

ФОРМИРОВАНИЕ СИСТЕМЫ РАБОТЫ С КЛЮЧЕВЫМИ КЛИЕНТАМИ КОМПАНИИ ООО «КУРЬЕР – ЭКСПРЕСС»

Н. Петрова

5 курс, факультет экономики и управления

Научный руководитель – доц. Т.Б. Заводчикова

На современном этапе в условиях жесткой конкуренции и ограниченности финансовых ресурсов компании отчетливо осознали проблему необходимости завоевания ключевых клиентов. Многие специалисты считают, что около 80% продаж компаний приходится всего на несколько ключевых клиентов. Потеря даже одного из них может существенно сократить прибыль организации.

Данная проблема является актуальной и для компании «Курьер – Экспресс», которая функционирует на рынке услуг с 2004 г. и занимается почтовой и курьерской деятельностью. Организация является довольно успешной, но ввиду отсутствия системы работы с ключевыми клиентами компания в последнее время утратила крупных, выгодных клиентов. Так, например, одна из ведущих российских телекоммуникационных компаний «Мегафон» отказалась сотрудничать с «Курьер – Экспресс» именно из-за данной причины. Это отрицательно влияет на конкурентоспособность компании, что обуславливает актуальность и необходимость формирования системы работы с ключевыми клиентами. К их числу относятся компании «Газпром», «Русфинансбанк», «Нестле» и др. Для реализации этой задачи предлагаются следующие направления работы:

1. Создание дополнительной вакансии менеджера по работе с ключевыми клиентами, который будет иметь персональный подход к каждому VIP-клиенту.

2. Использование CRM-программ, то есть компьютерной системы управления взаимоотношениями с клиентами, которая значительно упростит процесс работы.

3. Создание стандартного набора преференций для ключевых клиентов: скидки, приоритет во время заказа, эксклюзивные отчеты об отгрузке и доставке товара и т.д.

Формирование системы работы с ключевыми клиентами с учетом этих рекомендаций позволит повысить конкурентоспособность компании «Курьер-Экспресс», а также обеспечит её финансовую устойчивость, прибыльность и дальнейшее развитие.