

# Система работы с клиентами в агентстве



Nimax Digital Agency  
CEO Никита Михеенков

2024

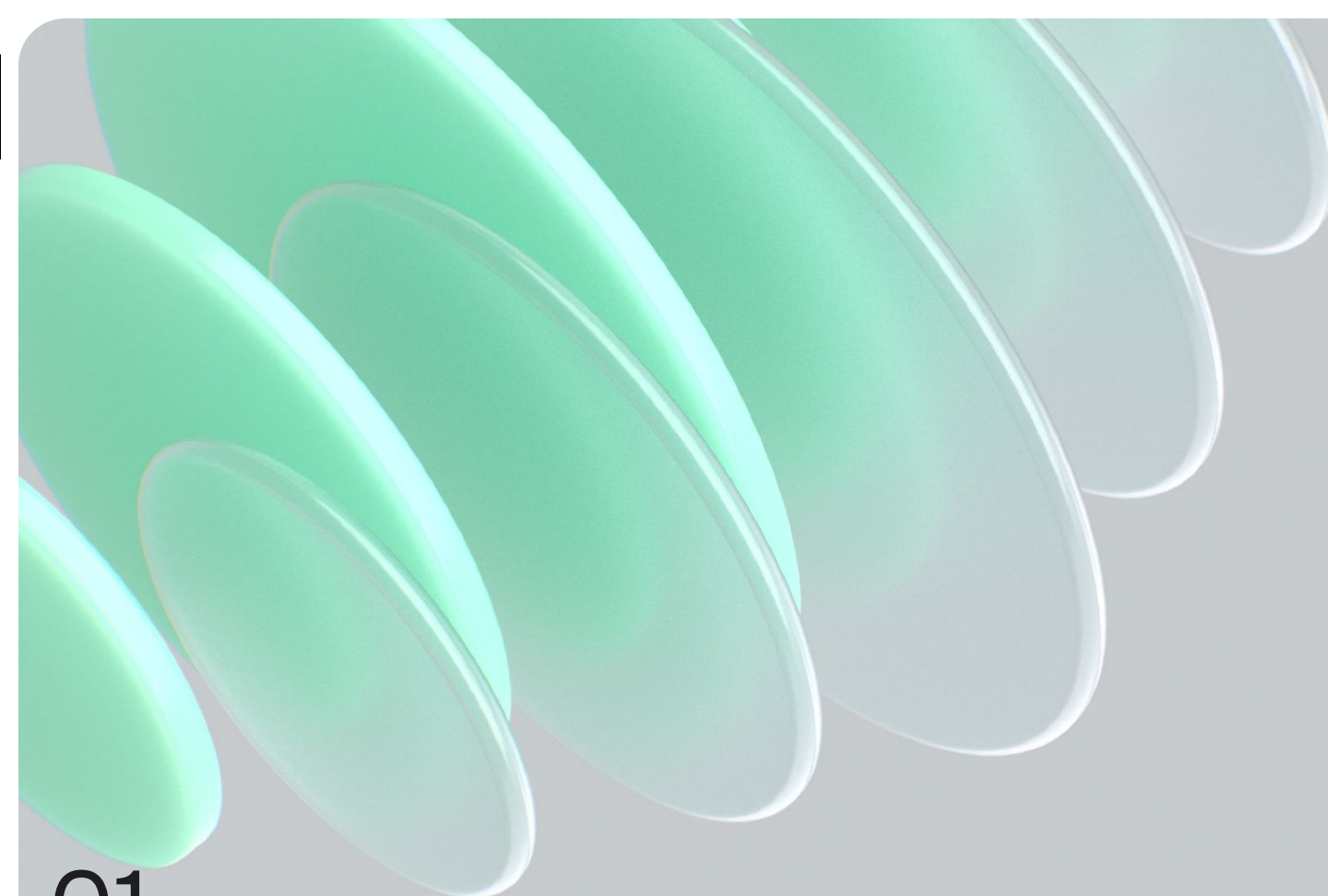


170M

120M

90

- Branding
- Creative
- Performance
- UX/UI
- Global



01

База

**Все успешные агентства  
объединяет ...**



Все успешные агентства  
объединяет **умение**  
**круто продавать**



**Все по-настоящему успешные  
агентства объединяет ...**



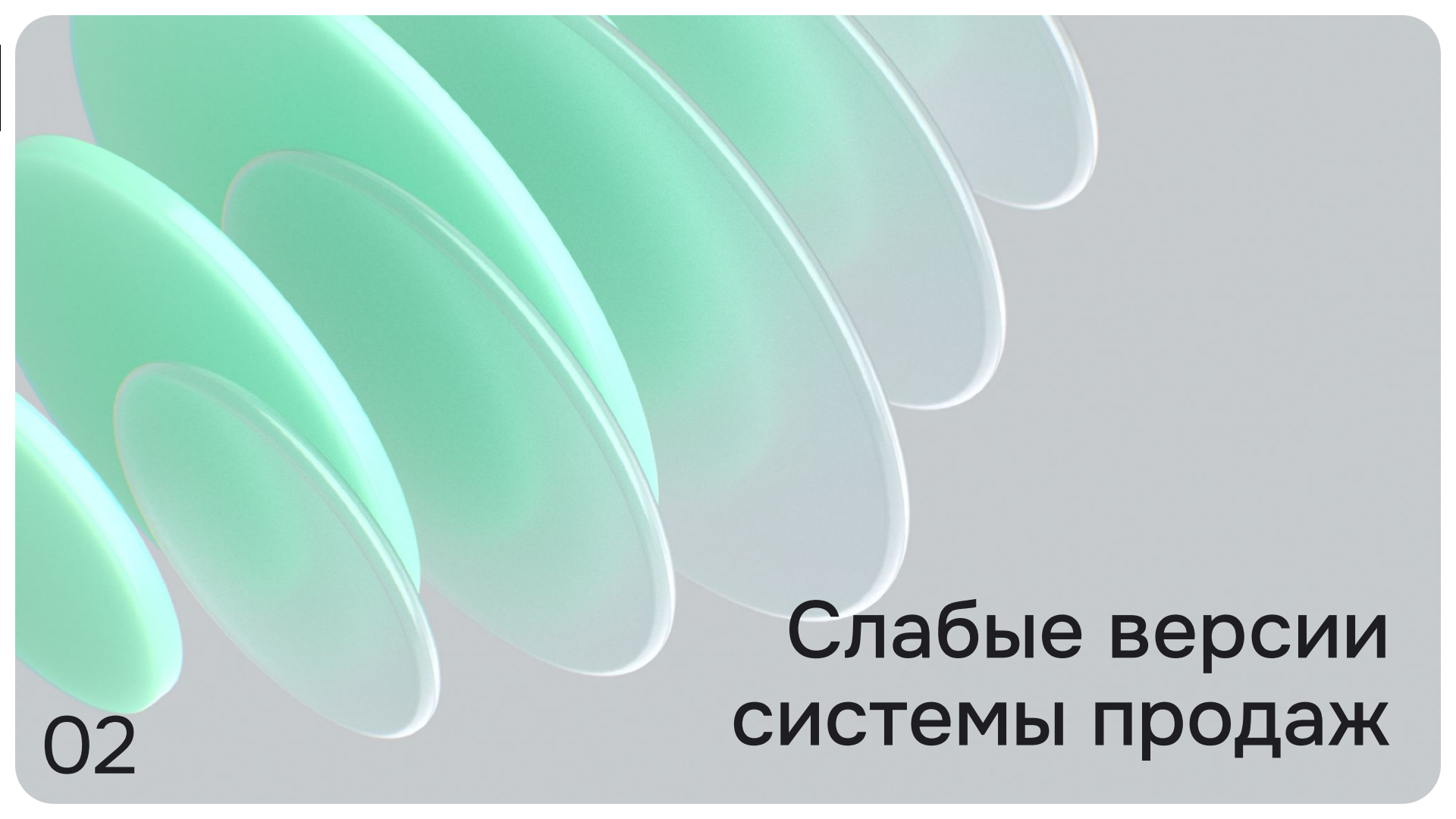
Все по-настоящему успешные  
агентства объединяет  
умение развивать  
своих клиентов



# Базовая последовательность

**Маркетинг -> Продажи -> Развитие**

Все остальное можно аутсорсить



02

# Слабые версии системы продаж

# 01.

Продаем.  
Разнообразно.  
Поочередно

- Нет системы — нечего отлаживать
- Непредсказуемые результаты
- Доп. нагрузка на всех
- Скорее всего, фаундеры

Все продают —  
ложная информация

# 02.

**Продают  
фаундеры**

- Зависимость от человека
- Время ограничено
- Нет шанса создать систему
- Завышенные ожидания
- Сделки бесят команду\*

**То же про единичных  
супер-сейлзов**

# 03.

Сарафан,  
рекомендации

- Неконтролируемая система
- Работает на низких чеках
- Сложно масштабировать

Нормально делай,  
нормально будет?  
Нет (

# 04.

## Мега-клиенты

- Самая рискованная система
- Блокируют мотивацию  
строить маркетинг / продажи
- Зато тренируемся на удержание

Клиенты больше 25%  
оборота — супер-риск

# 05.

## Партнерки

- Блокируют мотивацию  
строить маркетинг / продажи
- А так норм: знания, хорошие клиенты и т.д.

# 06.

## Работа на входящих

- Свободные заказы на рынке — первое что ложится в кризисы
- Зависимость сейлзов от входящих заказов
- Остатки рынка

# ЗАВИСИМОСТЬ (



# ЗАВИСИМОСТЬ (

От фаундеров

От людей

От клиентов

От партнеров

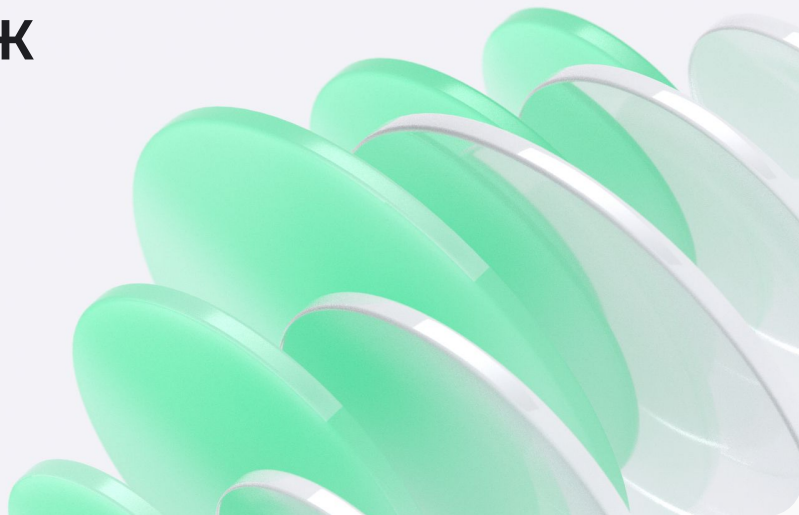
От входящих

...



# Как должно быть?

- Отчуждаемость фаундеров
- Взаимозаменяемость в команде
- Широкий портфель клиентов
- Несколько каналов продаж
- Разные методы продаж
- Развитие клиентов



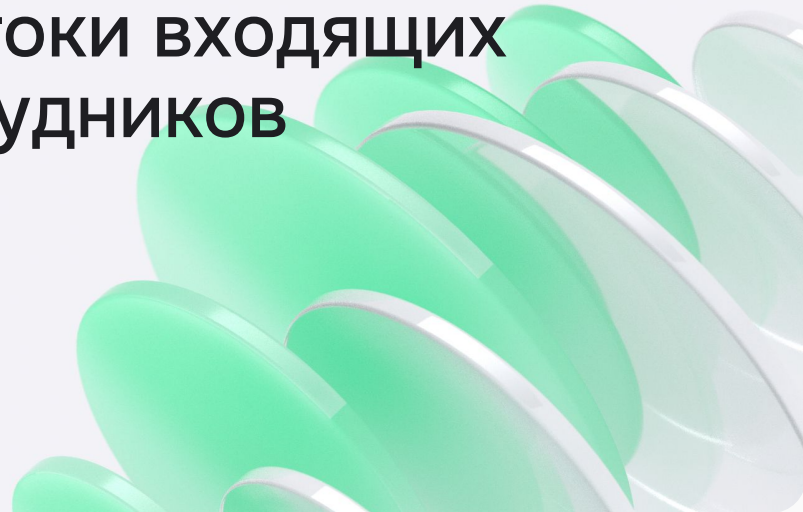


03

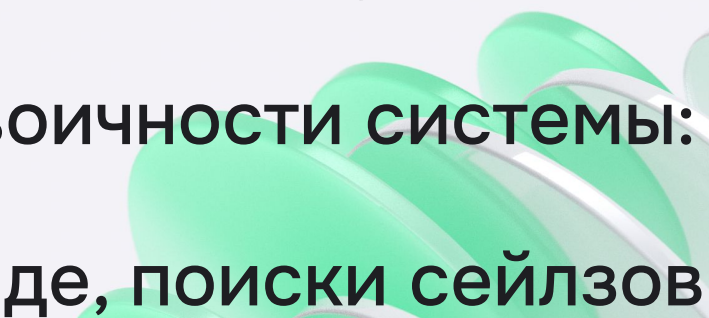
# Формирование системы продаж Nimax

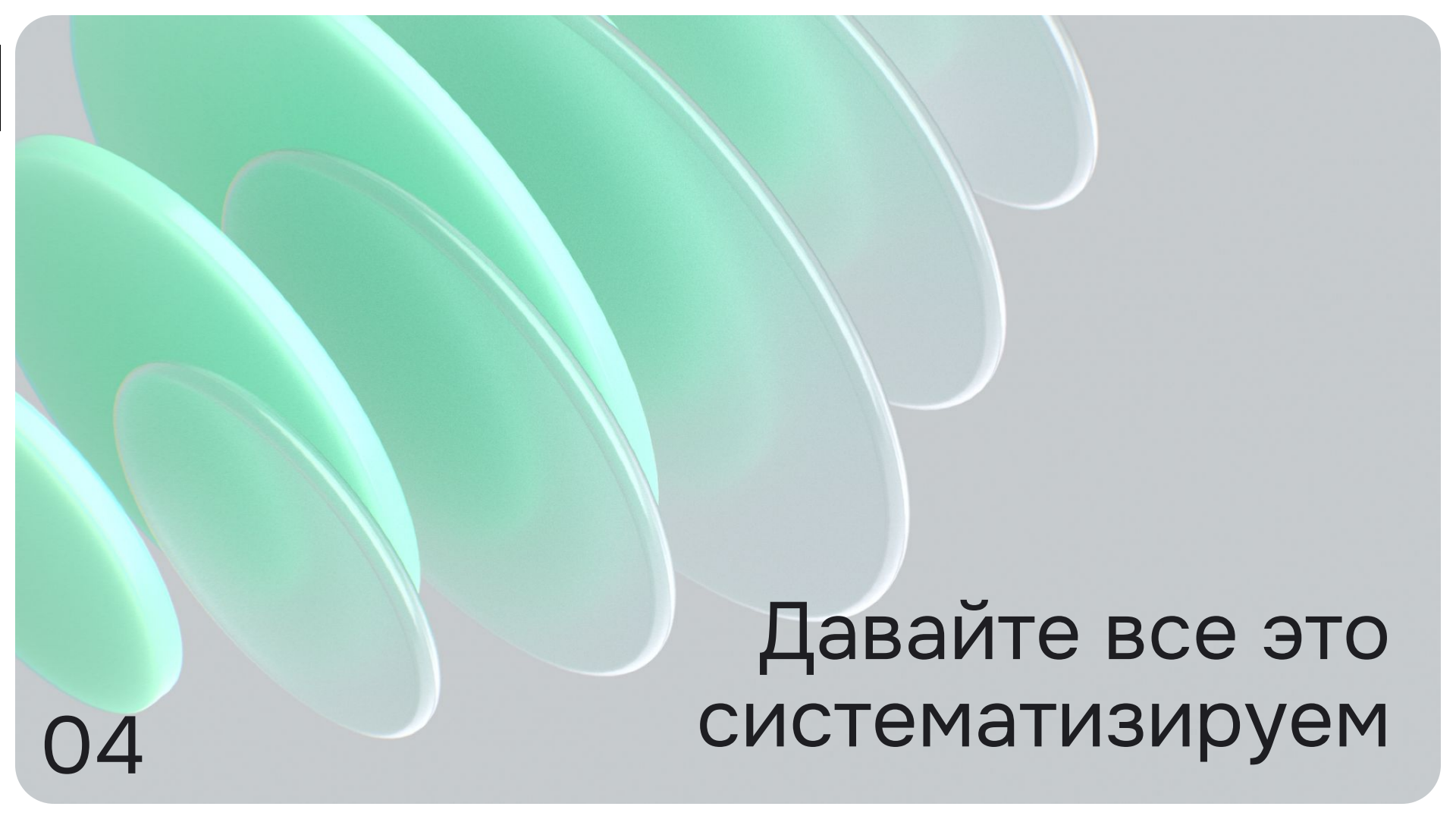
# Формирование системы продаж

- Сарафан: милые, недорогие ребята (
- Продажи на основателе -> Вывод из системы
- Руководитель отдела продаж
- Мощный маркетинг -> Поток входящих
- Команда продаж 5-9 сотрудников
- Зависимость от входящих



# Ре-формирование системы продаж

- Учимся апсейлить, кроссейлить -> Успех
  - Пробуем исходящие -> Провал
  - Пробуем тендеры -> Ограниченный успех
  - Обламываемся на Global (
  - Приходим к пониманию двоичности системы:  
Продажи + Развитие
  - Разделение ролей в команде, поиски сейлзов
- 

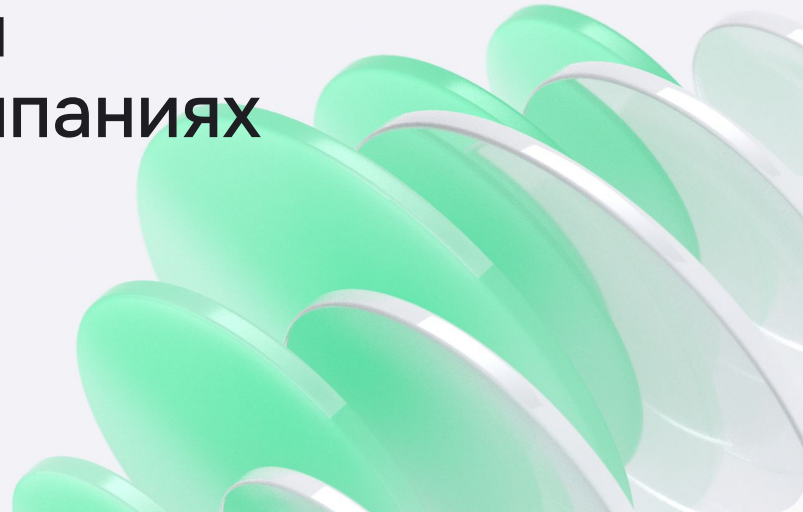


04

Давайте все это  
систематизируем

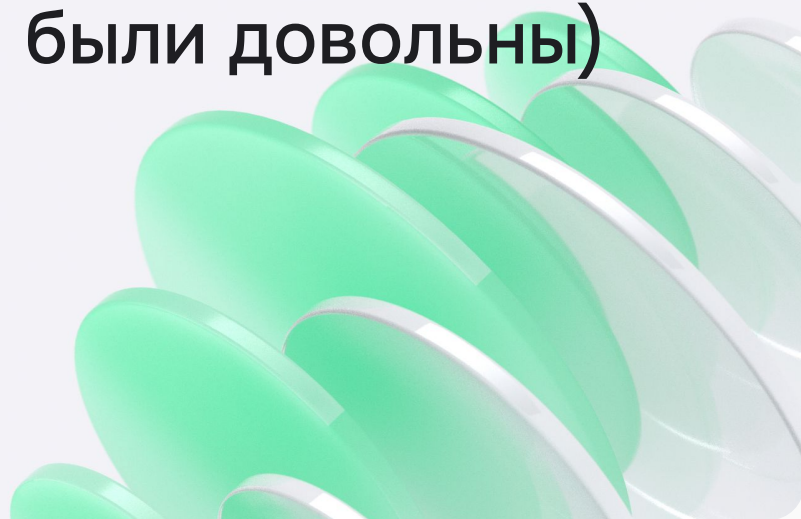
# Основные методы продаж

- Работа с входящими заказами
- Исходящие hot / cold
- Нетворкинг и событийка
- Апсейл текущим клиентам
- Кроссейл в диверсиф. компаниях
- Тендеры



# Основные виды деятельности

- Продажи (добываем новые деньги)
- Аккаунтинг (чтобы не ушли)
- Развитие (чтобы росли)
- Клиентский сервис (чтобы были довольны)

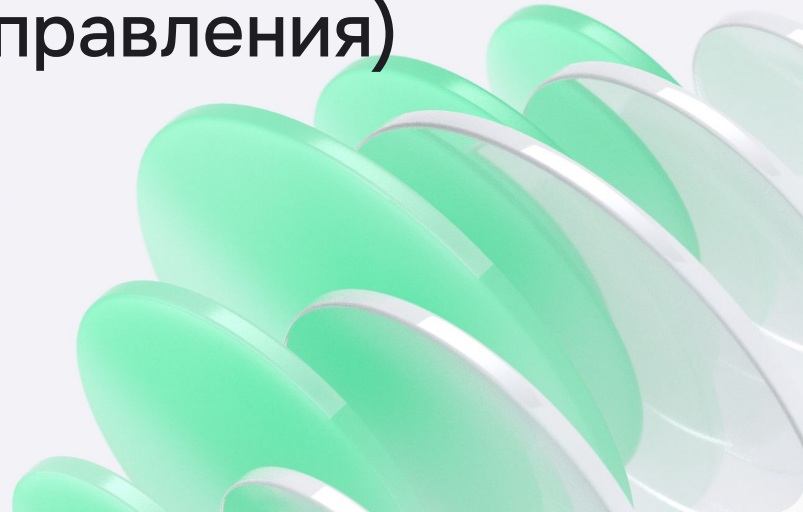


# Основные роли сотрудников

- Руководство: РОП, КД, ДКС
- Сейлзы активные / пассивные
- Аккаунты, аккаунт-директора/групхэды
- Биздевы (новые рынки/направления)
- Проектные менеджеры

Где брать людей?

Мы растим и находим внутри.  
Но лучше научиться находить  
на рынке!

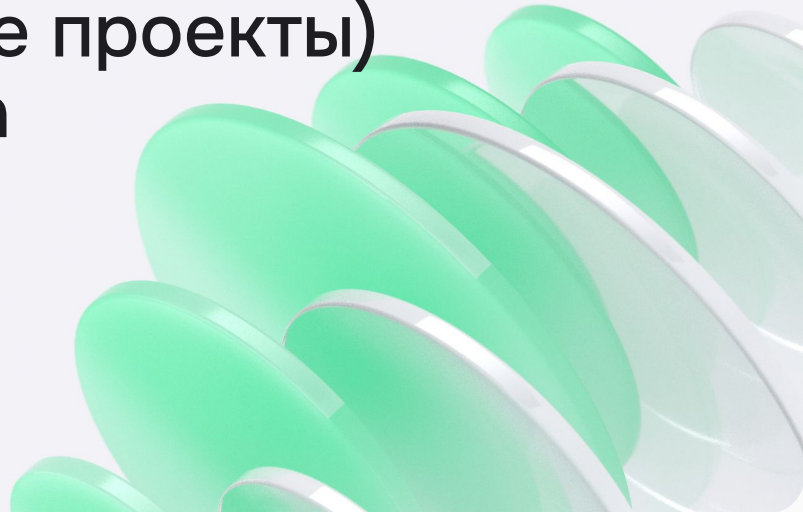


**И еще немного  
про развитие отдельно ...**



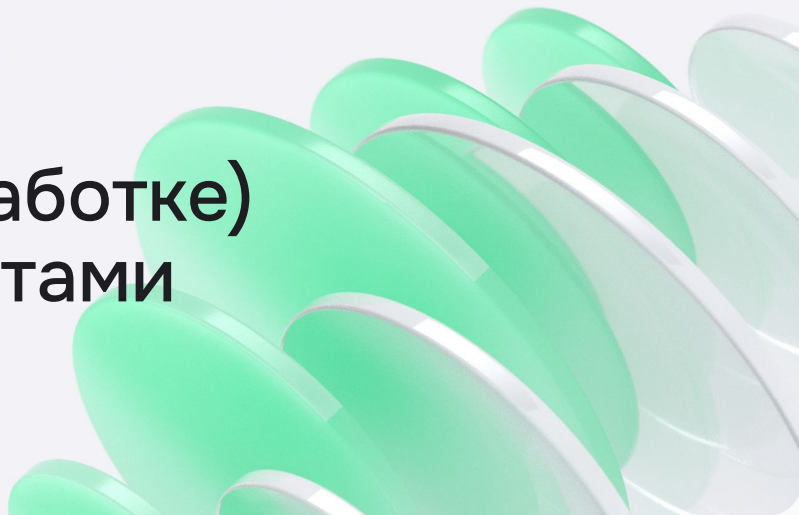
# Уровни развития

- В рамках проекта
- Внутри одного отдела/услуги
- Внутри всего агентства (разные услуги)
- На стороне клиента (новые проекты)
- Выход за пределы клиента



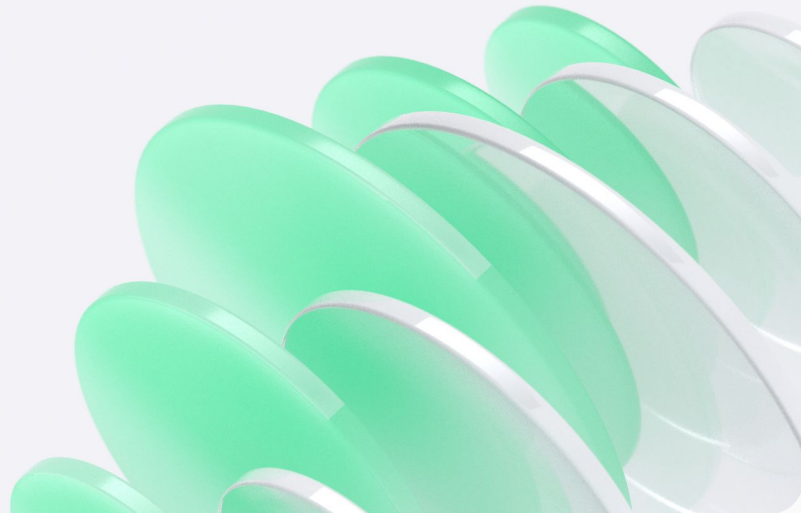
# Методы развития клиентов

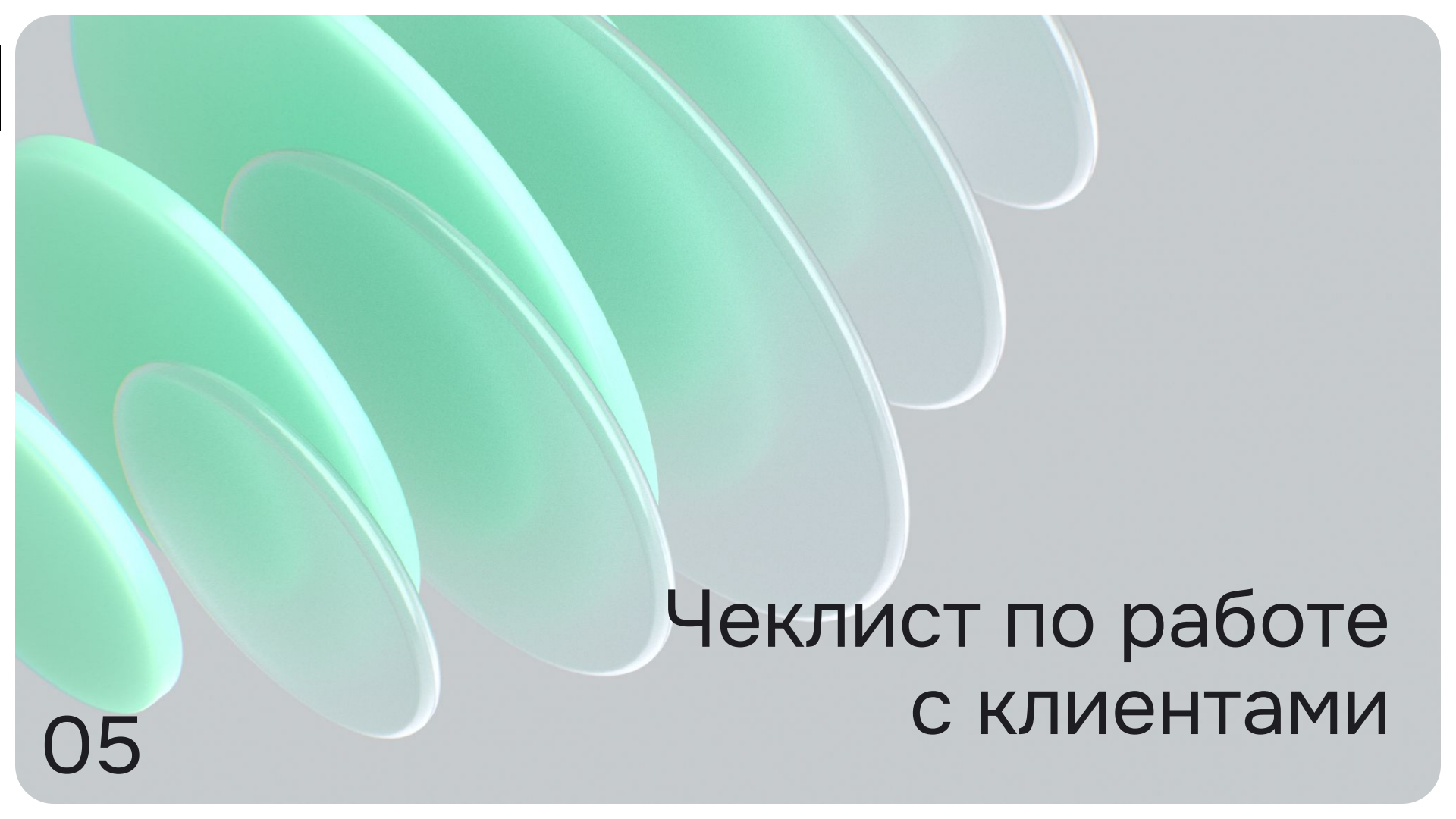
- CRM как CRM
- Классные и обученные сотрудники
- Регулярные точки контакта
- Мотивация за развитие
- Стратегию каждому
- Беклоги (не только в разработке)
- Различные сессии с клиентами
- Health Check проектов
- NPS-замеры



# Маркетинговые коммуникации на текущих клиентов

- Рассылки: общие и персонализированные
- Снова точки контакта: подарки, ДР и т.д.
- Образование (свое и внешнее)
- События для клиентов
- Клубы клиентов
- Ходить в гости
- Есть вместе )

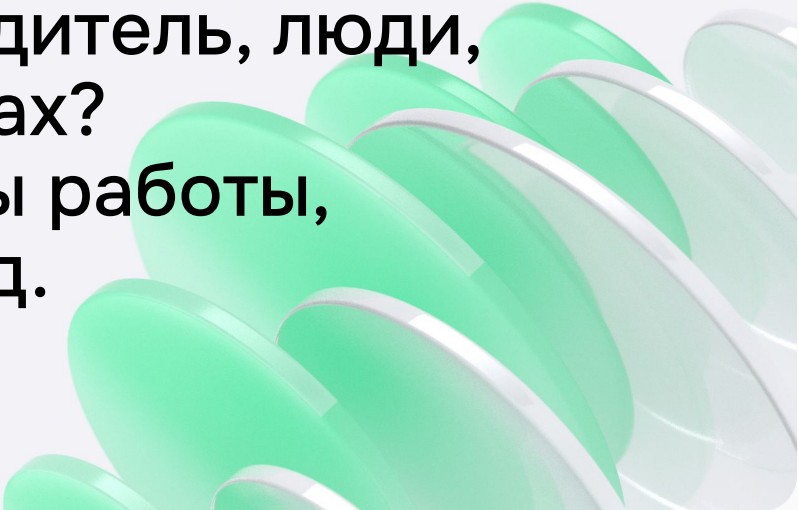




05

# Чеклист по работе с клиентами

# Самое важное

- Осознаете ли вы продаж как ключевую систему компании?
  - Есть ли у вас система развития клиентов?
  - Есть ли структура, руководитель, люди, роли людей в этих системах?
  - Формализованы ли методы работы, используемые каналы и т.д.
- 

# И детали

- Поставлены ли планы продаж, допродаж, удержания и т.д.
- У команды есть система мотивации на все это?
- Является ли CRM инструментом ежедневной работы команды?
- Есть ли у вас опыт найма результативных сейлзов?



**Находите новых клиентов.  
Не теряйте старых.**



# Спасибо!

Сломай и сделай нормально:

[@mikheenkovnews](#)

