



Международный Учебный Центр

Программа по деятельности работодателей

“Привлечение и удержание членов в региональных ассоциациях работодателей. Работа с членской базой данных.”

Москва, Российская Федерация
РССП Региональный день

Хорхе Иллингворт – Руководитель программы



АСТ/ЕМР 2018 ВКРАТЦЕ

*Эффективное повышение потенциала
членских организаций работодателей и
бизнеса (ЧОРБ) с учетом их
потребностей*



Результаты нашей работы в 2018 году в цифрах



ЧОРБ из **110** стран



52 мероприятия

36 тренингов (69%)
11 консультаций (21%)
5 разработанных учебных материалов (10%)



8 языков

Арабский, английский, испанский, французский, немецкий, итальянский, португальский и русский



808 участников

47% женщины
53% мужчины



Представители **112**
национальностей



3 аудитории

Сотрудники и члены
правления ЧОРБ



ГЛОБАЛЬНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ В 2018 ГОДУ



ЛАТИНСКАЯ АМЕРИКА И КАРИБСКИЙ БАССЕЙН

6 учебных мероприятий
98 участников (12%)

АФРИКА

7 учебных мероприятий
104 участников (14%)

АРАБСКИЕ СТРАНЫ

2 учебных мероприятия
10 участников (1%)

АЗИЯ

11 учебных мероприятий
155 участников (19%)

ЕВРОПА

11 учебных мероприятий
251 участников (31%)

МЕЖРЕГИОНАЛЬНЫЙ УРОВЕНЬ

15 учебных мероприятий
190 участников (23%)

НАШЕ УЧЕБНОЕ ПОРТФОЛИО




ОСНОВНЫЕ УЧЕБНЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ ПО БЛОКАМ

Блок 1 Укрепление потенциала работодателей и руководства ЧОРБ


- Эффективные ЧОРБ
-  Мастер-тренинг по эффективному управлению ЧОРБ
- Стратегии членства
- Управление базой данных членов (CRM)
- Стратегическое планирование
- Мобилизация ресурсов и разработка проектов
- ЧОРБ & Женщины-предприниматели
- Укрепление региональных и отраслевых ЧОРБ





Блок 2 Повышение качества предложения и оказания услуг в Организациях работодателей и ЧОРБ

- Разработка и предоставление услуг для членов
- Разработка и предоставление услуг по обучению для членов
- Основы охраны и гигиены труда (ООГТ)
-  Услуги по продвижению экспорта
- Производственные отношения

Блок 3 Укрепление политического влияния работодателей и ЧОРБ

- Научно обоснованная стратегическая практика правозащиты & коммуникации
- Определение заработной платы
-  Макроэкономика для участников социального диалога
- Производительность на рабочем месте.
- Политика обучения и приобретение навыков
- Социальная защита и ОП
- Социальный диалог и навыки ведения переговоров

Блок 4 Содействие ответственному ведению бизнеса

- Глобальные производственные отношения и соглашения с транснациональными компаниями
-  КСО и основные международные трудовые нормы.
-  ЧОРБ & ЦУР (цели в области устойчивого развития)
- Содействие ответственному ведению бизнеса в цепочках поставок.



Чем занимается организация работодателей?



ОБЪЕДИНЯЕТ

Общее собрание,
Правление,
комиссии, рабочие
группы



ПРЕДСТАВЛЯЕТ

Правозащита,
лоббирование,
социальный диалог



УКРЕПЛЯЕТ

Оказание услуг
(информация,
консультации и
многое другое)



ГЛАВНАЯ ЦЕЛЬ ЧОРБ

Способствовать формированию благоприятной деловой среды для создания и развития предприятий и рабочих мест, а также содействовать социально-экономическому развитию страны.

Что должно быть у организации работодателей?



Качественное и прозрачное управление



Мощная и представительная
членская база



Качественные и стабильные
услуги для членов



Стратегия защиты и лоббирования
интересов в целях формирования как
можно более благоприятной деловой
среды в целях стабильного роста
предприятий и создания достойных и
производительных рабочих мест



ЧОРБ 25 ЛЕТ НАЗАД

- Преобладание коллективных переговоров.
- Потребность представлять промышленность (союз работодателей).
- Высокий уровень забастовочной активности.
- Статус социального партнера как основа правозащиты.
- Центральное положение взаимоотношений между ОР и профсоюзами.

НАШИ ЧОРБ СЕГОДНЯ

Делаем ли мы
то, что нужно?



Правильно ли мы
делаем это?

Членство

- Руководящая роль членов.
- Подлинная представительность.
- Многочисленность членов.
- Аполитичность.
- Эффективность.

Лоббирование и представительство

- Говорить власти правду.
- Содействовать и защищать права.
- Создавать информационные поводы.
- Быть осведомленным посредником между одним бизнесом и другим, а также между бизнесом и другими заинтересованными сторонами.



Международное бюро труда



Закладываем фундамент: что такое цикл формирования членской базы

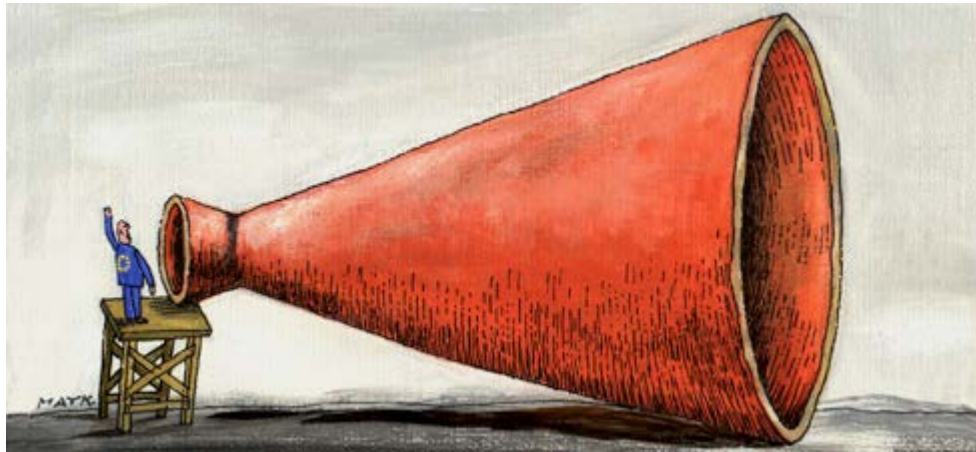
Членская база – это сила



Почему это важно?

Доходы – ресурсы

Представительность -
влияние



Проблемы, касающиеся членской базы



Проблемы, касающиеся членской базы



Реакция ЧОРБ

Реакция бывает **двух видов:**

1) Инстинктивная



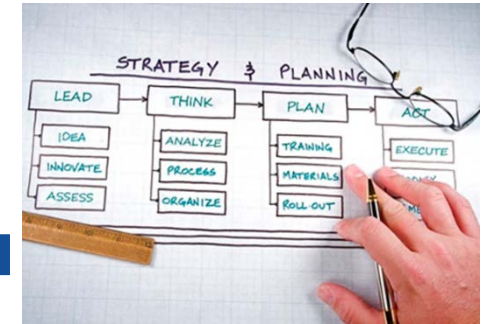
Нужно развивать коммуникацию, наращивать членскую базу, предлагать новые услуги...

Много усилий, однако они не рациональны, не эффективны (НЕТ максимизации затрат и усилий) и не последовательны (НЕТ стратегии)

Реакция ЧОРБ

Реакция бывает **двух видов**:

2) Более профессиональная



Формирование членской базы – это сложная задача, требующая планирования, целостного подхода, комплексной стратегии и специальных инструментов поддержки

■ Что означает цикл формирования членской базы для ЧОРБ:

Где вы сосредоточили свои усилия?

Какой этап был недостаточным?



1.
Информационно-просветительская работа

Довести до всех предприятий информацию о функциях и услугах ЧОРБ

2.
Вербовка

Добиться того, чтобы предприятия, относящиеся к целевым категориям, вступили в ЧОРБ

3.
Взаимодействие

Добиться того, чтобы каждый член получал пользу от предлагаемых продуктов и услуг

4.
Продление членства

Добиться того, чтобы члены оставались в составе ЧОРБ в течение многих лет

5.
Возвращение бывших членов

Добиться того, чтобы члены, покинувшие ЧОРБ, вернулись туда

Цикл формирования членской базы



1.

Информационно-просветительская работа

Довести до всех предприятий информацию о функциях и услугах ЧОРБ

Информационно-просветительская работа преследует двоякую цель:

- сделать так, чтобы потенциальные члены узнали о существовании и деятельности ЧОРБ, а также
- сделать так, чтобы ЧОРБ была в курсе меняющихся потребностей членов (в т.ч. потенциальных).

Насколько эффективно предлагаемые преимущества ЧОРБ сформулированы и доведены до потенциальных членов?

Цикл формирования членской базы



2.

Вербовка

Добиться того, чтобы предприятия, относящиеся к целевым категориям, вступили в ЧОРБ

- На чем нужно сосредоточить усилия по привлечению членов? Определить приоритетные сегменты для проведения анализа проникновения
- Можно ли создать широкую членскую базу? Можно ли добиться этого в тех сегментах экономики, которые имеют наибольший вес (измеримый их долей ВВП)?
- Охвачены ли новые секторы?
- Составьте карту всех сегментов, чтобы понять, не выпали ли важные из них (МСП? Предприятия неформальной экономики?)
 - Сегменты с широкой членской базой – что можно сделать для привлечения нечленов?
 - Сегменты с низкой членской базой – насколько адекватно учитываются потребности членов?

Цикл формирования членской базы



3.

Взаимодействие

Добиться того, чтобы каждый член получал пользу от предлагаемых продуктов и услуг

- Сохранить имеющихся членов еще важнее (и намного дешевле), чем привлечь новых.
- Главное в этом деле – взаимодействие с ними!
- Как достигается это?
 - Путем осознания того, зачем они вступили;
 - Путем (открытого) признания того, что они члены ЧОРБ и вносят вклад в успех ее дела;
 - Путем их информирования и привлечения к РАБОТЕ, т.е. выражения взглядов, участия в проработке интересующих их вопросов (с помощью соцсетей), участия в заседаниях и мероприятиях и т.д.;
 - Путем реагирования на их нужды (сегментация) и разъяснения пользы от проводимых ЧОРБ мероприятий;
 - Путем измерения степени заинтересованности и предания гласности достижений ЧОРБ.

Цикл формирования членской базы



4. Продление членства

Добиться того,
чтобы члены
оставались в
составе ЧОРБ в
течение многих
лет

- **Порядок продления членства должен быть простым.** Профессионализм ЧОРБ должен проявляться в своевременной рассылке счетов и точном указании срока их оплаты (это можно сделать с помощью программ управления клиентской базой).
- Можно установить стимулы для оперативного/заблаговременного продления членства.
- Неуплату взносов следует пресекать с помощью мер, указанных в Уставе. Помните: в реальном мире товары (услуги) никому не достаются бесплатно!
- Важно использовать срок уплаты взносов для информирования о достижениях всех и каждого члена в отдельности (какую пользу принесло ВАМ членство в нашей организации?)
- **Порядок установления размера взносов должен быть открытым и прозрачным.** Также важно точно указать:
 - Какие услуги входят в пакет, оплачиваемый за счет членских взносов;
 - Какие услуги оплачиваются отдельно (какова цена для членов и всех остальных).
- Важное значение для сохранения и восстановления членской базы имеет опрос членов, решивших не продлевать свое членство.

Цикл формирования членской базы



5. Возвращение бывших членов

Добиться того,
чтобы члены,
покинувшие
ЧОРБ, вернулись
туда

- Бывшие члены могут быть хорошими потенциальными членами;
- В зависимости от причин ухода контакты можно сохранить для оценки восстановления условий, благоприятных для членства;
- В любом случае следует точно указать условия возобновления членства

Небольшой мозговой штурм!

*С какими **главными проблемами** сталкивается ваша организация в плане взаимоотношений с членами и развития членской базы?*

- Индивидуально
- 5 минут
- Запись результатов в блокнот/ноутбук

Основные проблемы....

Сохранить и привлечь членов---- Почему?

- Восприятие членства как преимущества практически отсутствует
- Репутация ЧОРБ



Международное бюро труда

Привлечение новых членов

ИЗВЕСТНО ЛИ ВАМ....

Сколько новых членов было привлечено в 2017 году?

Сколько это предприятий (отрасль, размер) и сколько промышленных, отраслевых или территориальных организаций?



Выделены ли средства
на привлечение новых
членов?

Проводились ли когда-
либо исследования или
обзоры для выявления
и привлечения
потенциальных членов?

Рентабельность инвестиций в привлечение новых членов



Наша цель: привлечь новых членов

- Индивидуальное задание.
- 5 минут.
- Какие возможные действия должна предпринять ЧОРБ для привлечения новых членов?
- Назовите и объясните!

Возможные действия... ЗНАЙТЕ СВОИХ ПОТЕНЦИАЛЬНЫХ ЧЛЕНОВ!

1. Найти информацию о потенциальных членах и ранжировать их для выработки целей кампании.
2. По итогам ранжирования внести изменения в предлагаемые преимущества. Подготовить набор инструментов для поддержки мероприятий по привлечению новых членов.
3. Разработать и осуществить мероприятия по привлечению новых членов используя сегментированный подход.
4. Обеспечить беспрепятственную интеграцию новых членов в состав организации.
5. Разработать политику сохранения новых членов.

1. Найти информацию о потенциальных членах и ранжировать их для выработки целей кампании

Необходимая информация:

- Предприятия каких сегментов экономики в настоящее время являются членами ЧОРБ? Какие сегменты отсутствуют? Насколько адекватно представлены МСП? Представлены ли молодые предприниматели?
- Насколько представительной является ЧОРБ в каждом сегменте?
- На какие сегменты стоит обратить внимание? Почему? Каковы их параметры?
- Присутствуют ли в экономике (обществе) важные тенденции, в силу которых вам следует заняться определенным сектором (сферой)?
- Каковы действия ваших конкурентов?
- Что конкретно можно предложить целевым сегментам?

2. По итогам ранжирования внести изменения в предлагаемые преимущества

ЧОРБ должна разработать:

Общее предложение преимуществ для новых членов.

Частное предложение преимуществ для целевых сегментов (секторов, регионов, предприятий).

ЧОРБ должна опробовать свое предложение в предполагаемом сегменте.

В своих контактах ЧОРБ должна всегда использовать предлагаемые преимущества.

Предложение преимуществ



- Помните ли вы формулировку предложения преимуществ?
- Доводилось ли вам разрабатывать такое предложения для конкретного сегмента?
- Попробуйте заняться этим сегодня!

Выберите сегмент, наиболее важный для вас, и попытайтесь разработать для него предложение преимуществ. Чем оно отличается от общего предложения преимуществ членства в вашей организации?



Международное бюро труда

Закладываем фундамент: предложение преимуществ

Снова небольшой мозговой штурм!

Почему члены вступили в вашу организацию?

- 5 минут
- Запись результатов в блокнот/ноутбук и поделитесь ими...

Преимущества членства в вашей организации: выработка предложения преимуществ

- Какие из проблем или потребностей, выявленных в тех сегментах, где работают ваши (потенциальные) члены, являются предметом вашего внимания в настоящее время?
- Какие не являются предметом внимания в настоящее время?
- В чем уникальность предложенных преимуществ и почему ваши члены предпочли вас конкурентам?
- В чем ключевые партнеры видят пользу от членства?



Выработка предложения преимуществ ЧОРБ

- Перечень наиболее убедительных **причин** для того, чтобы предприятия + отраслевые/территориальные ассоциации работодателей вступили в **члены**



VALUE PROPOSITION DESIGN

Выработка предложения преимуществ ЧОРБ

- Предложение преимуществ отлично от декларации миссии или перспектив развития ЧОРБ.
- Это маркетинговый инструмент, публикуемый на первой странице сайта и рекламной брошюры ЧОРБ и используемый для привлечения и сохранения членов, напоминая им о том, что они получают от членства.

Выработка предложения преимуществ ЧОРБ

Это последовательность точных формулировок, которые:

- объясняют, почему и как членство в ЧОРБ решает проблемы членов и способствует улучшению их положения (**актуальность**),
- объясняют конкретные преимущества (**измеримая польза**)
- сообщают потенциальным членам, почему они не добьются аналогичного результата в другом месте (**уникальность**).



3. Разработать ряд мероприятий по привлечению новых членов.

- Список достижений ЧОРБ, касающихся лоббирования и политического влияния.
- Привлекающая брошюра.
- Пакет услуг для членов.
- Цитаты в СМИ генерального директора ЧОРБ о работе организации.
- Простые форуляры для членов (бумажные и онлайн).
- Краткая деловая повестка дня (сфера распространения).
- Соцсети.
- Короткое видео-сообщение для социальных сетей.
- Пресс-колонки (редакционная) и специализированная пресса кадрового отдела.

Какие действия, инструменты или меры поощрения вы используете для набора членов?

Дополнительные мероприятия

- Испытательный период;
- Бесплатные пакеты услуг для новых членов;
- Налоговые вычеты из суммы подписки;
- Членство по более низкому тарифу для доступа к основной онлайн-информации.



5. Обеспечить беспрепятственную интеграцию новых членов в организацию



5. Обеспечить беспрепятственную интеграцию новых членов в организацию

- Приветственный пакет: членский пакет с четкой информацией об обслуживании, приоритетах в программе продвижения и предложении услуг.
- Ежемесячная встреча с исполнительными директорами и членами Правления.
- Презентация на светском мероприятии, Ежегодном общем собрании.
- Выезд в офисы новых членов (индивидуальное посещение) .

5. Обеспечить беспрепятственную интеграцию новых членов в организацию

Текущий метод? Что вы обычно делаете, приветствуя новых участников?

6. Разработка политики удержания НОВЫХ ЧЛЕНОВ

- Первый (ые) год (ы) имеет фундаментальное значение для обеспечения лояльности новых членов.
- Специфический мониторинг использования услуг, участия в социальных мероприятиях, Ежегодной Генеральной Ассамблеи и т.д.
- Не менее трех (3) личных контактов в течение первого года.
- Важный показатель: уровень удержания новых членов после первого (1) года.

Выработка предложения преимуществ на примере Торговой палаты работодателей Кентербери

- **Владение и управление бизнесом может быть сложной задачей. ТПРК стремится помочь бизнесу преуспеть и процветать в современных условиях. Членство означает, что вы не одиноки.**
- **Получите правильный совет:**
Наша команда экспертов здесь, чтобы помочь Вам. Участники получают бесплатные консультации и консультации со скидками для широкого круга специалистов, а также доступ к бесплатным онлайн-ресурсам, кратким руководствам и шаблонам документов.
- **Общайтесь с нужными людьми:**
Наши мероприятия, в том числе бесплатные ежемесячные сетевые мероприятия - это простой способ встретить единомышленников, расширить свою контактную базу и получить рекомендации по продажам. Наша команда с хорошими связями также может содействовать установлению новых контактов.
- **Повышайте квалификацию ваших сотрудников и Вашу собственную:**
Наши тренинги и мероприятия – это отличный способ развивать новые навыки и способности. С большой скидкой для членов, мы предлагаем учебные курсы или можем прийти к вам, чтобы провести специализированное обучение на месте.
- **Будьте в курсе:**
Мы гордимся осознанием того, что происходит в нашем регионе и экономике. Наши члены могут посещать самые разные мероприятия, включая наши бесплатные ежеквартальные обновления по критическим вопросам, и регулярно получать электронные информационные бюллетени, чтобы быть в курсе последних новостей.
- **Будьте услышанными:**
Мы выступаем от имени предприятий на местном уровне (и на национальном уровне через наше членство в организации Бизнес Новой Зеландии и Торговой палате Новой Зеландии) чтобы голос предпринимателей был услышан при принятии важных решений.
- **Экономьте:**
Наша программа сбережений для членов означает, что в итоге наши члены могут сэкономить тысячи.

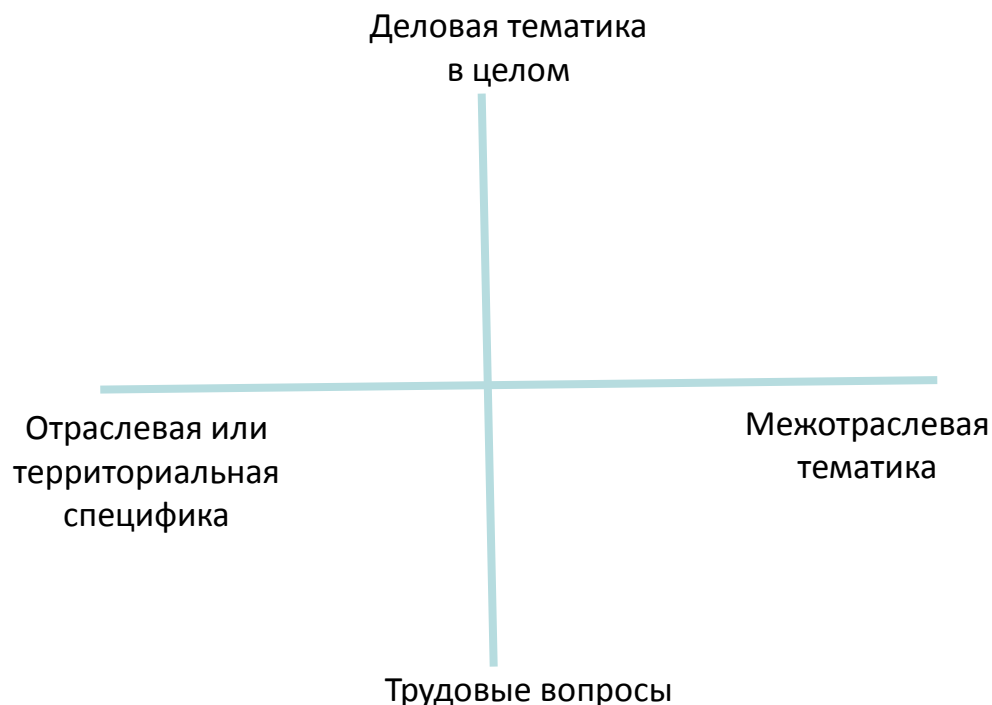
А Вы бы попытались выработать предложения преимуществ для Вашей ЧОРБ?

- Попробуйте сделать это со своими коллегами в вашем офисе ...
- Напишите несколько слов о ценности вашего ЧОРБ для ваших членов.
- Затем попробуйте выйти с предложением!

Предложение преимуществ и позиционирование



Пример карты позиционирования



(другие возможные критерии: дешевая, дорогая продукция, размер предприятия и т.д.)



Международное бюро труда

Поддержка и участие со стороны Правления и секретариата

Наша цель: готовность Правления и секретариата решать проблемы формирования членской базы и реализации соответствующей стратегии.

Какие возможные меры может разработать ЧОРБ для того, чтобы обеспечить участие Правления и секретариата в реализации стратегии привлечения новых членов?

Возможные меры

1. Обеспечить информированность, готовность и участие Правления.
2. Обеспечить участие руководителя организации в разработке и реализации мер по привлечению новых членов.
3. Создать специальный департамент по развитию членской базы.
4. Привлечь персонал к разработке соответствующих мероприятий.
5. Создать инструменты для разработки, реализации и контроля мероприятий по работе с членами.
6. Осуществлять мониторинг и оценку работы с членами с помощью программ управления членской базой и ключевых показателей эффективности (КПЭ).

1. Обеспечить информированность, готовность и участие Правления

- С первого дня вступления членов Правления в должность они знают, какова ситуация в отношении членской базы и каково ее влияние на организацию.
- Правление рассматривает и утверждает стратегический план, который направлен на укрепление членской базы.
- Создать при Правлении комитет, выбрать заинтересованных членов (а также разработать техническое задание для такого комитета, формы отчетности и порядок согласования с Правлением).
- Динамика развития членской базы по сравнению с ясными ключевыми показателями эффективности является регулярным пунктом повестки каждого заседания Правления.
- Утвердить (в форме директивного письма Правления) функции каждого члена Правления в вопросах разработки и реализации мер по развитию членской базы, касающихся сохранения и продления членства, а также привлечения новых членов.

2. Обеспечить участие руководителя организации в разработке и реализации мер по привлечению новых членов

- Руководитель организации отвечает за итоговую формулировку и реализацию стратегического плана по привлечению новых членов. Особое вознаграждение, предусмотренное для него, может быть частично связано с достижением целей такого плана.
- Руководитель организации активно участвует в реализации мер, направленных на важные предприятия (ассоциации) (например, визиты, прямые контакты).
- Руководитель организации разрабатывает меры, нацеленные на применение персоналом программ управления членской базой или иных систем сбора данных. Этого можно добиться с помощью стимулов и санкций.
- Дважды в месяц он осуществляет контроль соответствующих данных о членской базе.

3. Создать специальный департамент по развитию членской базы

- Создать сектор или департамент по работе с членами.
- Определить его бюджет, задачи, критерии рентабельности и отчетности.
- Определить круг обязанностей департамента (координация, обучение менеджеров по работе с учетными записями, подготовка сводной отчетности о членах, коммуникация с другими департаментами).
- При необходимости организовать дополнительное обучение.

Дискуссия

- Есть ли у вас департамент по работе с членами?
- По вашему мнению, нужен ли он?
- Определите роль департамента по работе с членами.

4. Привлечь персонал к разработке соответствующих мероприятий

Создать и развивать систему управления учетными записями в целях контроля клиентской базы; ответственность за работу специалистов несет департамент по работе с членами.

Обучить менеджеров по управлению учетными записями маркетингу, сбыту и ведению отчетности (подготовке презентаций).

Обучить административный персонал маркетингу, сбыту и способам обеспечить удовлетворенность клиентов.

5. Создать инструменты для разработки, реализации и контроля мероприятий по работе с членами.

Системы ИКТ

- * Полностью актуализованная система управления членской базой.
- * Автоматическая верификация удовлетворенности клиента качеством услуг.



6. Осуществлять мониторинг и оценку работы с клиентами с помощью систем управления членской базой и ключевых показателей эффективности (КПЭ).

- Разработать систему автоматизированной отчетности, отвечающую общим и специфическим потребностям руководителя организации и Правления.
- Сформулировать и регулярно оценивать ключевые показатели эффективности.
- Применять систему управления членской базой и другие программы для подготовки более сложной информации о членах – например, о пожизненной ценности, средней лояльности и факторах, которые определяют лояльность.
- Функции мониторинга: каждый сотрудник выполняет свою функцию (например, менеджеры по управлению учетными записями; менеджер департамента по работе с членами; руководитель организации; комитет по развитию членской базы при Правлении).
- Особое внимание: сотрудничество с отраслевыми ассоциациями (во взаимодействии с косвенными членами).



Международное бюро труда

Стратегия формирования членской базы

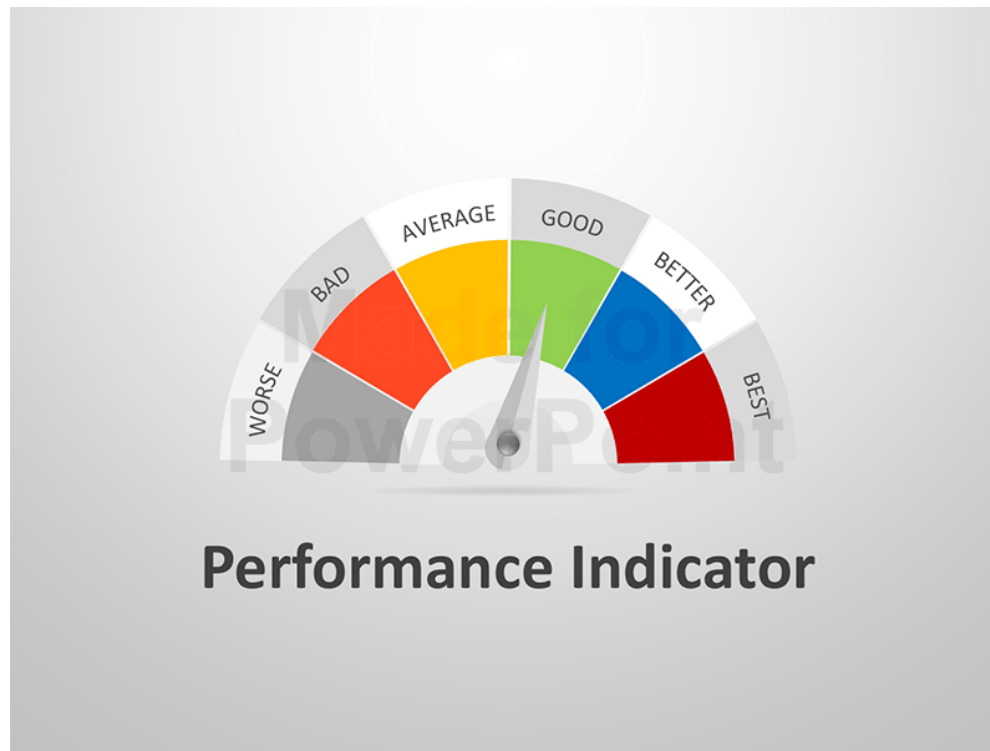
Что такое стратегия формирования членской базы?



- План поэтапных мероприятий, имеющий целью добиться ожидаемых результатов и обеспечить переход организации из точки А в точку В

Как отслеживать достижение целей?

- Нужны индикаторы контроля движения вперед.



Предлагаемые показатели

- **Текущая сила организации** (темпы увеличения членства, удержания и привлечение новых членов)
- **Интенсивность пользования услугами** (уровень взаимодействия членов с организацией)
- **Представительность** (% от национального и отраслевого ВВП, % от официальной занятости, налогов и взносов, уплачиваемых членами / сектором)
- **Средняя лояльность** (средняя длительность членства)
- **Среднегодовая ценность члена** (общий доход на одного члена в год)

Вам необходимо разработать и внедрить...

- Разработка стратегии формирования членской базы, содержащей ключевые меры для перехода из точки А в точку В



- Теперь с учетом этого приступим к работе!

Конечная цель и стратегические задачи стратегии формирования членской базы

- **Конечная цель стратегии формирования членской базы – это повышение степени представительности и укрепление общей ресурсной базы организации.**

(Исходное предположение) Более представительная и лучше обеспеченная ресурсами организация способна лучше выполнять свою роль по защите прав и интересов членов и оказанию им качественных услуг

- **Следующий этап – это выработка стратегических задач для достижения КОНЕЧНОЙ ЦЕЛИ**

Стратегические задачи

- **Стратегическая задача 1**

Обеспечить готовность Правления и секретариата решать проблемы формирования членской базы и принимать стратегические меры

- **Стратегическая задача 2**

Добиться высокого уровня сохранения членов

- **Стратегическая задача 3**

Активизировать и привлекать бывших членов – разработать стратегию возвращения членов

- **Стратегическая задача 4**

Привлекать новых членов



**ЕСЛИ НАМ ТРУДНО ДОКАЗАТЬ ЧЛЕНАМ СВОЮ ПОЛЕЗНОСТЬ,
ЗНАЧИТ, НАШИ ДЕЛА ПЛОХИ!**





БЕЗУМИЕ

Это когда каждый раз делаешь одно и то же, ожидая при этом другой результат.

*Рита Мэй Браун,
1983.*



Эффективное укрепление потенциала членских организаций работодателей и бизнеса (ЧОРБ) с учетом их потребностей

Более подробную информацию можно получить по адресу:

Бюро по деятельности работодателей

Электронный адрес: actempturin@itcilo.org

Телефон: +39 011 693 6590

<http://lempnet.itcilo.org>

Почему CRM для ОР?

- Хранение данных
- Сегментация (среди компаний / внутри компании)
- Определение профиля Ваших членов (профиль клиента)
- Удержание членов: определение рисков прекращения членства
- Кампания по подбору потенциальных членов
- Хронология жизненного цикла услуги: инвестировать или приобретать определенные услуги?
- Лояльность членов
- Срок службы: общий «объем продаж» или доход на одного члена
- Цифровой маркетинг: система массовой рассылки
- Персонализированные массовые приглашения