


Добрые советы аккаунт- менеджера



**ВАШ СТАРТ В РАБОТЕ С
КЛИЕНТАМИ БУДЕТ ЛЕГЧЕ.**

Любовь Жур

16+

Любовь Жур

**Добрые советы
аккаунт-менеджера**

«ЛитРес: Самиздат»

2020

Жур Л.

Добрые советы аккаунт-менеджера / Л. Жур — «ЛитРес: Самиздат», 2020

10 добрых советов от аккаунт-менеджера, которые стоит узнать в начале профессионального пути. 10 советов, о которых иногда забывают в процессе адаптации, и они узнаются только в процессе работы. Вы узнаете о том, как выстроить работу с коллегами и подрядчиками. О правилах письма и телефонного разговора. Разберемся, что такое клиентоориентированность, проактивность, возражения, страхи и ИБД.

Содержание

Эта небольшая книга, создана для людей, которые только начинают свой путь в работе с клиентами.	5
Совет №1 —Лёгкий старт. Самостоятельность	6
Совет №2. Вопрос – ответ!	7
Совет № 3. Базовые принципы письма	8
Совет № 4. Коммуникация в мессенджерах	10
Конец ознакомительного фрагмента.	11

Эта небольшая книга, создана для людей, которые только начинают свой путь в работе с клиентами.

Кто такой аккаунт-менеджер? Это человек, который учится каждый день.

На этой должности вы узнаете не только как анализировать цифры, слова, отчёты, работу других специалистов, но и понимать своё время, управлять им; свободно работать в интерфейсе Яндекс.Директ и Google Ads; следить за новыми трендами в маркетинге, знать все возможные фишки для повышения конверсии сайта и рекламной кампании; как и что писать заказчикам и исполнителям; много искать и читать информации; воспринимать продажи не как впаривание, а как работу с предложениями, и многое-многое ещё. Но главное, вы каждый день будете учиться выстраивать свой эмоциональный фон, делать что-то для клиента с мыслью «а чем я могу помочь?». Только тогда вы сможете действительно быть приятным и эффективным аккаунт-менеджером.

В этой работе нет скучности, нет потолка в профессиональном и денежном развитии.

Погружайтесь в мир работы с клиентами, Вам понравится!

Совет №1 —Лёгкий старт. Самостоятельность

С первого дня важно научиться уважать чужое и своё время. Работать самостоятельно – это первый шаг к правильным взаимоотношениям в команде. Этот навык надо развивать ежедневно, так как с ростом проектов и их масштабности вы будете принимать многие решения самостоятельно.

Мы живем в век интернета. Почти каждую задачу, вопрос можно найти «загуглить» в интернете. Не надо дёргать руководителя, коллег и – упаси боже – подрядчиков вопросами, ответы на которые легко можно найти в интернете!

Поэтому сначала ищите ответ сами!

Заходите в поисковую систему Яндекс или Google и ищите. Читайте. Поверьте: в 80% случаев вы найдёте ответ. Если останутся уточнения, то именно уточняйте, показав в тексте письма, что уже основные попытки для поиска информации и проработки ответа вы предприняли. То есть у вас остались только сомнения.

Например: Клиент №1 спрашивает, как ему запустить такую же картинку, как у конкурентов на поиске в Яндексе справа в выдаче.

Варианты №1 – написать директору с вопросом «что он хочет от меня».

Вариант №2 – поискать ответ в интернете. Посмотреть Яндекс Справку.

Итак, ещё раз: писать директору такие очевидные вопросы не стоит. Хотя он и может легко вам ответить. Ведь он-то точно знает, о чём идёт речь. Увы, я, например, за год работы встретила только одного директора, который с радостью помогал и даже немного обучал меня всем премудростям их работы. Остальные чаще всего будут рады тому, что вы мало знаете. Это значит только одно: что вас легко обмануть. Подробнее об имитации бурной деятельности я расскажу дальше.

Поэтому старайтесь такие вопросы решать сами, потом обращаться к коллегам и только потом – к подрядчикам.

Узнайте своих коллег

Составьте для себя в первые дни структуру отдела, если таковой нет в агентстве.

Вам надо понимать, кто за какую задачу отвечает: кто маркетолог, кто программист, кто директор и на каком проекте.

Возможно, в процессе работы она будет расширяться, добавляться контакты, другие подотделы и люди – и это прекрасно. Главное всегда её актуализируйте. Я помню, в первые дни написала в общий чат со всеми коллегами:

«Коллеги, кто маркетолог?»

И вот в этот момент поняла, что мне совершенно не нравится это действие, и я не знаю, к кому обращаться лично.

Совет №2. Вопрос – ответ!

Создайте документ, желательно в Google docs, чтобы он был возможен для просмотра онлайн без загрузки. Открываете доступ для тех, у кого есть ссылка, и делаете вот что:

Создаёте 2 графы – «Вопрос» и «Ответ».

На первом этапе знакомства у вас будет куратор, который будет поддерживать с вами связь в процессе адаптации. Например, у вас будет планёрка 30 минут после обеда. Или вы можете назначить встречу сами в Zoom или Skype.

Формируйте список вопросов в первой половине дня.

В графу «Вопрос» заносите всё то, что было непонятно в процессе выполнения задачи.

Потом ищите ответ в интернете, и если нашли, заносите его в графу «Ответ». На встрече вы сможете уточнить, верно ли ваше решение/вывод.

Если не нашли ответа, то графа остаётся пустой. После вы сможете всё уточнить, и это будет красивый, правильно выстроенный разговор, а не когда вы сидите и вспоминаете, «какие у вас трудности или вопросы».

Плюс такого документа – что собеседник/куратор видит, что вы способны работать самостоятельно. А значит, с ростом ваших знаний ваша цена за работу будет расти.

Когда человек умеет и хочет быть ПРО-активным и самостоятельным сотрудником, для руководителя это говорит о важном факторе: что вы не будете отвлекать всех от их задач, не будете перекидывать за его же деньги на него же ещё и работу.

Совет № 3. Базовые принципы письма

Обязательно наступит момент, когда вам дадут первых клиентов на ведение. И вам предстоит много общаться, и примерно 80% вашего общения – это будет текстовый формат.

В деловой переписке не стоит включать слишком много смайликов или эмоджи. Не стоит указывать свои личные страницы в виде контактов.

И стоит узнать базовые принципы к оформлению письма:

1) Прочитайте вслух ваш текст

как минимум два раза

Когда вы читаете голосом текст, то воспринимаете его иначе, чувствуете, где возникают сложности с восприятием смыслов.

2) ШрифТЫ!

Не стоит в теме письма писать пугающим шрифтом СРОЧНО!!! Также не стоит всё подряд выделять жирным шрифтом или маркером. Когда вы выделяете всё – вы не выделяете ничего. Такой подход лучше использовать только на самых важных, ключевых моментах текста письма. Тогда клиенту будет проще прочитать его и понять акценты. Тем более не стоит забывать, что наши заказчики – это всегда люди занятые, и текст они читают по диагонали. Таким выделением **только важных пунктов** вы сможете быстрее донести суть письма.

3) Больше воздуха

Когда заканчивается одна мысль и начинается другая – всегда делайте пробелы, давайте письму воздух. Так оно будет легче читаться.

4) 1 письмо —1 тема!

В идеале – когда 1 письмо посвящено 1 теме или 1 вопросу, но если тема одна, а вопросов/уточнений несколько, то обязательно пронумеруйте их. Вы получите удовольствие, когда откроете письмо с ответом от клиента и там он будет вам писать: «Здравствуйте, Любовь. Отвечаю на ваши вопросы 1)...2)...».

Но опять же, имейте меру! Не стоит вписывать в письмо два десятка вопросов. Увидев такое письмо, эмоционально потребуется пару дней на его загрузку и проработку ответов. Высокий шанс того, что клиент просто потеряет интерес к нему и забудет. Вам придётся напоминать и напоминать про ответы – это не самое приятное занятие.

5) Не забывайте показывать пользу вашего предложения или письма

Если вы уточняете детали для создания РК, например, то покажите, что ответы на эти вопросы очень важны для качественной проработки РК и чтобы не «слить» бюджет заказчика. Ваше щепетильное отношение и забота о деньгах клиента оставляют лучшее впечатление и дадут нужный настрой клиенту скорее ответить вам. Всегда указывайте смыслы, зачем вам отвечать заказчику и скорее.

6) Уважение

Уважайте в письме вашего собеседника. Пишите просто, не используйте слишком много сокращений и профессиональных слов. Если вы пишете часто «рекламная кампания» (РК) – не забудьте в первом варианте обязательно прописать полное название сокращаемого слова.

Если вы понимаете, что клиент не знает, что такое CTR (...), обязательно поясните в скобках кратко смысл этого значения.

7) Конкретика

Пожалуйста, не «лейте воду», а пишите конкретно:

Тема – Приветствие – Выгода + Смысл

Не надо лишних слов: «мы позаботимся о продвижении сайта, ведь мы команда профессионалов, у нас только высококвалифицированные специалисты, которые любят и умеют работать. Мы вообще такие классные, вам повезло. Бла-бла-бла».

8) Вежливость и забота

Вежливость аккаунт-менеджера проявляется не в переизбытке слов в одном письме: «пожалуйста, будьте добры, извините за беспокойство», а во внимании и правильной расстановке смысла в тексте.

Забота – это когда вы не забываете ставить свои контактные данные. Лучше сразу оформить подпись в ваших письмах, где будут кликабельные ссылки на ваши контакты, должность, компания и фотография.

9) Упрощайте

Любой первоначальный текст можно упростить и сократить. Сокращаются абзацы, предложения, слова, смысл и подача.

Вариант 1: *В этом письме я прикрепляю бриф для вас и вашей компании. Этот бриф нацелен на актуализацию данных вашей компании. Ответьте, пожалуйста, на все вопросы подробно, потому что нам важно знать каждый нюанс вашей специфики работы*

Вариант 2: *Прикрепляю бриф для актуализации данных.*

Подробные ответы на вопросы помогут сэкономить рекламный бюджет и точнее произвести настройку по целевой аудитории

Всё это нагружает текст не несущими смысла словами и забирает время на чтение.

Текст стоит упрощать и в наличии запятых, скобок, кавычек, тире. Если сложное предложение можно разбить на простые – разбивайте.

Совет № 4. Коммуникация в мессенджерах

Вид коммуникации с клиентами лучше выстраивать во всех каналах:

- Мессенджеры.
- Почта.
- Телефон.

В Совете №3 я рассказала о базовых принципах письма. Их можно и нужно применять для текстовых сообщений в мессенджерах и на почте. Но именно мессенджеры несут очень важную роль для вас как для менеджера. Поэтому для них отдельная глава с советом.

Мессенджеры – это быстрый вид связи, когда вы можете уточнить какие-то несрочные нюансы по работе. Напомнить об отправленном отчёте, о том, что заканчивается бюджет в рекламном кабинете, и т.д. Также и вы становитесь быстро доступными для клиента, если у него есть вопросы, уточнения и пожелания.

В мессенджерах лучше всего фиксировать все другие действия по другим видам связи. Если вы отправили отчёт на почту клиента, то в чате надо сообщить, например:

«Вам **на почту отправил(а) отчёт за месяц** по ведению контекстной рекламы в поисковой системе Яндекс.Директ. Ознакомьтесь, пожалуйста, с его результатами. Выводы и файлы я также дублирую в чате».

«Вам **на почту отправил(а) счёт для пополнения баланса в Google Ads**. Просим вас оплатить его в ближайшие дни, чтобы не было простоя рекламных кампаний и их остановки. В чате дублирую счёт».

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.