

以顾客为中心，提升客户终身价值

分享人：张艳

红孩子

关爱家庭，关爱生活
www.redbaby.com.cn
www.binggo.com

分享大纲

介绍红孩子

B2C电子商务企业提升客户终身价值初探

红孩子

关爱家庭，关爱生活
www.redbaby.com.cn
www.binggo.com

红孩子公司介绍

2004年成立

旗下业务包括：**B2C网站 & 直邮目录 & 用户社区 & 数据库营销**

红孩子Redbaby母婴网站是中国最大最专业的母婴B2C网站

缤购Binggo网站是第一家集**化妆、食品、家居保健**的女性综合B2C网站

选择

互联网
移动互联网

产品目录
促销DM

购买

Redbaby
&
Binggo

呼叫中心

服务

消费结算

物流配送

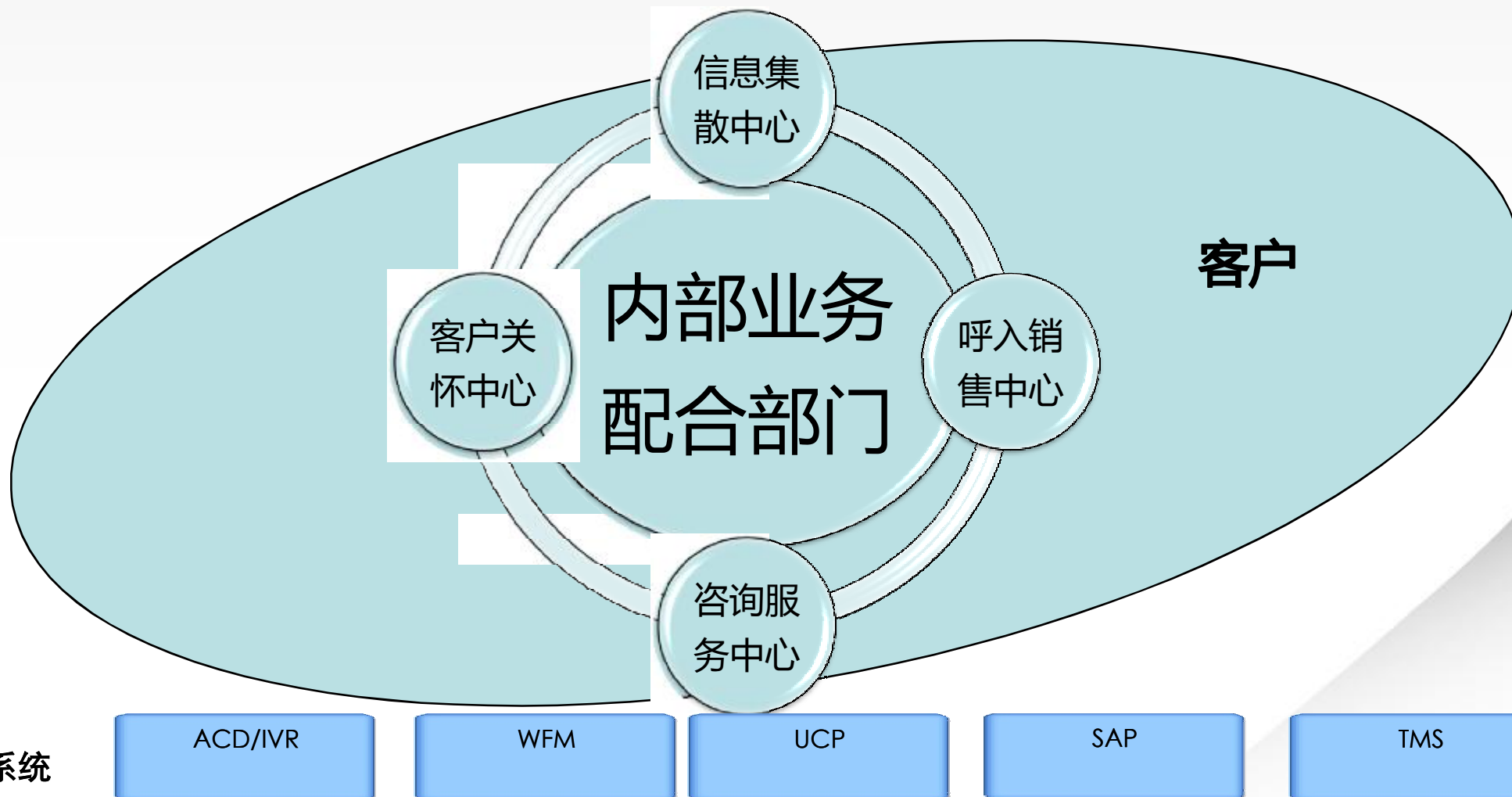
互动社区



我们

女性消费者的生活幸福指数为业务愿景

红孩子客服中心定位及价值体现



构建以顾客为中心的服务金字塔

--红孩子服务提升经验分享



分享大纲

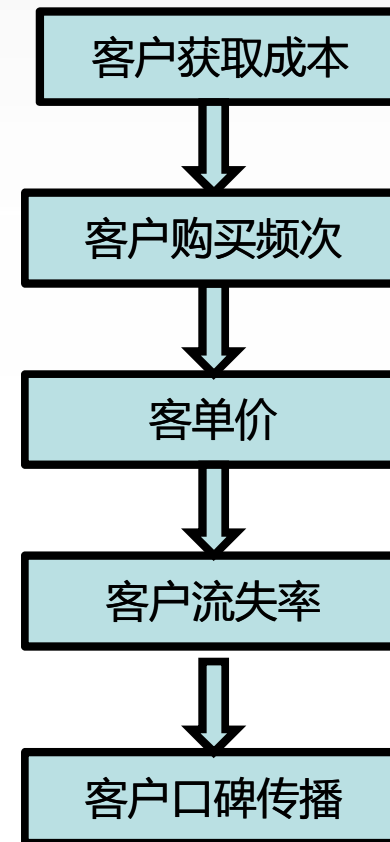
介绍红孩子

B2C电子商务企业提升客户终身价值初探

红孩子

关爱家庭，关爱生活
www.redbaby.com.cn
www.binggo.com

和顾客谈恋爱的艺术你懂得



留住客户给我们什么？

- 开发一个新用户所花的成本是维护老用户的五倍。
- 找到一位用户需要数月甚至数年的时间.....而失去一位用户仅需几秒钟。
- 用户保持忠诚的时间越长，他们带来的利润就越多。
- 遗憾的是很多企业客户的年流失率会高达60%...

Retention (留住客户)

- 与客户之间所保持的长期合作关系将随着时间的推移带来稳定的收入流，因为客户会不断购买产品。

Related sale (关联销售)

- 向现有客户销售新产品和服务所产生的利润是巨大的。

Referral (客户推荐)

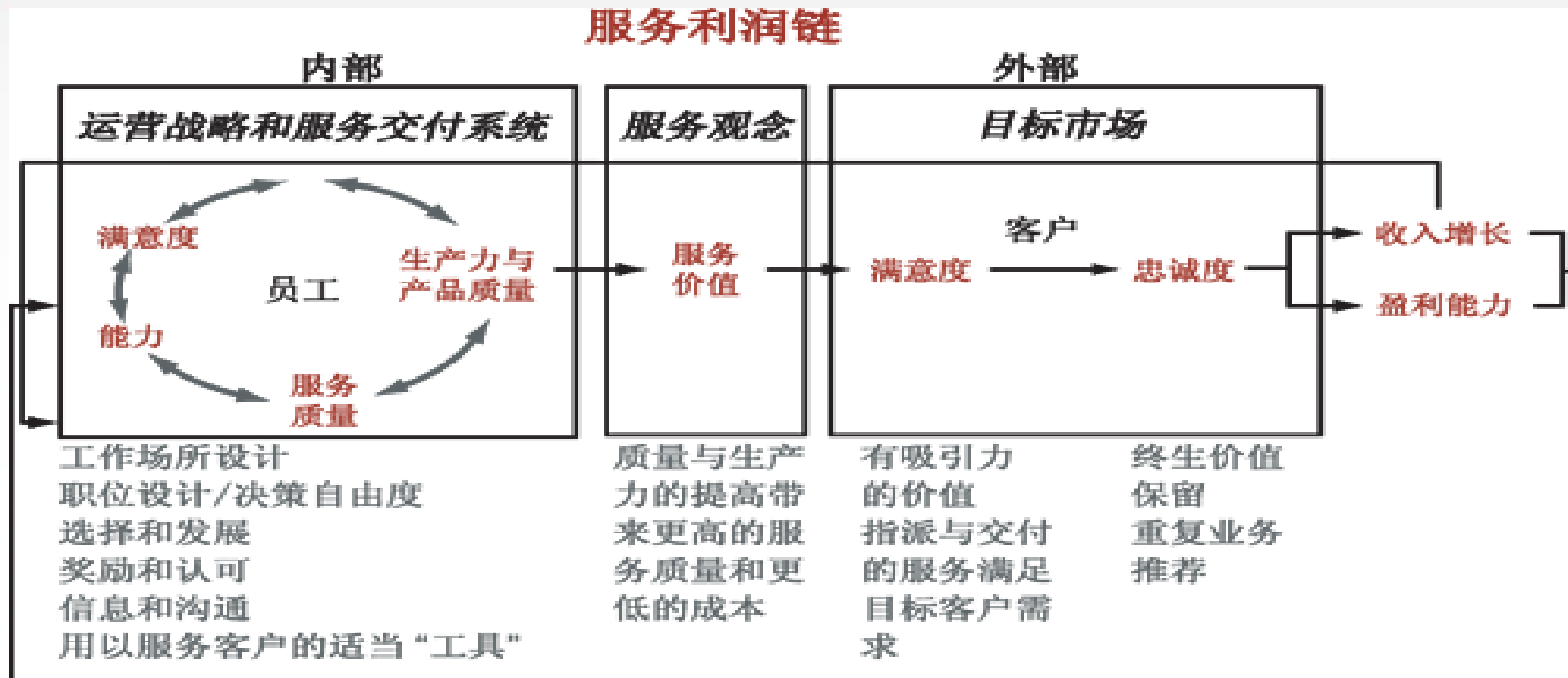
- 积极的客户推荐是最好的市场宣传，而且是免费的！积极的客户推荐对利润和业务增长至关重要。研究结果显示，感到满意的客户会将自己的良好体验告诉其他五个人，而感到不满意的客户可能会将不良体验告诉其他十一个人。从您自己的经验就可以知道，口碑相传比传统的市场营销更有份量。

客户终生价值计算及提升

用户终生价值计算工作表							
估算客户的终生交易量 (12个月*65年)		每次惠顾购物次数		每次购物的平均消费额		赢得一个客户所需成本 (母婴)	客户的终生价值 (RMB)
780	X	1.52	X	220	-	57	= 260775
预测公式, 3年期							
	收入 (包括产生的总收入)		成本 (计算为客户提供服务所 产生的成本, 包括市场营 销以及生产和交付产品或 服务)		推荐客户 (加上被推荐 客户的净值)		利润 (RMB)
第1年	2444	-	2203	+	0	=	241
第2年	2001	-	1814	+	0	=	187
第3年	1399	-	1285	+	0	=	114
总计:							542

以上为虚拟数据, 仅作为举例。

服务利润链升-促客户忠诚度及收益涨



调查发现盈利能力、增长和以下可变因素之间存在很强的关联：

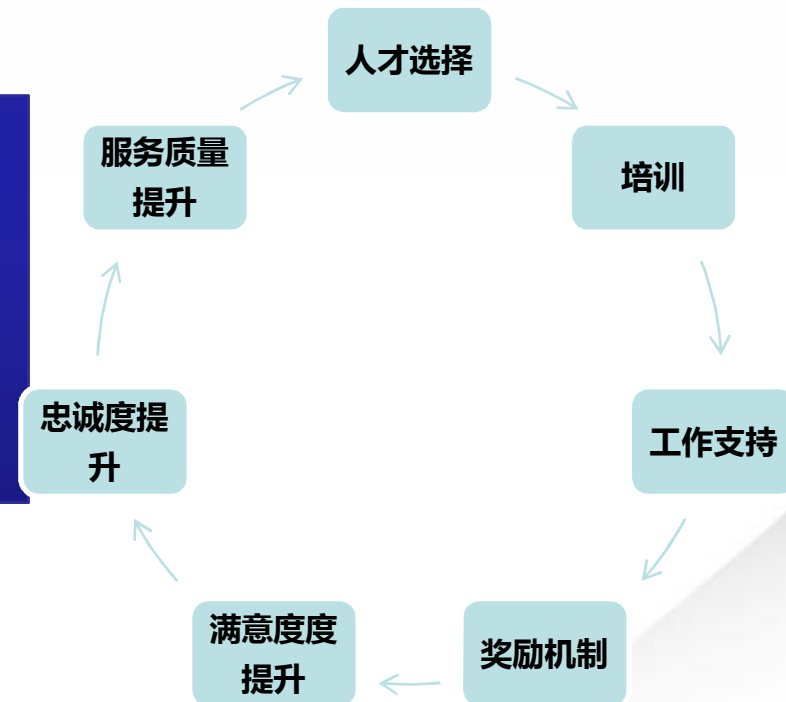
员工满意度、员工能力及生产力、员工向客户提供价值的能、客户满意度、客户忠诚度

全员能力提升才是质量提升根本

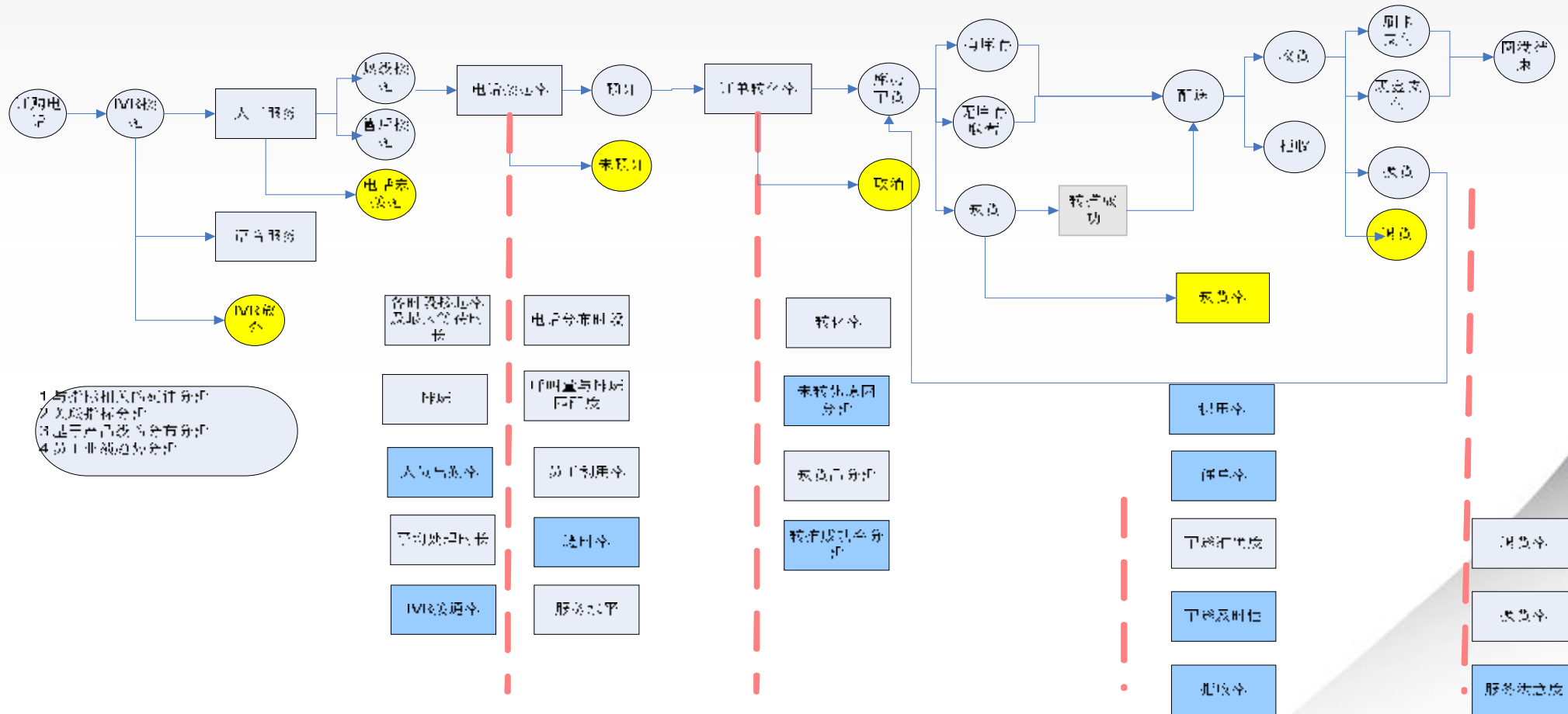
- 全员能力如何提升？

通过变革往往由于短期绩效的压力而被迫放弃。从开始建立成功的员工循环模式则为改变问题的根本。

- ü把态度作为选用标准，把技能作为培养方向
- ü培训投资
- ü提供工具和支持
- ü允许有限的自由
- ü以结果为奖励依据
- ü控制流失

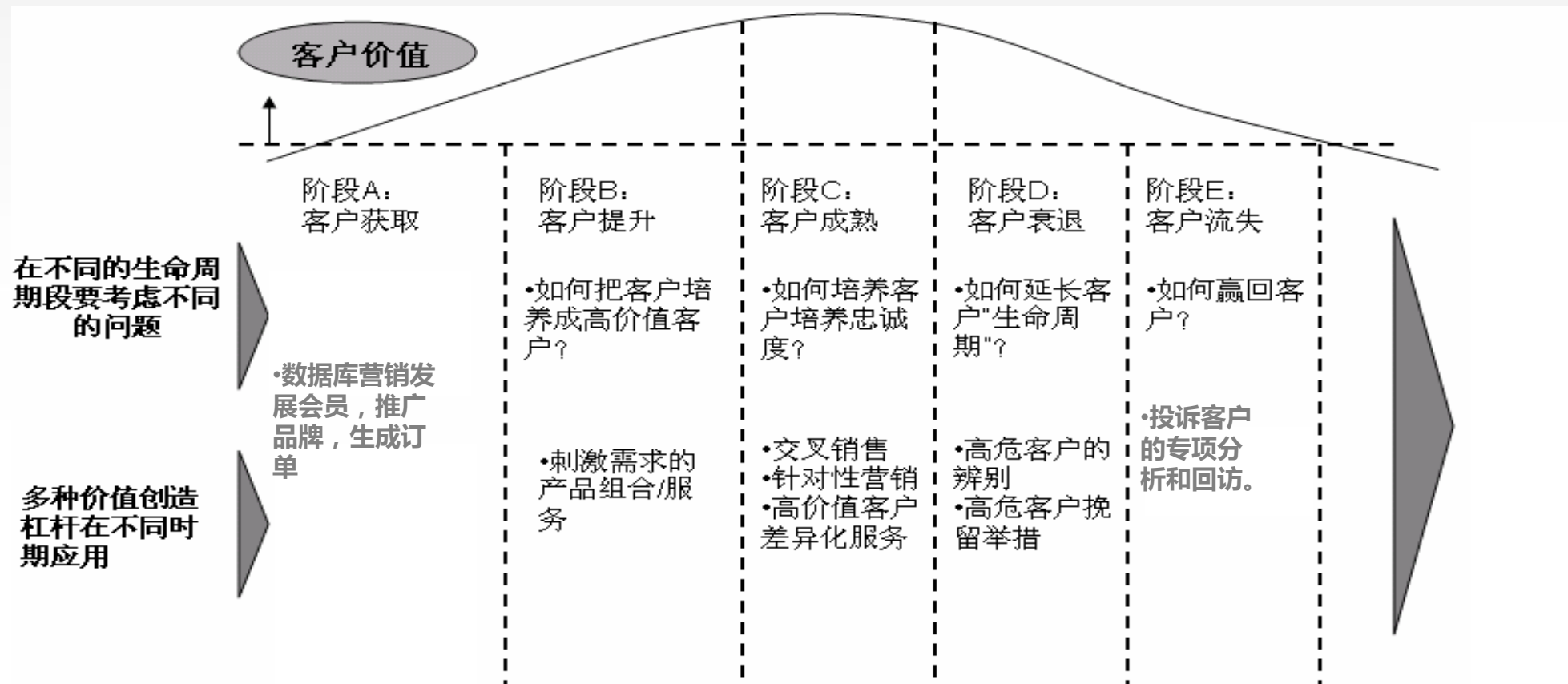


关键触点的监控分析

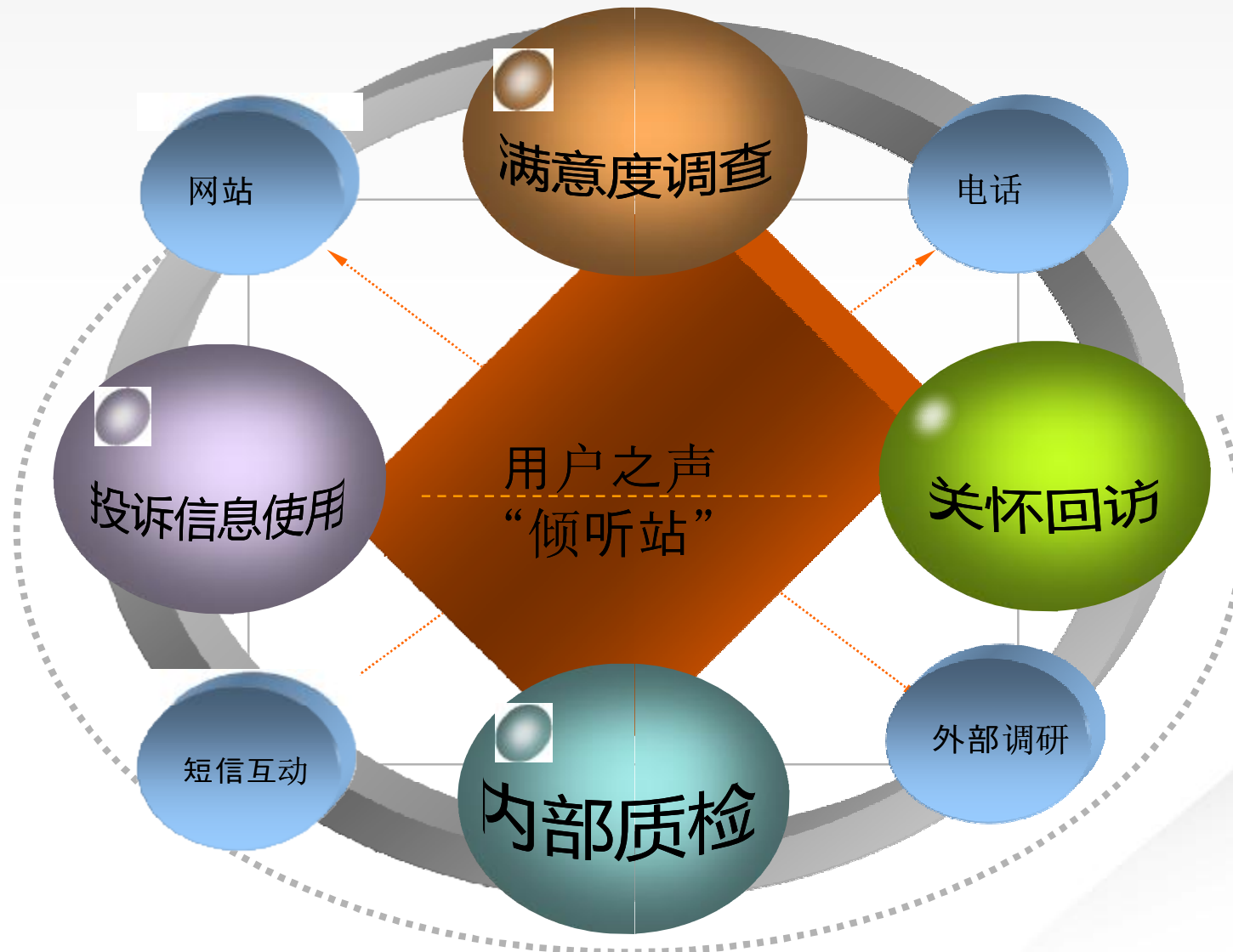


数据细化及关联分析帮助我们科学的做好过程管理！

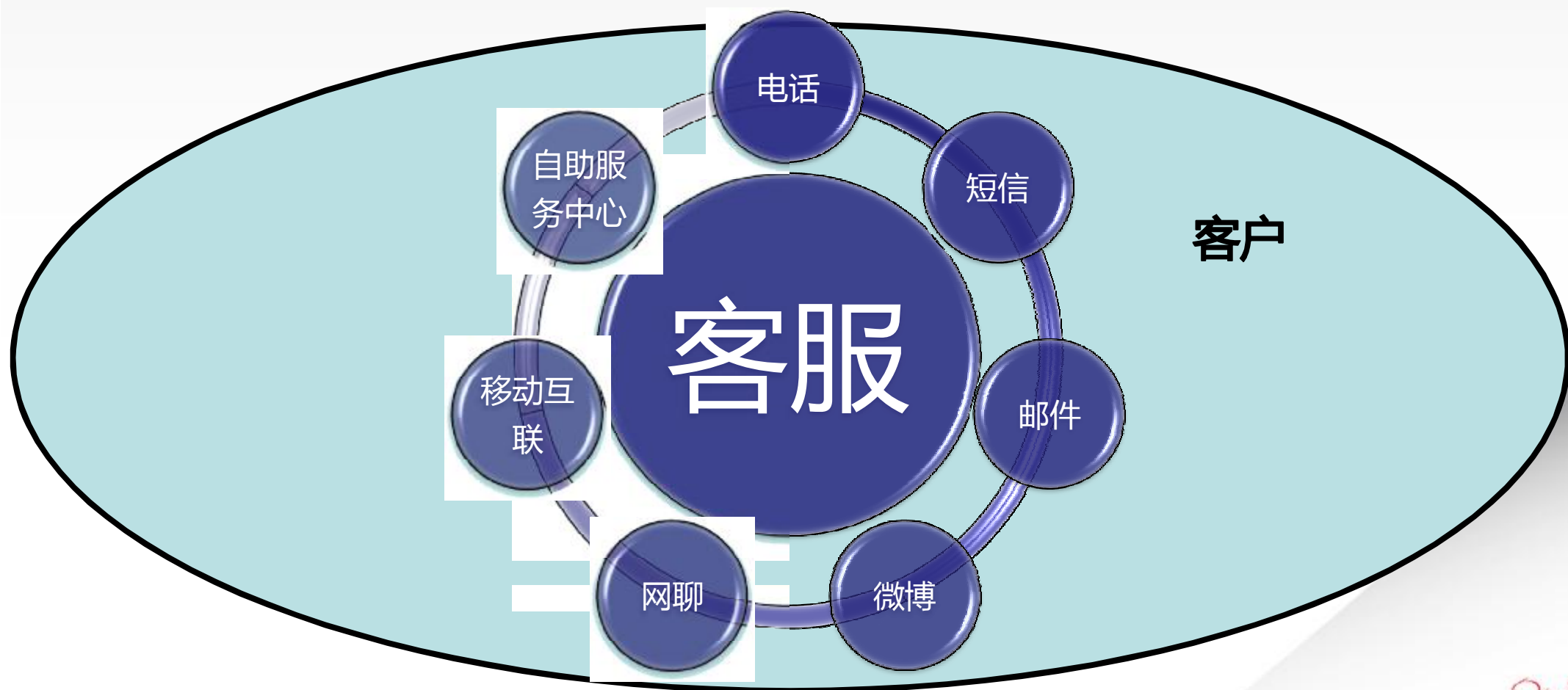
客户关怀 - 客户生命周期分阶段任务



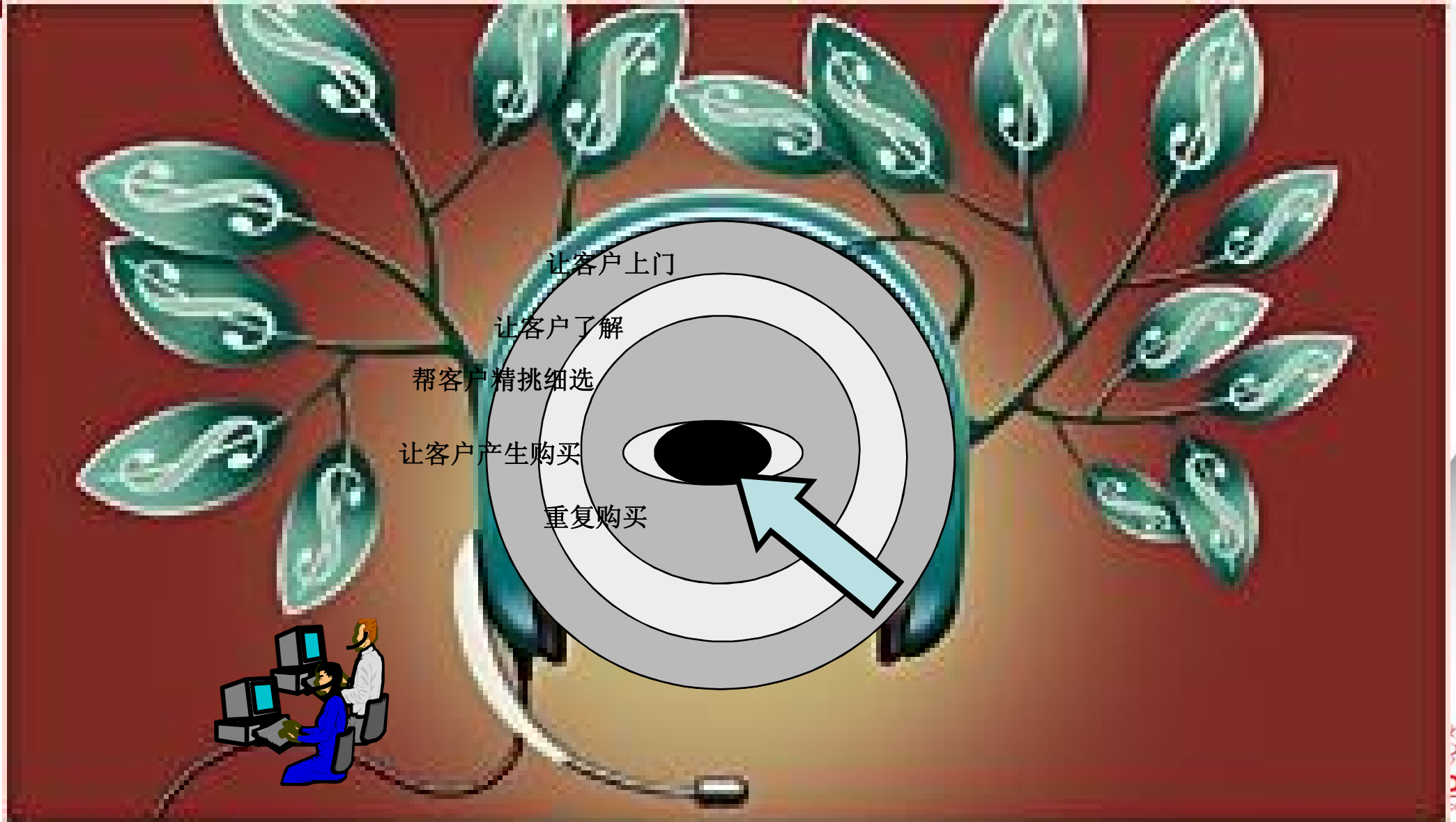
关注客户需求及感受让产品服务按需应变



多元化接入方式 “应势而变”



客服就是公司的财富中心



关爱家庭 关爱生活

感谢倾听！

红孩子期待着您的光顾！

分享人张艳
手机：1350125950
MSN：echozy800@hotmail.com
QQ:1264762377
微博：张艳echozhang
<http://weibo.com/1579927402>

红孩子
关爱家庭，关爱生活
www.redbaby.com.cn
www.binggo.com

聆听在心，微笑在线，行动在手，满意在我！

