



Итоги 2023 года

ПРОДУКТЫ

- ✓ *Маркетинговые исследования*
- ✓ *Тайный покупатель*
- ✓ *Разработка стандартов сервиса*
- ✓ *Аудит отдела продаж*
- ✓ *Консалтинг в сфере продаж и сервиса*



Кейс на участие в премии «Бренд года 2023»

Тайный покупатель:

Наша компания провела более **6000** визитов тайных покупателей за 2023 год в различные компании, включая Кондитерский дом "Сафия", KFC, Ипотека Банк, Агро Банк, НБУ Банк, Страховую компанию "Узбекинвест", Инфин Банк и др.

Контекст и задачи проекта:

Целью исследований было проведение объективной оценки качества обслуживания в различных сферах деятельности и выявление сильных и слабых сторон компаний в этом плане. Мы стремились предоставить клиентам детальные аналитические данные для повышения уровня обслуживания и улучшения клиентского опыта.

Решение и подход:

Для достижения поставленных целей мы разработали методику, включающую в себя выбор и обучение тайных покупателей, разработку сценариев визитов и формулирование критериев оценки качества обслуживания. Каждый тайный покупатель был подробно инструктирован о своих задачах, чтобы обеспечить объективность и консистентность результатов.

Результаты и достижения:

В результате более чем 6 000 визитов мы собрали обширные данные о качестве обслуживания в каждой из оцениваемых компаний. Наш анализ позволил выявить как сильные стороны, так и области для улучшения в каждой из компаний.

Ключевые моменты и уроки:

Использование методики тайных покупателей позволило выявить конкретные аспекты, которые требуют улучшения в каждой из оцениваемых компаний. Эти данные могут быть использованы ими для улучшения процессов обслуживания и повышения удовлетворенности клиентов.

Заключение:

Проект по оценке качества обслуживания через тайных покупателей оказался важным инструментом для выявления проблемных областей и улучшения клиентского опыта в рассматриваемых компаниях. Это дало им возможность адаптировать свои процессы и повысить уровень удовлетворенности клиентов.

Консалтинг:

В 2023 были осуществлены более 12 консалтинговых проектов по аудиту продаж, повышению продаж, стратегическому планированию развития продаж и бизнеса в целом.

- Проект дистрибуции воды EVIAN - Узбекистан,
- Premium Auto - бренды BMW, VOLVO, NISSAN,
- Premium Concept - сеть магазинов премиальной сантехники и кафеля,
- Zetta Mediolanum - бренды косметики SKEYNDOR,
- Exclusive Stone - производителем резных изделий из камня,
- NIKA PHARM
- СТМ
- Ego Motors
- И другие

В ходе наших проектов мы столкнулись с разнообразными задачами, однако благодаря нашему усердию, экспертизе и тесному сотрудничеству с нашими клиентами, мы успешно преодолели все вызовы и достигли поставленных целей.

Более подробно поделимся кейсом компании СТМ



ASKLEPIY
Group

Заказчик: СТМ – фармацевтическая маркетинговая компания

Продукт: Солгар, Маскулан,911, ТвистШейк

1. Разработка маркетинговой стратегии для Брендов Маскулан,911, ТвистШейк
2. Построение структуры отдела маркетинга и продвижения с разработкой регламента работ, KPI, точек контроля.
3. Внедрение системы в работу команды.

ЧТО БЫЛО СДЕЛАНО:

1 ЭТАП — ИССЛЕДОВАНИЕ РЫНКА

Разработка маркетинговой стратегии;

1. Анализ Рынка
2. Анализ Потребителей
3. Анализ каналов продаж

Включает маркетинговые исследования

1=1,5 месяца



3 ЭТАП — ПОСТРОЕНИЕ ОТДЕЛА ПРОДВИЖЕНИЯ

1. Построение модели продаж, коммерческие предложения под Целевую аудиторию
2. Разработка нормативов, форма отчетности, рабочее расписание, должностные инструкции
3. Отработка базы клиентов. Сегментирование базы. Определение целевого клиента.
4. Написание скриптов продаж.
5. Построение системы контроля
6. Построение системы мотивации, зарплатные схемы, бонусы и тд.
7. Построение плана продаж в разрезах регионов, продуктов, прогноз
8. Построение системы аналитики
9. Построение системы маркетинговых мероприятий и маркетингового бюджета



2 ЭТАП — МАРКЕТ.СТРАТЕГИЯ

Разработка маркетинговой стратегии для каждого Бренда и компании в целом:

1. Сегментация ЦА
2. Позиционирование продукта
3. Маркетинговый план продвижения и сбыта. Маркетинговый бюджет.
4. Формирование отдела маркетинга.
5. Обучение отдела маркетинга
6. KPI отдела маркетинга, регламент работ

2 месяца – параллельно с изучением рынка



4 ЭТАП - ВНЕДРЕНИЕ



Срок проекта: **6 месяцев.**



РЕЗУЛЬТАТ:

1. Сформирован с нуля отдел маркетинга и продвижения
2. Разработана финансовая модель бизнеса с определением точек роста и развития продуктового портфеля
3. Определена стратегия развития на 2024 год и ближайшие 3 года с учетом особенностей фармацевтического рынка Узбекистана

Отзыв посмотреть здесь



Саид Толибов, CEO Asklepiy Group

У ВАС УЖЕ ЕСТЬ ИДЕЯ, КОТОРАЯ ЖДЕТ ТОЛЬКО РЕАЛИЗАЦИИ?

СВЯЖИТЕСЬ С НАМИ

И мы предложим лучший вариант
для воплощения вашей идеи в жизнь



+998 78 113 15 11
+998 71 238 99 55
+998 90 174 87 06



key.consulting@mail.ru



[keyconsulting.uz](https://www.facebook.com/keyconsulting.uz)



[key_consulting](https://www.telegram.com/@key_consulting)

www.keyconsulting.uz

