

# Прикладное профилирование клиентов

ПРОГРАММА СТРАТЕГИЧЕСКОГО  
КОНСАЛТИНГА

Suits.Solutions

# Цель:

Выстраивание персонализированной коммуникации с Клиентами, учитывая их психотип (типаж), потребности, эмоции, понимание истинных, а не декларируемых ценностей и эффективных стратегий продаж.

Suits.Solutions



Suits.Solutions

# Прогнозируемый результат:

1

Повышение эффективности полного цикла взаимодействия с Клиентами, начиная от рекламных продуктов до сопровождения сделки, и последующими контактами с ними.

2

Создание Скриптов Продаж и Контактв для каждого психотипа Клиентов с учетом их индивидуальных особенностей, опасений, ценностей и потребностей.

3

Улучшение качества клиентского опыта при взаимодействии с Компанией и укрепление лояльности Клиентов за счет персонализации контактов с ними.

# Ваши Выгоды:

Suits.Solutions

1

Получение детального понимания своих Клиентов и наиболее эффективных способов продающей коммуникации на каждом этапе взаимодействия.

2

Долгосрочное повышение эффективности продаж, качества и ценности клиентского опыта, а также общей клиентоориентированности Компании.

3

Снижение издержек на привлечение и удержание Клиентов за счет оптимизации рекламных и убеждающих контактов с Клиентами.

# АЛЕКСЕЙ ВЛАДИМИРОВИЧ ФИЛАТОВ

- Эксперт международного уровня в области прикладного профайлинга (Geneva, Switzerland; Glasgow, UK; Tel-Aviv Israel).
- Директор Лаборатории цифрового профайлинга, резидент Технопарка Сколково.
- 3 изданные книги в области прикладного профайлинга и потребительского поведения.
- Автор и разработчик первого в мире модуля автоматизированного профайлинга ProfileCenter.
- Эксперт ВШЭ, РАНХИГС и Сколтеха в области профайлинга и нетестовой психодиагностики.
- Более 15-ти реализованных проектов в области стратегического консалтинга по профилированию клиентов компаний. Среди них: ГазпромНефть, УралСиб, Сбербанк, ОАК, РУСАЛ, Регмонт, Северсталь, Башхим, Рольф, Инфотекс, Оргкомитет Чемпионата Мира по футболу 2018, АФК Система, Росатом, X5-Ретейл, Домодегово и др.



ПРОЕКТ СОСТОИТ ИЗ ТРЕХ ЭТАПОВ. КАЖДЫЙ ЭТАП ИМЕЕТ СВОИ ЦЕЛИ, КЛЮЧЕВЫЕ ДЕЙСТВИЯ И РЕЗУЛЬТАТЫ.

## **ЭТАП 1. Глубинный анализ клиентской базы и определение основных психотипов Клиентов. 06**

### **РАЗЪЯСНЕНИЯ:**

необходимо выяснить и описать основные типы Клиентов Компании в каждой локации продаж. Это необходимо для того, чтобы создать персональную полимодальную коммуникацию с каждым Клиентом для более эффективного управления клиентским опытом по всему циклу продаж Продукта Компании.

### **ЦЕЛИ ЭТАПА:**

- лучше узнать своих Клиентов, их осознаваемые и неосознаваемые предпочтения в коммуникации с Компанией и ее Продуктом.
- определить основные типы Клиентов по их психо-характерологическим и мотивационно-потребностным признакам.
- приоритизация усилий по работе с наиболее перспективными Клиентами и оптимизация временных затрат и усилий.
- определение трудоемкости и длительности последующих этапов проекта.

### **ДЕЙСТВИЯ:**

- подробный анализ клиентской базы Компании как по завершенным, так и по и незавершенным продажам.
- глубинное интервью с Клиентами Компании и сотрудниками.- сбор экспертных мнений и дополнительной информации о клиентах, дополнение CRM.

## **ЭТАП 2. Описание особенностей коммуникации с каждым психотипом Клиентов и их ключевых психологических особенностей.**

### **РАЗЪЯСНЕНИЯ:**

На этом этапе мы концентрируемся на знании психологии Клиента, его ценностей, потребностей и стратегий их удовлетворения в рамках взаимодействия с Компанией. Это необходимо для создания персонализированного контакта с каждым типажом Клиента для повышения эффективности взаимодействия с ним.

### **ЦЕЛИ ЭТАПА:**

- четкое понимание внутреннего мира Клиента и элементов, влияющих на его принятие решения о покупке Продукта Компании.
- структурирование и иерархизация точек воздействия на мотивацию Клиента на покупку.
- создание скриптов продаж для каждого психотипа клиента.

### **ДЕЙСТВИЯ:**

- использование психологического и психографического анализа прикладного профайлинга.
- психологическое и поведенческое моделирование действий Клиентов в контексте взаимодействия с Компанией и ее Продуктом.
- сравнение типажей Клиентов друг с другом.

## **ЭТАП 3. Внедрение скриптов взаимодействия с различными психотипами Клиентов в реальную практику.**

### **ЦЕЛИ ЭТАПА:**

- практическая реализация описанных рекомендаций на всем цикле взаимодействия Клиента с Компанией.
- адаптация полученных рекомендаций к реальной практике.
- сопровождение и сопровождение изменений в ключевых и сложных точках внедрения.

### **ДЕЙСТВИЯ:**

- микротренинги с персоналом и супервизия их работы.
- консультации ключевых сотрудников по внедрению изменений и их адаптации к конкретным условиям практики.

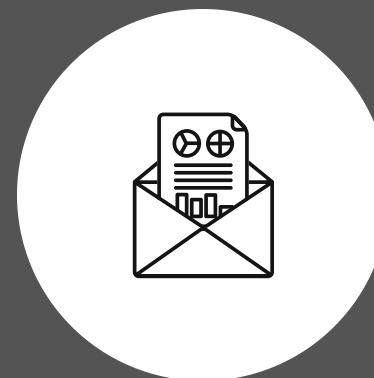




# РЕЗУЛЬТАТ

- Описание 5-20 типажей Клиентов Компании, их отличительных признаков и особенностей для каждой локации.
- Составление плана реализации программы стратегического консалтинга.
- Методические материалы с подробным описанием психологических особенностей выделенных типажей Клиентов Компании с рекомендациями усиления их мотивации на покупку.
- Скрипты продаж для каждого психотипа Клиентов, учитывающие локацию, триггеры, стратегию принятия решения о покупке, психологические сценарии, возражения, опасения, мотивацию и потребности каждого психотипа.
- Работающая система взаимодействия с Клиентом Компании, учитывающая психотип и индивидуальные особенности каждого Клиента.
- Проверенные на практике скрипты продаж с каждым психотипом Клиента.
- Карта Клиентского опыта и точек контакта с практическими рекомендациями для каждой локации.

# КОНТАКТЫ



## ЭЛЕКТРОННАЯ ПОЧТА

info@suits.solutions



## ТЕЛЕФОН

+375 44 707-07-68

A1, Viber, Telegram, WhatsApp