



ОТКАЗ ОТ БЕСПЛАТНОГО ОКАЗАНИЯ ДОП. УСЛУГ

Подготовлено учебным центром
Евгении Мемрук «BIZNESINALOGI»

ЦЕЛЬ СТРАТЕГИИ

Постепенно перестать предоставлять клиентам дополнительные услуги бесплатно, внедрив четкую систему оплаты за такие задачи.

Объяснить клиентам, почему эти услуги не включены в основную стоимость обслуживания, и предложить прозрачную систему ценообразования на дополнительные работы.

АНАЛИЗ ТЕКУЩИХ ДОПОЛНИТЕЛЬНЫХ УСЛУГ

Прежде чем переходить к реализации стратегии, важно оценить объем и виды дополнительных услуг, которые вы предоставляете бесплатно. Это поможет создать структуру для их классификации и дальнейшего ценообразования.

Примеры дополнительных услуг: Ответы на требования контролирующих органов (предоставление документов, разъяснений), подготовка справок о доходах сотрудников, консультации по вопросам, выходящим за рамки стандартного бухгалтерского учета, ведение учета или представление интересов клиента в налоговых проверках.

Определите, сколько времени и ресурсов уходит на выполнение таких задач для каждого клиента.

ОБОСНОВАНИЕ НОВЫХ УСЛОВИЙ ДЛЯ КЛИЕНТОВ

Необходимо донести до клиентов, почему дополнительные услуги не входят в стоимость обслуживания. Для этого важно подготовить четкое и логичное объяснение.

Прозрачность основного договора: При заключении договора с клиентом в расчет стоимости закладываются только прогнозируемые регулярные работы, такие как ведение отчетности, обработка первичных документов и выполнение стандартных бухгалтерских операций.

Объемы и частота дополнительных задач, таких, как требования контролирующих органов или запросы справок, непредсказуемы и могут сильно варьироваться от месяца к месяцу. Поэтому такие услуги нельзя включить в базовую стоимость обслуживания.

Разграничение услуг: Клиенты должны четко понимать, какие услуги входят в стандартное бухгалтерское обслуживание, а какие являются дополнительными.

Пример объяснения для клиента: «Когда мы заключали с вами договор, стоимость была рассчитана на основе регулярных бухгалтерских операций.

Однако задачи, которые могут возникнуть неожиданно, такие как ответы на запросы налоговых органов или подготовка справок для сотрудников, не входят в этот объем. Это дополнительные услуги, и их объем непредсказуем, поэтому мы предлагаем оплачивать их отдельно.»



ВВЕДЕНИЕ СИСТЕМЫ ПРОДАЖИ ДОПОЛНИТЕЛЬНЫХ УСЛУГ

Для того чтобы клиенты принимали новые условия, важно четко прописать процесс предоставления дополнительных услуг и их ценообразование.

Четкое ценообразование: Создайте прайс-лист для самых распространенных дополнительных услуг. В нем должны быть указаны виды услуг и их стоимость.

Примеры ценовых предложений: Подготовка справки о доходах сотрудника — 500 рублей за документ, ответ на требование налоговой — 1000 рублей за каждый запрос, консультация по вопросу налогообложения — 2000 рублей за час работы.



Пакеты услуг: Для клиентов, которые часто обращаются с подобными задачами, можно предложить пакетные предложения. Например, в рамках одного месяца они могут заказать до определенного количества справок или консультаций за фиксированную стоимость.

Это позволит сохранить привлекательность предложения и снизить риск отказов клиентов от оплаты дополнительных услуг.

Фиксация в договоре: Обновите условия договора с клиентом, добавив пункт о том, что дополнительные услуги не включены в стоимость стандартного обслуживания и оплачиваются отдельно. Пропишите порядок предоставления и согласования таких услуг.

УВЕДОМЛЕНИЕ И ПЕРЕХОД К НОВЫМ УСЛОВИЯМ

Перед введением новой системы важно грамотно уведомить старых клиентов о новых правилах и условиях.

Письменное уведомление: Разошлите клиентам письмо, в котором подробно объясните изменения и почему они происходят. Подчеркните, что такие изменения направлены на улучшение качества услуг и их прозрачности.

«Уважаемый клиент! Мы рады, что уже долгое время сотрудничаем с вами. В рамках нашего договора мы всегда стремимся предоставить вам лучшие бухгалтерские услуги.

Однако мы заметили, что возникает ряд задач, таких как ответы на запросы налоговой, подготовка справок для сотрудников и другие, которые выходят за рамки стандартных операций.

Эти задачи требуют времени и ресурсов, поэтому с [дата] такие услуги будут оказываться за дополнительную плату. Мы подготовили прайс-лист на эти услуги, чтобы сделать процесс прозрачным.

Пожалуйста, ознакомьтесь с ним и, если у вас возникнут вопросы, мы с удовольствием ответим на них.»

Личное обсуждение с ключевыми клиентами: С некоторыми клиентами (особенно с крупными или долгосрочными) лучше обсудить изменения лично или по телефону, чтобы ответить на все вопросы и убедиться, что они понимают причины изменений.

Период перехода: Для некоторых клиентов можно предложить переходный период, например, на один-два месяца, в течение которого вы предупредите их о стоимости дополнительных услуг, но не будете брать за них плату сразу. Это подготовит их к новым условиям и даст время привыкнуть к новому подходу.



ФИКСАЦИЯ ДОПОЛНИТЕЛЬНЫХ УСЛУГ И КОНТРОЛЬ ОПЛАТЫ

Чтобы избежать споров и недоразумений, важно внедрить четкий процесс фиксации и согласования дополнительных услуг.

Протоколирование запросов: Каждую дополнительную услугу, которую вы оказываете, нужно фиксировать в системе учета (например, через CRM или электронную почту). Это позволяет документировать все запросы и подтверждать объем выполненных задач.

Предварительное согласование с клиентом: Перед выполнением дополнительной услуги всегда запрашивайте у клиента подтверждение согласия на выполнение и стоимость услуги. Это может быть сделано через письмо или по телефону с последующим подтверждением.

Пример: «Уважаемый клиент, мы получили ваш запрос на подготовку справки о доходах вашего сотрудника. Стоимость данной услуги составляет 500 рублей. Пожалуйста, подтвердите выполнение этой задачи.»



Отражение в счетах: Все дополнительные услуги должны быть отражены в счетах на оплату с четким указанием того, за какую услугу выставляется счет.

ОЦЕНКА И УЛУЧШЕНИЕ СТРАТЕГИИ

После введения новой системы продажи дополнительных услуг важно следить за реакцией клиентов и оценивать эффективность.

Анализ спроса: Проанализируйте, какие дополнительные услуги оказываются чаще всего, и оптимизируйте их предложение. Возможно, какие-то услуги нужно упаковать в выгодные пакеты, а для других — предложить скидки при частом использовании.

Обратная связь: Попросите клиентов оставить обратную связь о новом подходе. Это поможет вам корректировать стратегию в будущем, улучшать качество обслуживания и минимизировать негативные реакции.

ПРЕИМУЩЕСТВА СТРАТЕГИИ

Прозрачность и четкость: Клиенты будут четко понимать, за какие услуги они платят, что предотвратит недоразумения и снизит риск конфликтов.

Повышение доходности: Вы сможете увеличить свою прибыль, перестав выполнять дополнительную работу бесплатно.

Оптимизация времени: Четкая структура оплаты за дополнительные услуги позволит вам лучше планировать свое время и ресурсы.

Стратегия прекращения бесплатного оказания дополнительных услуг **основывается на прозрачности и справедливом подходе** к расчету трудозатрат.

Важно донести до клиентов, что стандартное обслуживание включает только предсказуемые задачи, а все остальное требует **дополнительных ресурсов** и оплачивается отдельно.

Введение системы фиксации и согласования таких услуг, а также их отражение в договоре и счетах на оплату помогут создать четкую и устойчивую модель работы с клиентами, повысить рентабельность и улучшить клиентское взаимодействие.