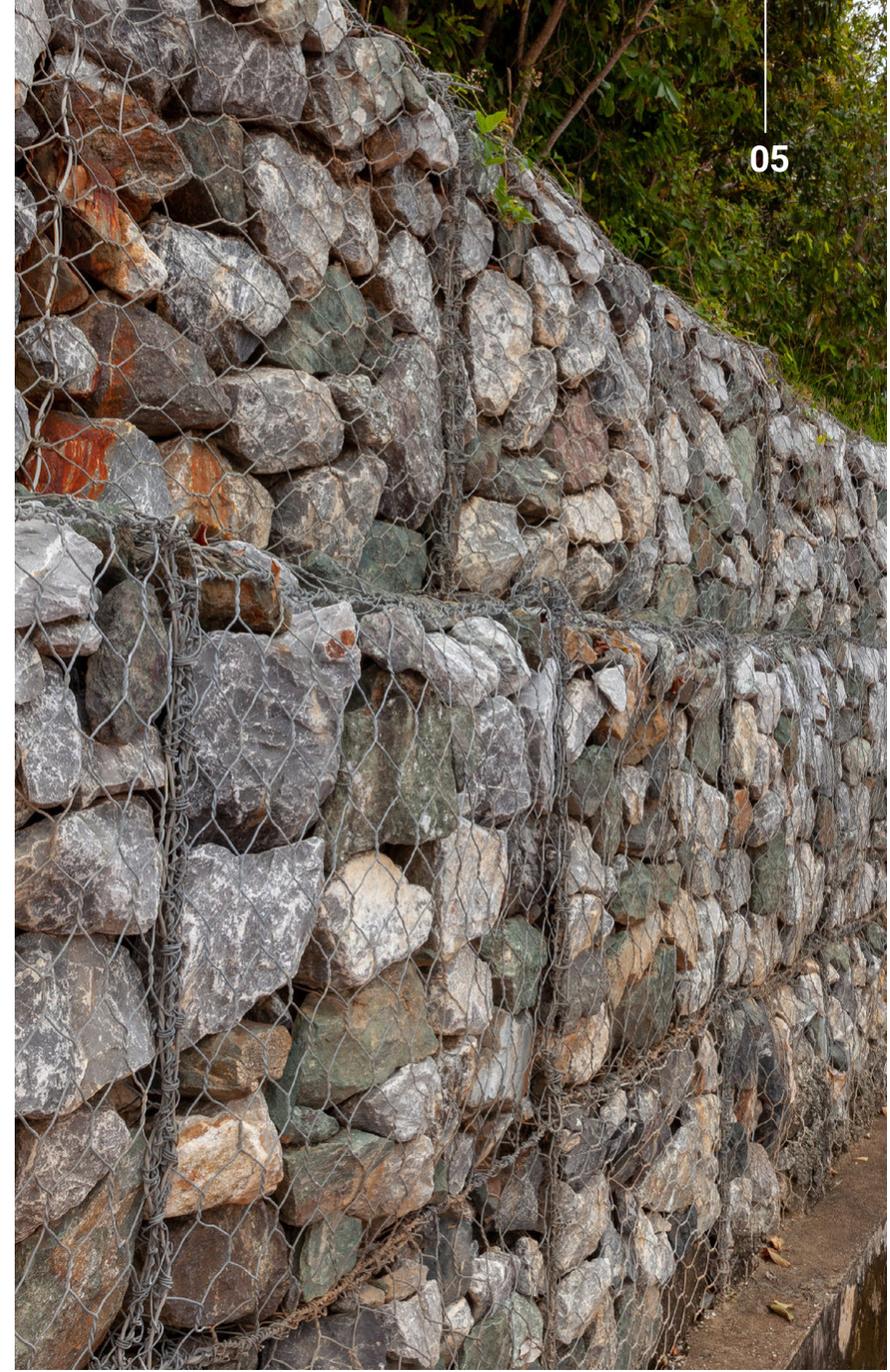
Габрионные конструкции

Вопросы клиента:

- готовы ли потенциальные клиенты к покупке нового вида габрионов

Решаемые задачи:

- предиктивный анализ спроса на новый для рынка продукт (оценка возможности и условий применения) исходя из «считывания» текущих потребностей заказчиков (используемые аналоги, имеющиеся проблемы и т. п.)
- формирование базы данных потенциальных потребителей, их структурирование и сегментация;
- разработка прототипа модели определения таргет-цены на новый продукт
- формирование рекомендаций по дальнейшему построению маркетинговых коммуникаций с потенциальными потребителями



Кейс #2

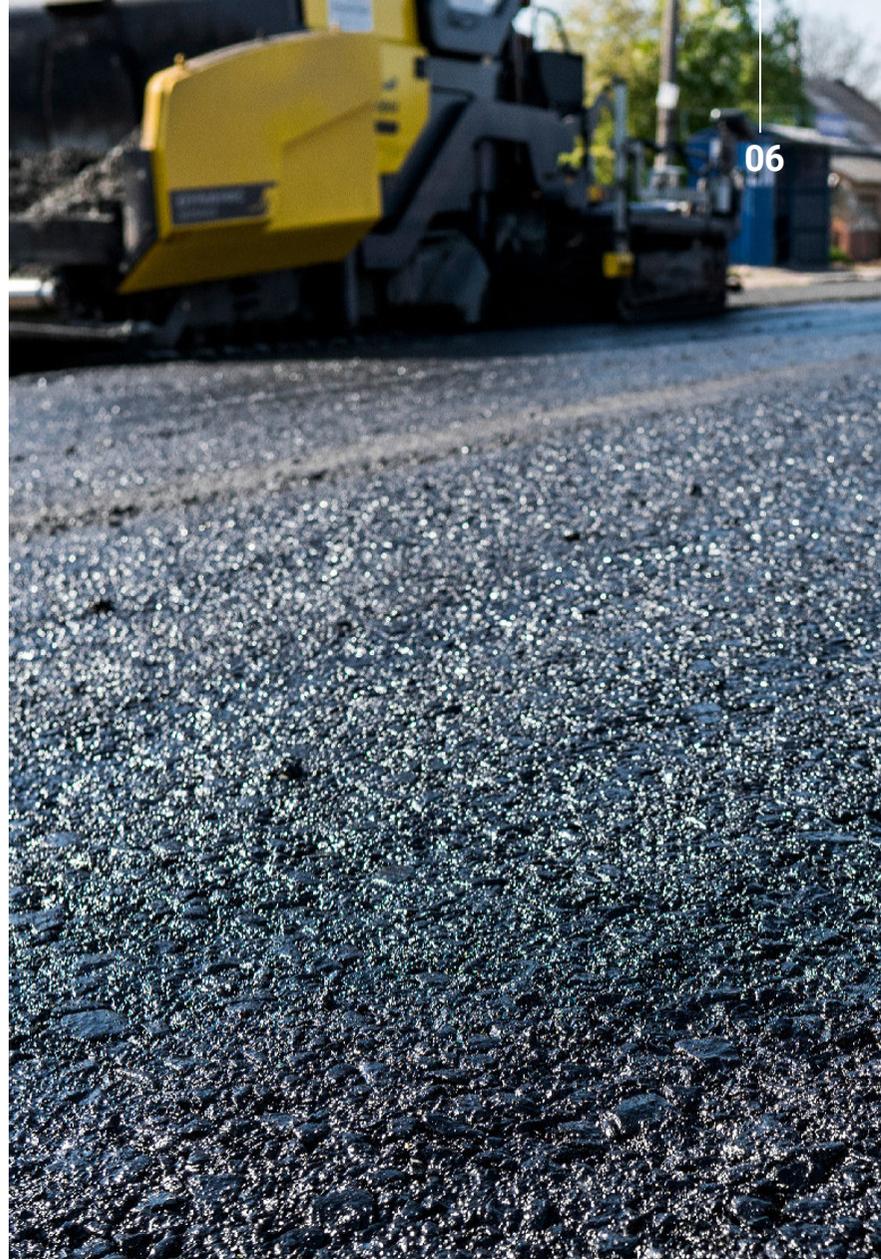
Битум

Вопросы клиента:

- измерение уровня удовлетворённости и лояльности потребителей

Решаемые задачи:

- выявление ключевых факторов, определяющих выбор поставщика продукции (как общих, так и индивидуальных)
- анализ сильных и слабых сторон компании в разрезе отдельных бизнес-процессов
- анализ качества продукции и сервиса по сравнению с конкурентами
- сегментация потребителей по модели поведения
- формирование модели работы с лояльностью



Кейс #3

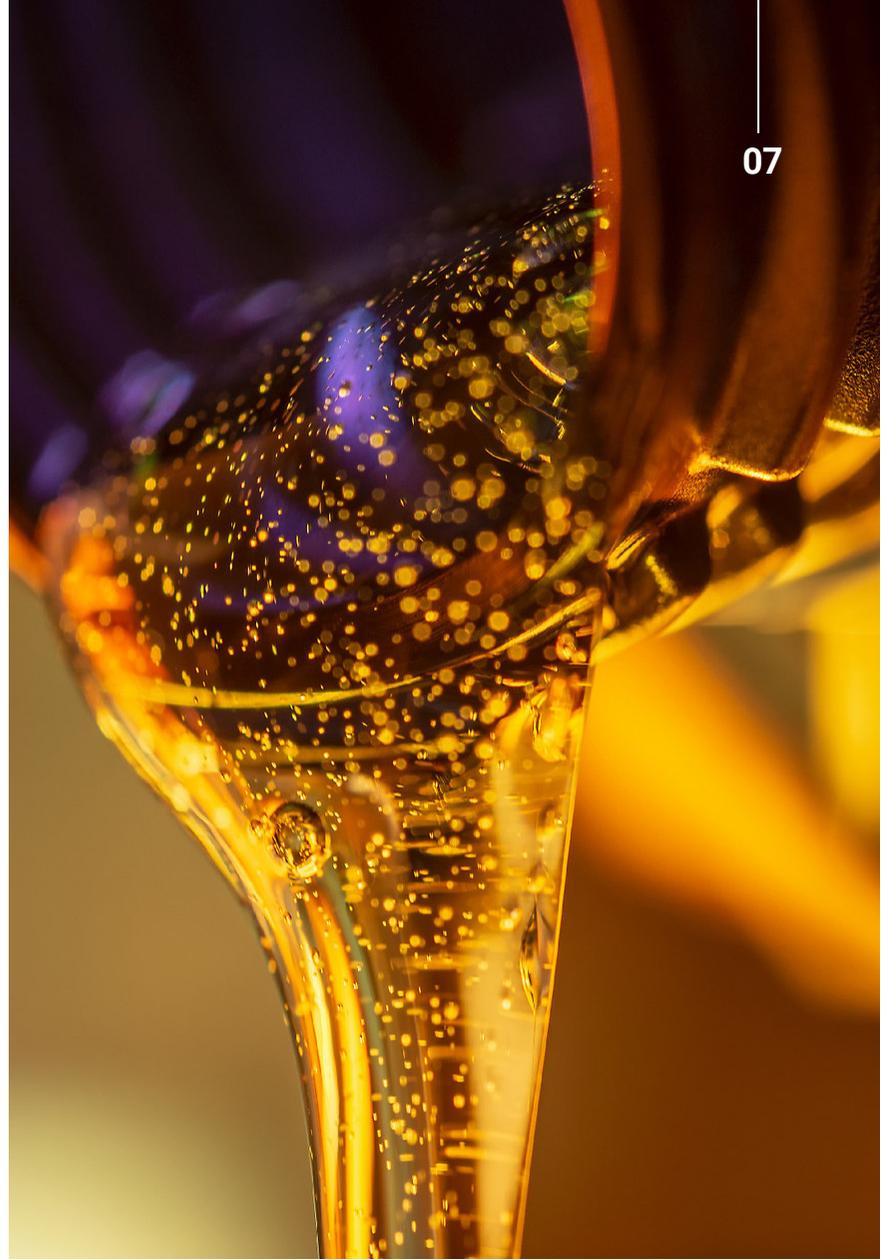
Моторные масла

Вопросы клиента:

- как донести информацию о компании до ЛПР

Решаемые задачи:

- мониторинг рыночной ситуации (анализ особенностей рынка в части потребления продукции, схемы взаимодействия участников и т. п.)
- поиск потенциальных партнеров, отбор перспективных
- глубокое изучение и «оцифровка» компаний и отдельных персон
- разработка концепций персонализированных коммуникаций и «точечных» сообщений, их тестирование
- получение лидов



Кейс #4

Медицинское оборудование

Вопросы клиента:

- CX-анализ потребителей диагностического медицинского оборудования определенного класса

Решаемые задачи:

- определение портрета потенциального клиента, в том числе выделение нескольких профилей целевой аудитории (ЦА)
- анализ пути принятия решения (Customer Journey) от формирования запроса на покупку до обновления / покупки нового оборудования
- выявление основных конкурентов, их сильных и слабых сторон
- анализ восприятия бренда Заказчика



Кейс #5

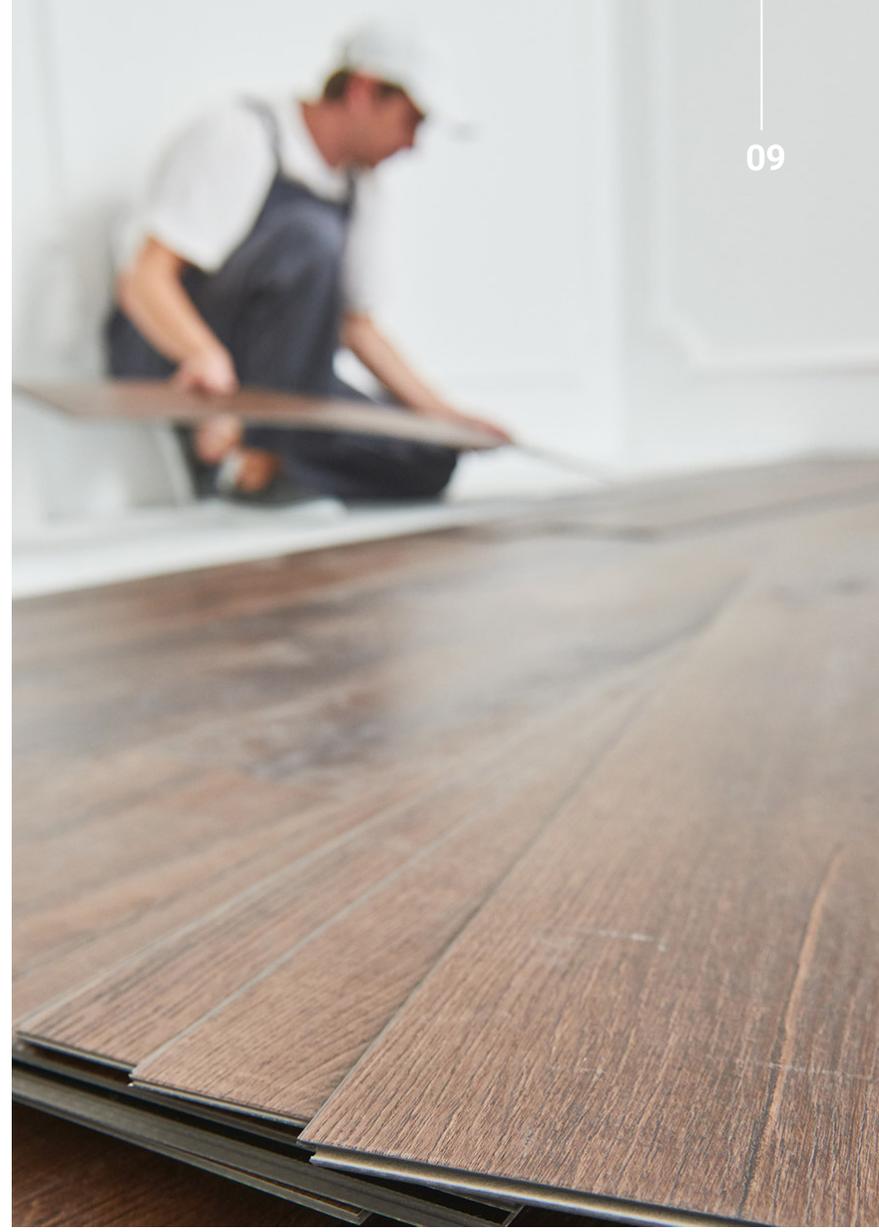
Напольные покрытия

Вопросы клиента:

- СХ-анализ клиентов

Решаемые задачи:

- получение и анализ обратной связи от клиентов по основным процессам / блокам — формирование и исполнение заказа, отгрузка, заказ образцов и сопутствующих товаров, работа с рекламациями, получение бонусов и акционных выплат, брендинг и маркетинг, дистрибуция, коммуникации, продукт
- формирование выводов о восприятии Заказчика его клиентами и «проблемных точках»
- формирование рекомендаций и предложений по улучшению текущих процессов взаимодействия Заказчика с клиентами



Кейс #6

Система индустриальной метрологии на базе технологии машинного зрения

Вопросы клиента:

- выход с разработанным продуктом на внешний рынок

Решаемые задачи:

- оценка количества и средней стоимости проектов на рынке
- особенности устанавливаемых решений
- формирование «профиля» покупателя
- оценка заинтересованности потенциальных клиентов в предлагаемых решениях и возможной стоимости их реализации



Кейс #7

Система управления стоматологической клиникой

Вопросы клиента:

- внедрение нового продукта на рынок

Решаемые задачи:

- оценка размера потенциальной ЦА
- выявление ключевых особенностей, преимуществ и недостатков продуктов конкурентов
- анализ «потребительского опыта» (выбор продукта, его использование, возможности и барьеры по замене)
- выявление инсайтов по функционалу продукта



Кейс #8

Легкие стальные тонкостенные конструкции (ЛСТК)

Вопросы клиента:

- оценка эффективности работы по продвижению технологии ЛСТК

Решаемые задачи:

- анализ динамики рынка ЛСТК в последние годы и факторов, оказавших влияние на эти изменения
- определение сегментов рынка, в которых наблюдаются позитивные/негативные изменения
- оценка перспектив развития рынка
- получение инсайтов и формирование рекомендаций по дальнейшему развитию рынка



Кейс #9

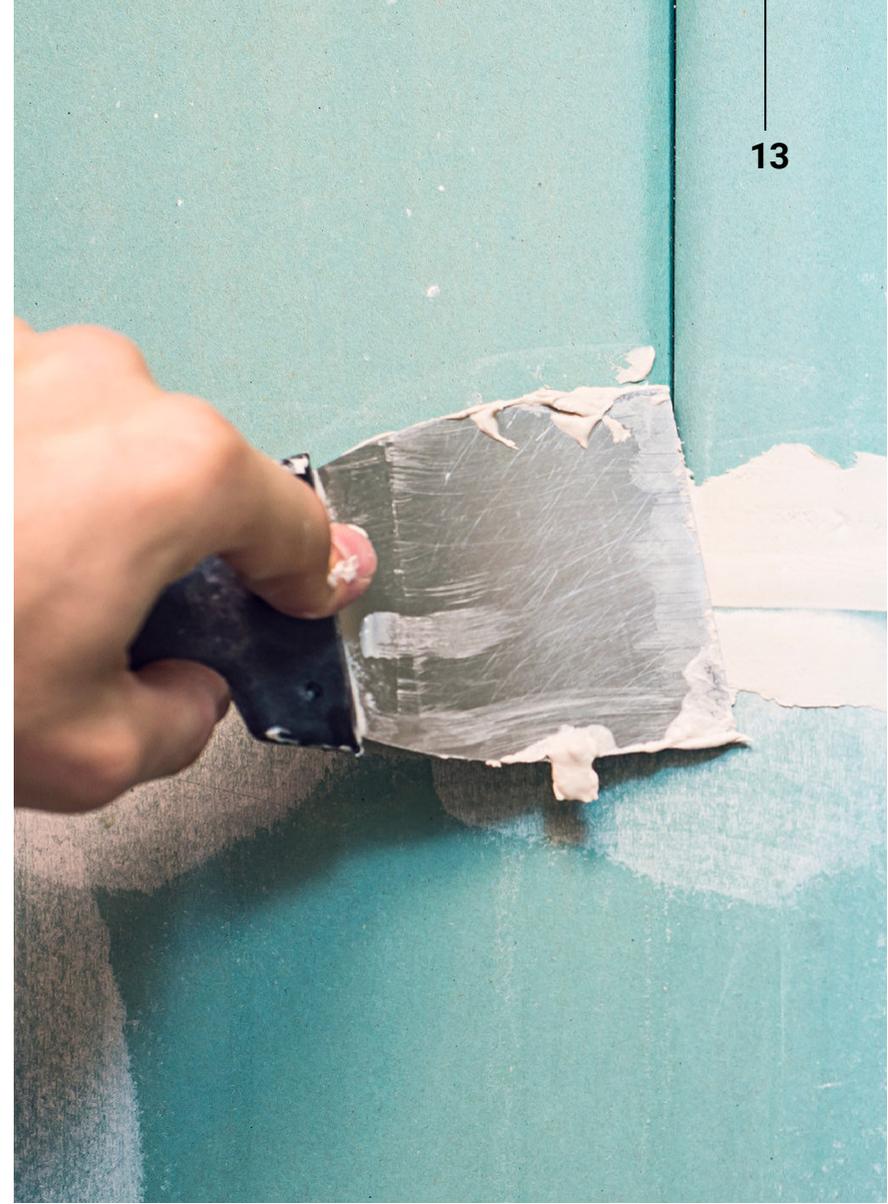
Отделочные материалы

Вопросы клиента:

- обучение сотрудников отдела продаж работе с аналитикой

Решаемые задачи:

- разработка методологии работы сотрудников компании с имеющимися данными
- аудит других возможных источников получения информации для последующего анализа
- постановка процесса realtime анализа на базе единой цифровой платформы
- формирование системы хранения данных и информации компании для ее последующего использования, в т.ч. для решения стратегических задач, интегрирования в другие бизнес-процессы и т.д.



Кейс #10

Вертикально-интегрированная нефтяная компания

Вопросы клиента:

- формирование «справочника» «хороших» подрядчиков

Решаемые задачи:

- организация процесса мониторинга с поиском новых подрядчиков (не по общим параметрам, а «под проект») и углублением знаний об уже внесенных в базу компаниях
- интервьюирование текущих и потенциальных подрядчиков, в т.ч. для получения «обратной связи» с целью оптимизации закупочной деятельности
- разработка системы оценок контрагентов и цифровой аналитической платформы с автоматическим формированием рейтингов потенциальных подрядчиков на каждый момент времени



Кейс #11

С «сапогами».

Собственная служба адвокатуры клиентов «Текарт»

ПАРТНЕРСКАЯ ПРОГРАММА ТЕКАРТ-ID

1. Предпроектный анализ задач и консалтинг по выбору методологий и решений, аудит и формирование технических заданий
2. Методологическая поддержка и обучение
3. Бесплатная консультационная поддержка
4. Тестирование и диагностика бизнеса

5. Адвокатура клиентов (CSM)

Каждому клиенту предоставляются прямые контакты руководства «Текарт». Дополнительным менеджером для независимой оценки отношений и защиты интересов является «адвокат клиентов» (customer success manager), независимый от исполнительского блока.

6. Персональная проектная команда
7. Специальные условия



Проекты гибридных коммуникаций – решаемые задачи

- Исследование рынка
- Конкурентный анализ

- CX-анализ, кластеризация клиентов
- Исследование и повышение лояльности
- Адвокатура клиентов (CSM)
- Опросы / тестирования / экспертиза
- Поиск проблемных точек и инсайтов для развития

- Поиск поставщиков
- Продажи, лидогенерация

- ABM, «выращивание» клиентов, разработка и тестирование скриптов
- Прототипирование автоматизированных коммуникаций

- Тестирование, анализ потенциала новых продуктов

Инсайт 1

Бесшовность — в одном диалоге с партнером можно считать данные по многим аналитическим вопросам.

Инсайт 2

Концепция «адвокатуры клиентов» (customer success management) — условно независимая от компании Заказчика аналитическая и представительская функция - дает очень высокую открытость партнеров и эффективность экспертных интервью.

Инсайт 3

Сам факт доверительного диалога (вне зависимости от последующих реакций) моментально положительно влияет на лояльность клиента: высказался (плохое и хорошее — как у психолога), дал совет, искренне поговорил о своем бизнесе — уже хорошо.

Инсайт 4

После пандемии видео-диалоги стали нормой, это позволяет значительно увеличить долю «очных» интервью по отношению к телефонным.

Инсайт 5

Самые полезные для развития компании инсайты можно почерпнуть из «нелояльного сегмента», например, от клиентов, покинувших компанию в последний год.

Инсайт 6

«Опыт клиента» за скобками текущих отношений.

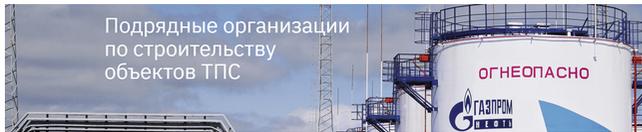
Инсайт 7

Отсутствие четкого сценария общения, сложность выбора исполнителя.

Инсайт 8

«Углубление» клиентского опыта внутрь компании, создание культуры. Ответственность не только директора по маркетингу или продажам! Каждый сотрудник (начиная с CEO), процесс, часть бизнеса должны быть взаимосвязаны друг с другом, функционировать как целое, ориентированное на клиента.

Цифровизация проектов

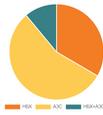
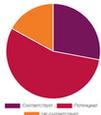


Подрядные организации по строительству объектов ТПС

Подрядчики

Проанализировано подрядчиков - 258

Количество квалифицированных подрядчиков - 72



Рэнкинг контрагентов НБХ

Всего записей: 53

логотип	название	регион	наименование компании	адрес	услуги	рейтинг	опыт	цены	общий балл
	Мостран Инженеринг (ГК Мостран)	Санкт-Петербург	Крупная			90	75	100	200
	ТПФ Конструкция	Московская область	Средняя			80	75	100	100
	Сибстрой	Краснодарский край	Средняя			80	75	100	100
	МФК	Москва	Крупная			80	75	100	100
	Мирострой	Самарская область	Средняя			80	75	100	100
	Алтрастрой	Самарская область	Средняя			80	75	100	100
	Серебряный путевой	Ханты-Мансийский автономный округ — Югра	Средняя			80	75	100	100

ТПФ Конструкция

Рейтинг: Московская область
Объемы: НБХ-АЭС
Выполнение работ: Генеральный подрядчик, Подразич
Выполнение видов работ: Проектно-исследовательские работы, Пуско-наладочные работы, Строительные/ремонтные работы
URL: tpf.com.ru

О компании | Контакты | Юридическая информация | Финансы | **Квалификация и интервью**

Комментарий по квалификации

Квалифицирована на основании интервью и референс-листа

Проекты и интервью

Счета на проекты: 33
 Счета на интервью: 1

Компании-заказчики

Газпром нефть, ГАЗОМ, Промнефть

ДО, филиалы, производственные базы (локации)



Анализ рынка ПО для стоматологических клиник

Анализ рынка ПО для стоматологических клиник

Продукты-конкуренты | База стоматологов | Аналитические материалы

Продукты-конкуренты

Всего записей: 42

название ПО	логотип	URL	выпуска в 2017 г., тыс. руб.	выпуска в 2018 г., тыс. руб.	клиенты
1.S.Модуль. Стоматологическая клиника		www.1s.ru	100,000	107,000	837 клиник по РФ
DentalWindows		dentalwindows.ru	48,000	48,100	3 500 стоматологий в РФ, 100 в странах ближнего зарубежья
Ident		ident-it.ru	90,000	100,000	2214 стоматологий в РФ, 99 стоматологий по ближнему зарубежью
Дента		denta.ru	97,000	98,000	Более 2000 стоматологических клиник в РФ
2V Стоматология		web-stomatologia.ru	0	0	Клиники в Московской, Самарской областях, Краснодарском крае
YCLIENTS		yclients.com	364,500	400,700	Более 31 000 клиентов из 53 стран

Интервью

Всего записей: 21

логотип	название клиники	дата	город	тип клиники	тип респондента
	100 DENT	16.12.2021	Лыбедя	Многопрофильная клиника	Другие
	"Центр семейной стоматологии" и "Улыбка Паруля"	15.12.2021	Смоленск	Стоматология	Врач
	Международный центр дентальной хирургии (сеть "Земляк-Сеть")	15.12.2021	Новосибирск	Стоматология	Руководитель
	Сити Дент	13.12.2021	Кировск	Стоматология	Врач
	Стоматология в Парово (сеть "Все свои")	09.12.2021	Москва	Стоматология	Врач
	Дент	07.12.2021	Тула	Стоматология	Врач
	Центр развития стоматологии "Садко"	07.12.2021	Нижегород	Многопрофильная клиника	Врач

1. Формирование системы получения и анализа «сигналов»

- выделение отдельного менеджера, выполняющего функцию «адвокатуры» (customer success manager) и независимого от исполнительского блока
- предоставление прямых контактов вышестоящего менеджера / руководства
- создание подобие «книги жалоб и предложений» в Кабинете клиента / партнера
- интеграция получаемых «сигналов» с CRM (как минимум, дополнительное поле «Особенности» в карточке контрагента)

Типовой гайд CSM-коммуникации:

- озвучиваем цели и формат коммуникации, настраиваем на открытый диалог (3-5 мин)
- предлагаем респонденту изложить в свободной форме историю сотрудничества и текущий статус отношений для формирования контекста последующих ответов (5-10 мин)
- уточняем отдельные вопросы по интересующим блокам (15-45 мин):
 - заказ продукта / услуги
 - исполнение заказа
 - работа с рекламациями
 - маркетинг
 - продукт / услуга
 - конкуренты
 - условия сотрудничества
 - коммуникации (в широком понимании)

2. Обеспечение регулярности «касаний»

Для запуска процесса достаточно 20-30 коммуникаций раз в полгода. Кроме всего прочего, такой подход позволит углублять знания о партнерах, понимать изменение картины в динамике, строить модели предиктивной аналитики.

3. Предоставление обратной связи по итогам

При позиционировании коммуникаций с клиентами / партнерами в формате CSM важна обратная связь по результатам диалогов (что в свою очередь будет работать на повышение общей лояльности).



Консалтинг, цифровая трансформация,
интеграция бизнес-процессов, маркетинга и оргразвития



Илья Никулин

Генеральный директор
«Текарт»

nikulin@techart.ru



Анна Печенина

Директор по бизнес-аналитике

pechenina@techart.ru

+7 495 790 75 91

research.techart.ru

techart.ru

research@techart.ru

Аналитика и бизнес-планирование

research.techart.ru

Интегрированный маркетинг и PR

promo.techart.ru

Дизайн-бюро

design.techart.ru

IT-решения и веб-разработка

web.techart.ru

Фотоагентство

photo.techart.ru

Университет «Текарт»

edu.techart.ru

Авторский telegram-канал «Системное развитие бизнеса» t.me/techart_ru