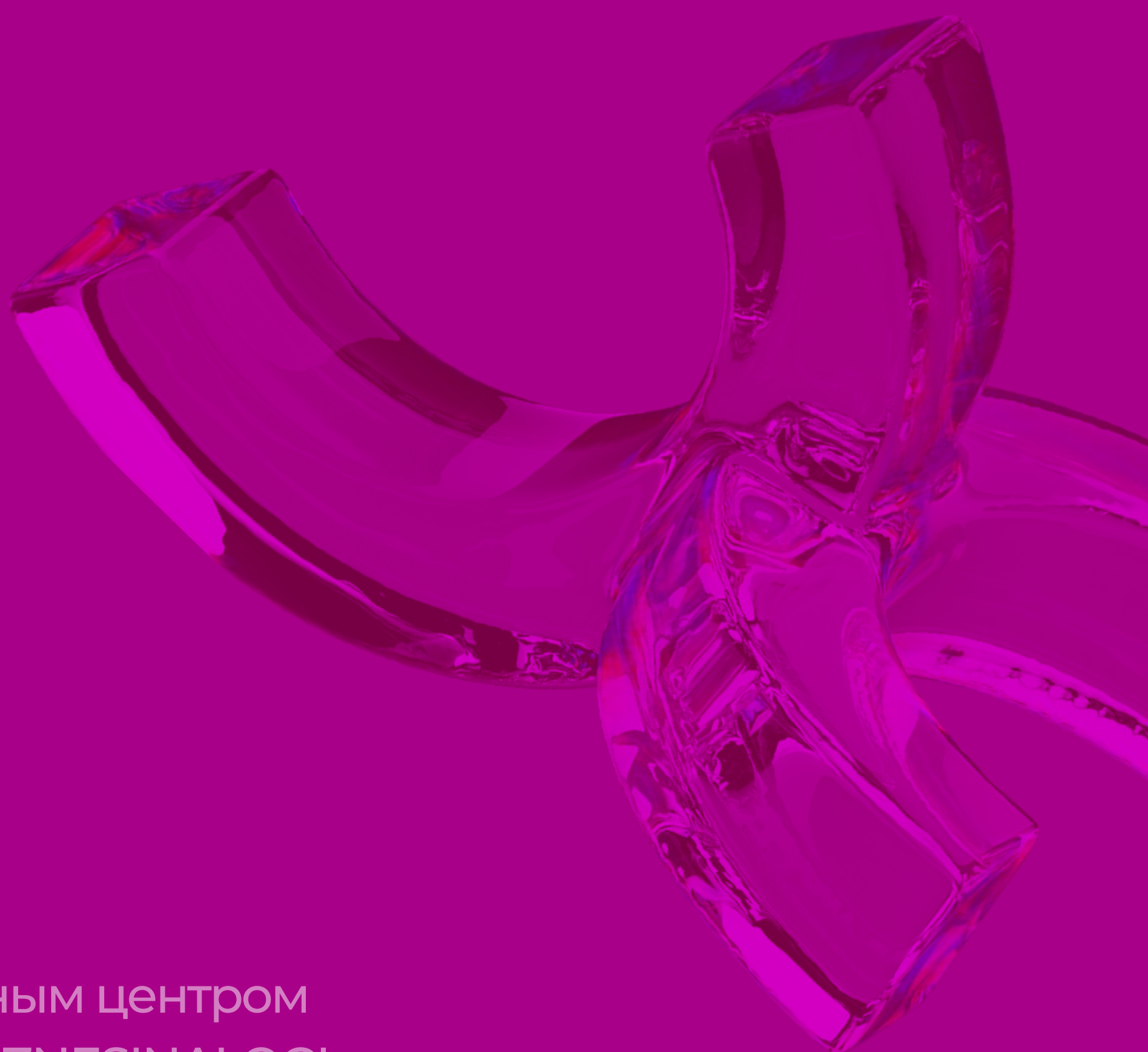




ИНВЕНТАРИЗАЦИЯ КЛИЕНТСКОЙ БАЗЫ



Подготовлено учебным центром
Евгении Мемрук «BIZNESINALOGI»

ЦЕЛЬ ИНВЕНТАРИЗАЦИИ

Провести полный анализ существующей клиентской базы бухгалтера с целью определения:

- Клиентов, которые нерентабельны или токсичны.
- Клиентов, которые платят недостаточно в соответствии с объемом работы.
- Клиентов, чьи контракты следует пересмотреть или расторгнуть.

Результатом инвентаризации станет пересмотр клиентской базы для повышения рентабельности бизнеса и создания нормальных условий работы с клиентами.



ШАГИ ИНВЕНТАРИЗАЦИИ

СБОР ИНФОРМАЦИИ ПО КАЖДОМУ КЛИЕНТУ

Для каждого клиента необходимо собрать следующие данные

ОБЪЕМ РАБОТ

Оценить трудозатраты, в том числе:

- Время на выполнение регламентных операций (например, закрытие месяца, сдача отчетности и т. д.).
- Время на выполнение дополнительных процедур (учет эквайринга, обработка кассы, валютные операции и т. д.).
- Время на обработку первичных документов.
- Время на коммуникации с клиентом и административные задачи.

Можно поступить проще — просчитать каждого клиента на нашем калькуляторе, используя уже известную вам стоимость часа работы.



ФАКТИЧЕСКАЯ ОПЛАТА

Сравнить текущую стоимость обслуживания клиента с объемом выполненных работ. Это поможет выявить, кто платит недостаточно в соответствии с объемом и сложностью задач.

ПРОБЛЕМЫ С КЛИЕНТОМ

Оценить «токсичность» клиента:

- Частота задержек платежей.
- Постоянные запросы вне рамок договора.
- Необоснованные жалобы и конфликты.
- Отсутствие взаимодействия и низкая дисциплина (несвоевременное предоставление документов и т. д.).

КЛАССИФИКАЦИЯ КЛИЕНТОВ

После сбора данных нужно разделить клиентов на несколько категорий

РЕНТАБЕЛЬНЫЕ И ПРИЯТНЫЕ В РАБОТЕ КЛИЕНТЫ

Эти клиенты получают адекватное обслуживание за свою оплату, не создают сложностей в работе и их договоры остаются выгодными. В большинстве случаев такие клиенты не требуют изменений в договоре. Платят своевременно.

КЛИЕНТЫ, У КОТОРЫХ ТЕКУЩАЯ ОПЛАТА НЕ СООТВЕТСТВУЕТ ОБЪЕМУ РАБОТ

Клиенты, чьи договоры требуют пересмотра. Они могут быть рентабельными, но платить слишком мало за фактически выполненную работу. С ними необходимо обсудить повышение стоимости услуг, чтобы она соответствовала новому ценообразованию.

НЕРЕНТАБЕЛЬНЫЕ ИЛИ ТОКСИЧНЫЕ КЛИЕНТЫ

Клиенты, которые либо постоянно создают проблемы, либо не покрывают ваши трудозатраты. С этими клиентами есть два варианта: пересмотр договора (увеличение стоимости) или расторжение договора.

ПОДГОТОВКА К ПЕРЕГОВОРАМ

— Подготовьте аргументацию для возможного расторжения договора или увеличения стоимости услуг. Важно четко объяснить причины: нерентабельность или слишком высокий уровень проблем при взаимодействии.

— Если клиент важен для бизнеса, предложите пересмотреть условия и повысить стоимость, но будьте готовы к расторжению, если клиент откажется.

ПЕРЕСМОТР ДОГОВОРОВ И ПРИНЯТИЕ РЕШЕНИЙ

ДЛЯ КЛИЕНТОВ, ГОТОВЫХ К ПОВЫШЕНИЮ СТОИМОСТИ

Проведите переговоры, пришлите допсоглашение, и обновите расчет стоимости на основе временных нормативов.

ДЛЯ КЛИЕНТОВ, ОТКАЗАВШИХСЯ ОТ ПОВЫШЕНИЯ СТОИМОСТИ

Если клиент не соглашается на пересмотр цены и работа с ним остается нерентабельной, рассмотрите вариант расторжения договора.

ДЛЯ ТОКСИЧНЫХ КЛИЕНТОВ

Сложные и проблемные клиенты могут отнимать много времени и нервов. Даже если они согласны на повышение стоимости, возможно, их обслуживание не стоит того. В таком случае лучше рассмотреть вариант завершения сотрудничества.

КЛЮЧЕВЫЕ МОМЕНТЫ ДЛЯ УСПЕШНОЙ ИНВЕНТАРИЗАЦИИ

ГОТОВНОСТЬ К ПОТЕРЯМ КЛИЕНТОВ

При переходе на новое ценообразование и инвентаризации клиентской базы возможны потери нерентабельных клиентов. Это нормальный процесс, который освободит вас для более выгодных клиентов.

РЕГУЛЯРНЫЙ АНАЛИЗ

Рекомендуется проводить подобную инвентаризацию не только при внедрении нового ценообразования, но и периодически, например, раз в год. Это позволит поддерживать оптимальный баланс рентабельности клиентской базы.

ОПТИМИЗАЦИЯ РАБОТЫ

На основе инвентаризации можно также пересмотреть внутренние процессы — автоматизировать работу с типовыми операциями, улучшить клиентский сервис, чтобы сократить время на коммуникации.