

Как полюбить клиента с бюджетом в 20 тыс. руб.

Дмитрий Климчуков, генеральный директор Интернет-агентства Click.ru



- Психология общения
- Эффективность кампаний
- Кадровый вопрос
- Экономическая выгода
- Когда это может сработать?

Низкий бюджет - повышенное внимание

- Завышенные ожидания
- Мгновенный результат
- Отчетность по каждому рублю
- Временные затраты менеджера

Повышенное внимание, но в меру!

- Обговорите эффективность кампании на этапе продаж
- Обратите внимание клиента на возможные сроки получения результата
- Дайте реалистичный прогноз, а не как обычно ;)



Низкий бюджет - демо-версия

- Не растягивайте сроки
- Ограничьте гео-таргетинг
- Ограничьте количество слов/
объявлений/картинок
- Работайте с временным таргетингом

Очень низкий бюджет - нулевая эффективность

- MyTarget - 500 руб.в день на 1 РК
- ВК - 100 руб.в день на одно объявление
- Facebook - менее 5\$ в день и вы заметно выпадаете из аукциона

Низкий бюджет - злой менеджер

- Приоритет - маржинальным клиентам
- % только с маржинальных клиентов
- Дотошных клиентов - спокойным менеджерам
- Смените структуру подразделения
- Подумайте об автоматизации

Если мы можем позволить себе больше...

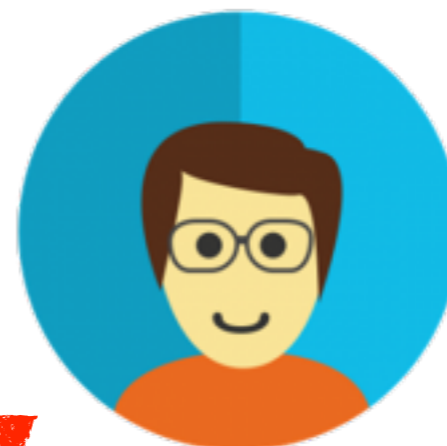
Медиапланер

\$\$\$
???

Аккаунт-менеджер



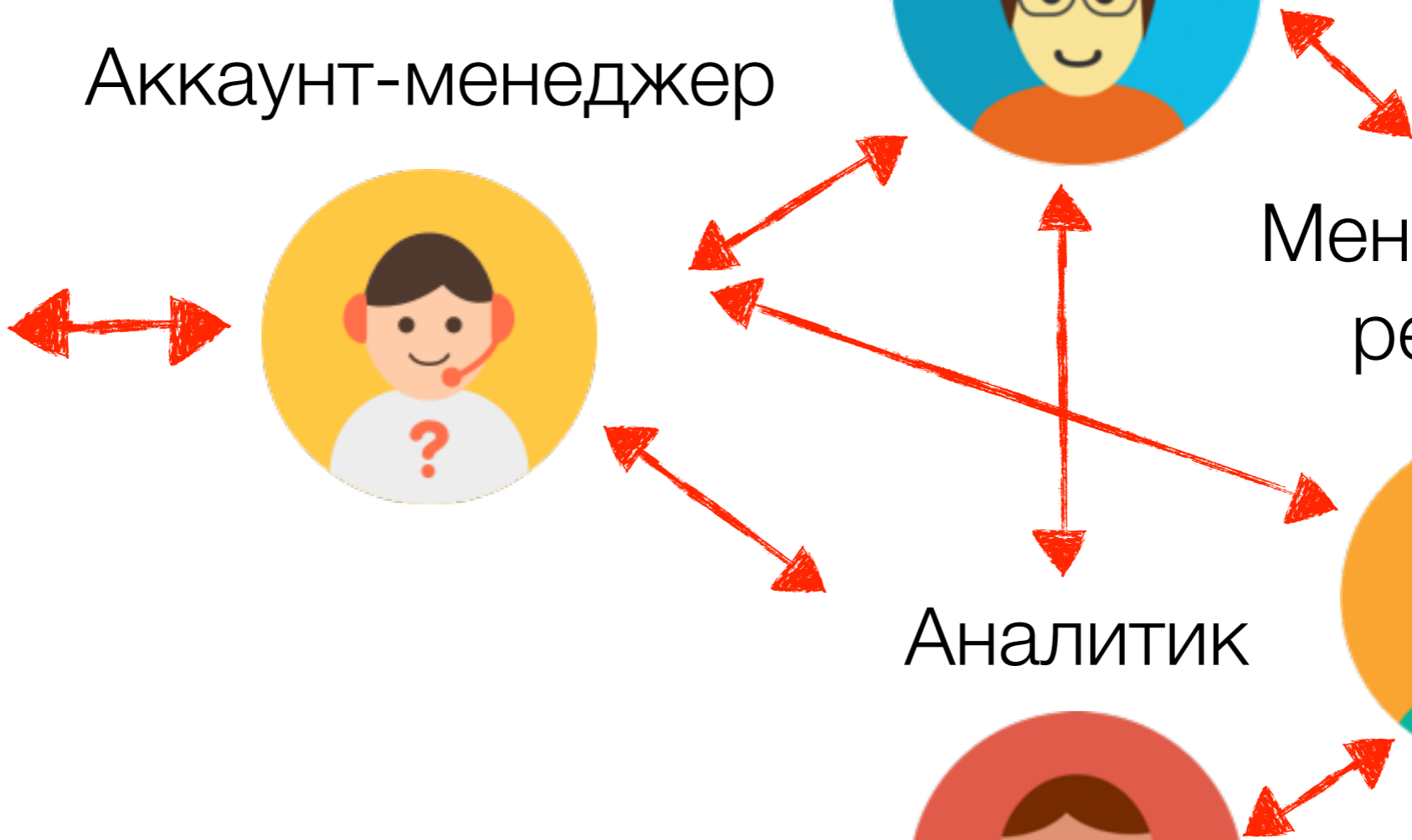
Клиент



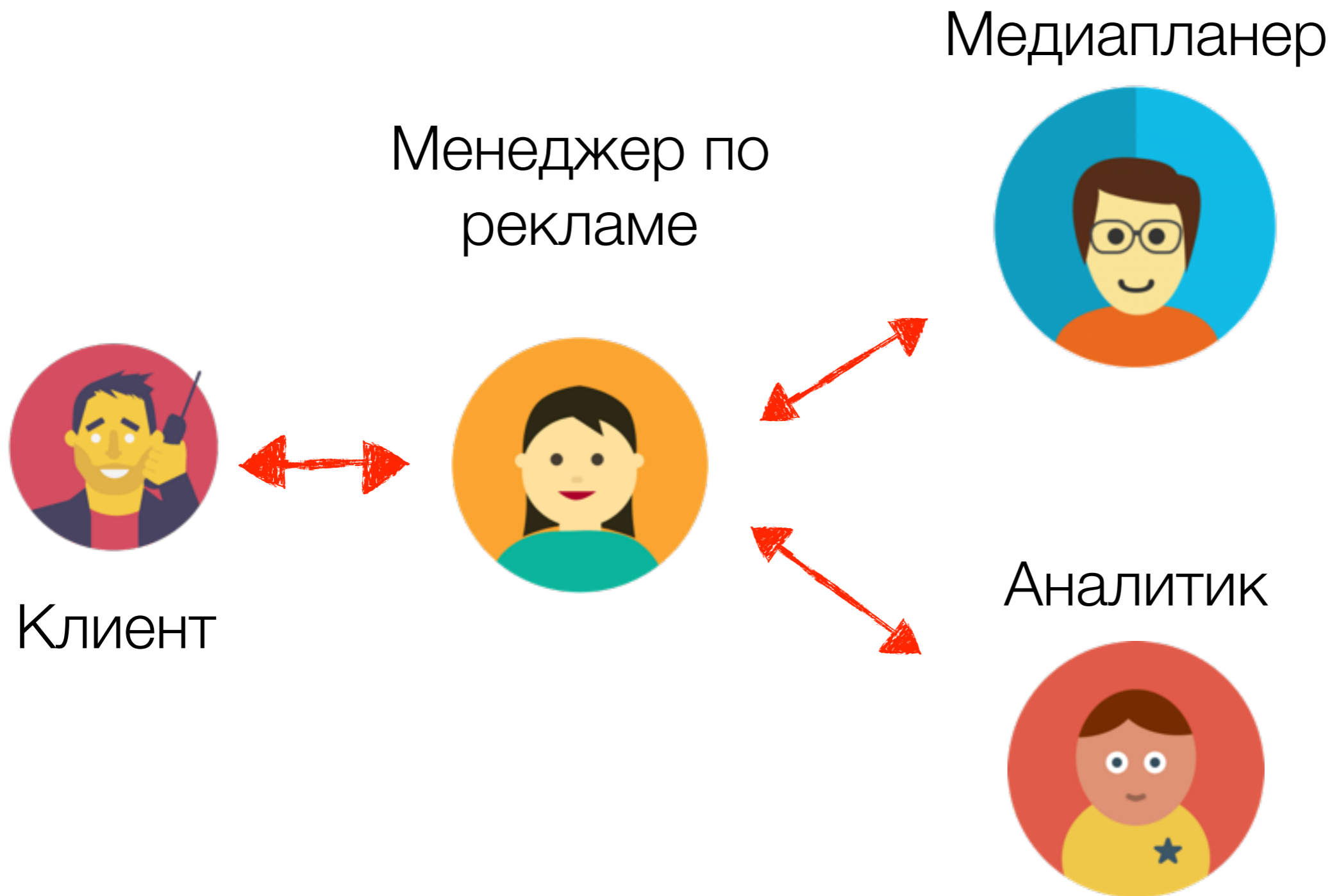
Менеджер по рекламе



Аналитик



Оптимизируем кадры



Низкий бюджет - низкая маржа

- Берите фиксированную комиссию при бюджетах ниже чем...
- Не берите клиентов на те инструменты, где у вас нет агентской комиссии/скидки или иной возможности заработать
- Не бойтесь отказать, если понимаете, что это не ВЫГОДНО
- Подумайте об автоматизации

Автоматизация - это выход

- Вместо менеджеров - саппорт
- Готовые решения для разных вариантов бизнеса
- Масштабируемость без лишних затрат
- Меньше штат - меньше затрат



ДМИТРИЙ КЛИМЧУКОВ

dklimchukov@click.ru

+7 495 989 97 00

www.click.ru