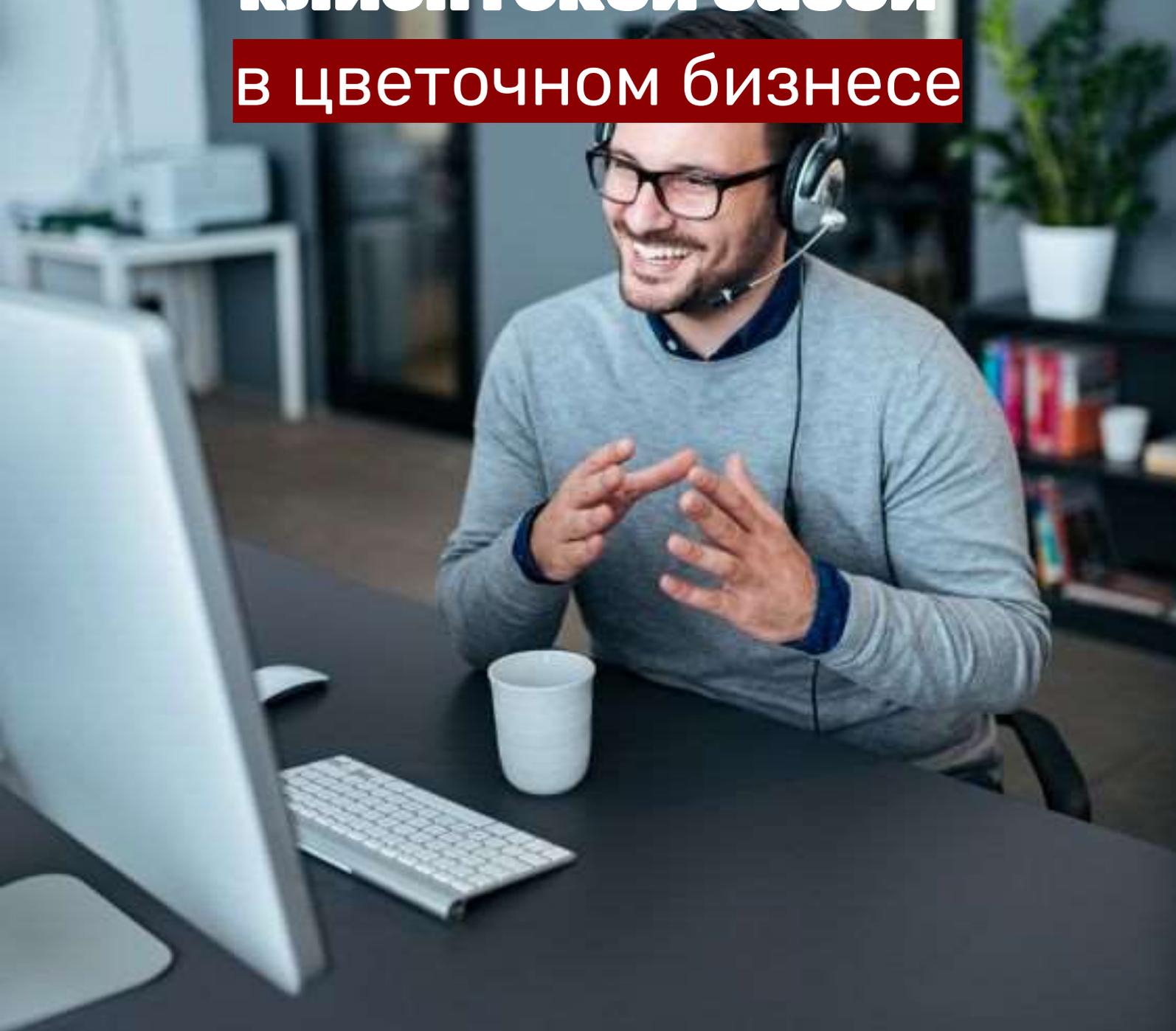




КАРНЮШИНА  
PROJECT

ГАЙД  
по  
работе с  
клиентской базой  
в цветочном бизнесе



# Работа с клиентской базой в цветочном

- 1.** *Звонки на аутсорсинге*
- 2.** *Обзвон своих клиентов флористами*
- 3.** *Рассылки и чат-боты*
- 4.** *Приём заказов при обращении клиента в салон*

С вами я,  
**Марина Карньюшина:**  
бизнес-консультант,  
бизнес-тренер,  
автор книги  
«Шпаргалки для  
цветочного бизнеса».



 Нужна устойчивость в рынке?

 Мои клиенты выросли в условиях 2022 года.

 3000 клиентов.

 100 ниш.

 Школа для предпринимателей:

[www.karnyushinaschool.ru](http://www.karnyushinaschool.ru)

 YouTube-канал:

[www.youtube.com/channel/UCInmpz8iynVBWq6x\\_ffh9LFw/featured](https://www.youtube.com/channel/UCInmpz8iynVBWq6x_ffh9LFw/featured)

# 1. Звонки на аутсорсинге

Если у вас большая клиентская база, то идеальное решение – это передача процесса обзвона клиентской базы на аутсорсинг в колл-центр.

## Что потребуется:

- 1) *Выбрать колл-цент, обсудить условия.*
- 2) *Сформулировать скрипты для операторов колл-центра.*
- 3) *Расписать алгоритм действий операторов при приёме заказа и отметках в базе данных.*
- 4) *Передать контактную информацию по клиентам.*

**Если ваши флористы несильно загружены в течении дня, то можно поставить им эту задачу и обзвонить клиентскую базу своими силами.**

Стоит отметить, что сделать это с первого раза самим сложно. Сотрудников нужно будет обучить, настроить, замотивировать. Но эта задача часто выполняется и своими силами по тем же принципам: скрипты → инструкция с действиями → подготовка информации с данными по клиентам → обзвон → внесение итогов в базу данных.

## **2. Обзвон «своих» клиентов флористами**

У флористов со стажем всегда есть «свои» клиенты, телефоны которых занесены в личные, а их вкусы и предпочтения помнят наизусть. Так же во многих магазинах практикуется закрепление клиентов за сотрудниками и формирование баз «своих» клиентов по каждому флористу.

**Лучший клиент – это постоянный клиент! Именно они попадают в категорию «свой» для флориста.**

**Многие опытные флористы сами обзванивают своих постоянных клиентов, так что вам остаётся лишь наладить этот процесс.**

- Распечатайте базы данных клиентов по каждому флористу.
- Проведите совещание, обсудите действия, проиграйте как они будут строить беседу, выставите план по звонкам, предоплате, количеству заказов.
- Если они неопытные, пропишите скрипт звонка и протестируйте вместе.
- Контролируйте процесс внесения данных, формирование заказов, получение предоплат.

## **3. Рассылки и чат-боты**

Существует большое множество сервисов для рассылок: смс, чаты, email. Так же многие салоны ведут свои чаты для клиентов с анонсами новинок. Можете выбрать что-то одно, или протестировать разные подходы и выбрать лучший.

### **Как не надо:**

- *Делать рассылку без возможности для клиента отписаться.*
- *Слать 100 сообщений в день обо всём на свете.*
  - *Не модерировать публикации участников.*
- *Сделать открытый доступ для публикаций участников.*

**Клиент быстрее решится на покупку, если вы будете действовать чётко.**

- ✓ Опишите задачу: «Принимаем заказы на 8 Марта!».
- ✓ Распишите подробно алгоритм: выбрать из готовых предложений/индивидуальный заказ → заполнить данные в бланке заказа → внести предоплату → зафиксировать номер заказа.
- ✓ Обязательно указывайте свой контактный номер. И обучите сотрудников как правильно принимать звонки и работать с предзаказами.

**Не бойтесь взять на себя управление!  
Помните, Вы – дирижёр этого оркестра!**

## **4. Приём заказов при обращении клиента в салон**

Самый лёгкий способ – это предлагать оформить предзаказ на 8 Марта клиентам, зашедшим в салон за цветами. Они уже лояльны, у них есть время, и они могут тут же внести предоплату. Всё очень удобно.

**Самая большая ошибка при прямом предложении клиенту, думать, что ещё рано. Тогда и клиент ответит «позже». Ваши сотрудники должны понимать ценность в сборе заказов заранее. Поэтому проведите небольшое обучение накануне.**

Используйте в описании следующую ценность для них:  
– Мы соберём заказы заранее и сможем распределить свою нагрузку по дням.

– Мы сейчас формируем заказ поставщику и нам важно знать сколько и каких цветов нам потребуется. Поэтому мы собираем предзаказы от своих постоянных клиентов, чтобы отложить под них эти цветы и зафиксировать адекватную цену.

**Обязательно обсудите с сотрудниками важность сбора заказов заранее и сразу распределяйте нагрузку по дням, флористам, курьерам.**

**(смотри учебный курс «Подготовка к 8 Марта»)**



КАРНЮШИНА  
ПРОЕКТ

Я знаю, что этот материал поможет вам легко подготовиться к спокойной работе на 8 Марта и распределить нагрузку между сотрудниками: флористами, их помощниками, курьерами. Действуйте, всё в ваших руках!

Если вам хочется более тонко чувствовать людей и легко работать с клиентами любой сложности, рекомендую приобрести гайд «Кто наш клиент».

**КУПИТЬ ГАЙД**

Если он у вас уже есть и хочется большего, то присоединяйтесь к офлайн-тренингам по продажам для флористов, где вы сможете задать все имеющиеся вопросы и разобрать более подробно все этапы работы с клиентом.

**КУПИТЬ УЧАСТИЕ В ОФЛАЙН-ТРЕНИНГЕ**

**ДО НОВЫХ ВСТРЕЧ!  
ТВОРИТЕ И ПРОЦВЕТАЙТЕ!**