

Account Management

Регламенты

В документе собрана базовая информация о роли, функциях аккаунт-менеджера и правилах его работы.

Содержание

[Роль в агентстве](#)

[Основные функции](#)

[Образ AM](#)

[AM & PM](#)

[Начало работ](#)

[Активная разработка и брендинг](#)

[Реклама и поддержка](#)

[Tips](#)

Роль в агентстве

Аккаунт — доверенное лицо клиента на стороне агентства.

Основные задачи

1. Заключение сделок.
2. Развитие отношений с клиентом.
3. Повышение среднего чека клиента.

Основные функции

Продажи

- Сбор первичной информации по проекту на пресеяле
- План развития проекта
- КП и расчеты всех этапов
- Дополнительные продажи

Бухгалтерия

- Документооборот
- Контроль наличия актов

Управление рабочими группами

- Брифинг рабочих групп на старте работ
- Ревью результата работ на соответствие задаче
- Контроль качества
- Координация работ в разных отделах

Коммуникации с клиентом

- Отработка негатива
- Сбор фидбэка
- Консультирование по интернет-маркетингу, разработке, брендингу и видео-производству

Образ АМ

Аккаунт для клиента — лицо агентства

Ваш внешний вид, речь, письмо должны соответствовать образу компании.

1. В общении мы интеллигентны и дружелюбны. Мы не грубим и не хамим. Не переходим на «ты», если клиент не попросил об этом сам.

2. В письме мы придерживаемся деловой переписки.
3. И в общении, и в письме мы простым языком объясняем сложные вещи, не злоупотребляем англицизмами и профессиональной терминологией, если клиент из другой сферы.
4. В одежде придерживаемся стиля smart casual.

Аккаунт для агентства — лицо клиента

От того, что вы говорите о клиенте рабочей группе, во многом зависит, с каким качеством и скоростью будет выполнена работа.

1. Перед началом работ мы всегда проводим брифинг (рассказ рабочей группе о клиенте, его компании / продукте / услуге и задаче).
2. Мы не ругаем клиента в присутствии рабочей группы.
3. Защищаем интересы клиента до того момента, пока он не причиняет материальный вред агентству или моральный — рабочей группе.

Будь образцом

Чтобы никто не мог навязать чувство вины, будь молодцом для обеих сторон.

1. Выполняй обещания.
 - a. Всегда обещай с учетом рисков
 - b. Вместо обещаний «на ходу» говори: «мне надо посоветоваться с командой / клиентом»
2. Будь пунктуальным.
3. Будь проактивен.

AM & PM

Во время работы над проектом часто возникают сложности с распределением функций между аккаунт и проджект менеджерами. Разберем все по этапам и отделам.

Начало работ

Перед началом работы аккаунт-менеджер проводит брифинг рабочей группы. Цель брифинга — рассказать о клиенте и поставить задачу. Что вы будете говорить, напрямую зависит от того, какую информацию и какого объема, вам удалось собрать на этапе пресейла. Темы, которые обязательно нужно затронуть на брифинге:

1. Общая картина (направления, масштаб, опыт и тд)
2. Проблемы, ситуация
3. Продукты и услуги
4. Для кого, среди кого
5. Задачи, цели
6. Ожидания

Помните: от того, как вы презентуете клиента и его задачу, зависит, как команда возьмется за проект.

Account Manager	Project Manager
1. Проводит брифинг рабочей группы. 2. Знакомит клиента с рабочей группой (обычно в e-mail).	1. Назначает дату первого интервью. 2. Составляет план работы по этапу.

Разработка и брендинг

Account Manager	Project Manager
1. Контролирует качество результатов работ через РМ. 2. Получает от РМ актуальную оценку следующего этапа (от исполнителя). Согласовывает ее с клиентом или продумывает альтернативные варианты, если оценка не соответствует КП. 3. Обеспечивает своевременный документооборот: готовит и согласовывает документы, оплаты, следит за наличием оригиналов. 4. Обеспечивает клиентский сервис: сбор фидбэка о ходе работ со стороны клиента. Передача рабочей группе/руководству и контроль изменений. 5. Участвует во всех ключевых встречах и согласованиях.	1. Постановка задач и дедлайнов для каждого исполнителя. 2. Запрос доп.информации от клиента. 3. Систематизация и хранение всей входящей и исходящей информации по проекту. 4. Презентация результатов работ совместно с исполнителями. 5. Сбор и формализация комментариев клиента. 6. Утверждение результатов работ. 7. Постановка задач исполнителям на расчет стоимости следующего этапа.

Реклама и поддержка

Account Manager	Project Manager
<i>то же, что и выше, а также:</i> 1. Обсуждает с РМом план развития клиента и возможные доп. продажи. Раз в квартал / полгода. 2. Формирует предложение на новые работы, согласовывает с клиентом. 3. Организует встречи с клиентом: обсуждение итогов и планы на будущее. Раз в месяц / квартал / полгода — в зависимости от клиента и текущей ситуации в проекте.	<i>то же, что и выше, а также:</i> 1. Советует аккаунту, в какую сторону развивать клиента, какие доп.услуги можно предложить.

Tips

Несколько советов:

1. **Будьте опорой для клиента, но держите границу.** Никакого панибратства, дружбы и особых условий. Не даем скидки, не позволяем оплатить позже результата и тд.
2. **Будьте оперативными в ответах.** На письмо отвечать в течение 1-2 часов, максимум — день. Вы должны всегда держать клиента в курсе, лучше ответить «Письмо, получили, изучаем, пришлем завтра», чем не ответить ничего.
3. **Не нарушайте сроки.** Вы для клиента лицо агентства, особенно на этапе продажи или тендера. Избегайте «Эффекта студента»: делайте не в последнюю ночь, а за день-два, чтобы было время исправить, перепроверить и отправить раньше.
4. **Общайтесь тесно.** На этапе активной разработки, РМ может перетянуть одеяло на себя. Поэтому, даже если кажется, что все хорошо, встречайтесь минимум раз в месяц, звоните минимум раз в две недели, пишите минимум раз в неделю. А лучше чаще.
5. **Большая часть клиентов любит взаимодействие.** Подключайте к проекту и решениям там, где можно. Например, начните рисовать с клиентом на встрече схему работ, возможную структуру или прототип.
6. **Стройте коммуникацию исходя от типа клиента.** Например, если он интроверт, пишите, а не звоните. Если энтузиаст, раздайте побольше задач, иначе он придумает сам.
7. **Будьте проактивными.** Если видите проблему, вскрывайте ее. Но не вздумайте приходить к клиенту или рабочей группе без решения.