Итак, **первый вопрос**:

**1.-Что Вы продаёте, зачем и в какой ситуации это покупают?**

-Так, продаём мы питьевую бутилированную воду. Я сейчас буду говорить только о направлении, которое мы будем применять в рекламе, другие направления не беру. Питьевая бутилированная вода. Природная-это важный аспект, потому что конкурентов много, но та вода, которую предлагаем мы потенциальным покупателям, полностью природная вода, при подготовке которой, мы не используем обратный осмос, то есть мы её не очищаем, мы её очищаем только с использованием ультрафиолета. Все природные свойства воды в ней сохранены природой. И мы, в принципе, единственные на рынке, которые предлагают воду, скважина которой находится не в Москве и Московской области, а находится вдали от загрязнённых городов, в Калужской области.

Значит, кто её покупает. Покупают её люди, которые следят за здоровьем, ведут здоровый образ жизни, спортсмены, молодые мамы, планирующие беременность женщины либо беременные, пожилой возраст здесь вопрос, потому что по метрике всё-таки у нас посещаемость где-то до 55 лет, скажем так, наши клиенты. Это, в принципе, основная наша аудитория.

**2.-Какую проблему в жизни или в бизнесе Ваш продукт решает?**

-Значит, первое: у нас есть бесплатная доставка, поэтому клиенту не нужно самостоятельно покупать в магазине, нести, заносить на этаж. Мы осуществляем до квартиры доставку, если необходимо мы можем установить бутыль на кулер, либо установить помпу, то есть, в принципе, всю вот эту подготовительную работу берём на себя, поэтому клиенту в данном случае удобно. И плюс ко всему прочему, второе это- отказ от фильтров. Клиенту не нужно постоянно приобретать новые фильтры, следить за тем, чтобы их вовремя менять, у него всегда под рукой питьевая вода ,готовая к употреблению.

**3.-Почему клиенты покупают именно Ваш продукт?**

-Так, наверное, это всё-таки качество-первое, возвращаясь к составу воды и к наличию скважин вдали от Москвы. Второе- это удобные интервалы по доставке, как правило все компании работаю по интервалу с 8 до 5, например. В нашем же случае для удобства клиентов двухчасовой интервал времени доставки. Далее, цена: в принципе, сейчас мы конкурентоспособны в плане ценового диапазона на рынке. Есть, конечно, конкуренты с более низкой ценой, но если рассматривать сегмент такого качества воды, я могу сказать, что преимущество- это цена.

**4.-Расскажите, как устроен продукт и из каких частей он состоит.**

-Давайте с Вами рассмотрим, раз уж мы говорим о новых клиентах, то мы будем говорить о пробных комплектах. Что такое пробный комплект? Это комплект воды и оборудования, который собран для нового клиента и собран таким образом, что клиенту изначально не нужно больше ни о чём думать, чего-то докупать, он просто это приобретает и готов использовать воду сразу же при доставке. Значит, из чего он состоит. Тестовых комплектов у нас много, в зависимости от потребления клиентом, и самый минимальный- это три бутыли воды и механическая помпа. Вода тоже разная: мы можем представить либо одну категорию воды, либо есть комплекты, где разные производители воды, то есть некий микс: горная вода, артезианская, равнинная. Так же есть подразделения на помпы: помпа есть механическая, помпа есть электрическая. Разница в том, что механическая – это ты просто на неё нажимаешь и течёт вода, электрическая –кнопочку нажимаешь и подача воды идёт автоматически. В первом случае механическую помпу мы дарим бесплатно, а электрическая помпа предоставляется бесплатно в пользование, но клиентом вносится залог 500 рублей. Бутыли, которые получает клиент, он получает их одноразовые, ранее в использовании они не были и по желанию клиента он может их либо нам вернуть, либо утилизировать самостоятельно, либо там использовать по своему назначению.

**5.-А Вы их так же утилизируете сами потом?**

-Да, мы тоже, если клиент возвращает, мы утилизируем самостоятельно на заводе.

**6**.-**Уточню сразу по внешнему виду электрическая помпа выглядит она как полноценное устройство, как вот в офисах стоят кулеры, грубо говоря, с бутылями или как –то иначе?**

-Иначе абсолютно. Кулер- это устройство, которое большое, выполняет функцию нагрева и охлаждения, помпа –это такая типо палки.

**7.-Ну то есть там будет такая же как механическая?**

-Да, да, абсолютно верно.

**8.-Хорошо, поняла и сразу уточню, сколько видов воды есть?**

-Вам их перечислить или количество назвать?

**-Давайте пока количество. Думаю, чуть позже дойдём до вопроса о перечислении, чтобы я понимала, какой ассортимент.**

-Девятнадцать.

**9.-Распишите по этапам или логическим элементам саму услугу, то есть продукт. Как это происходит?**

-Значит, первое: клиент оставляет заявку по рекламе, после этого заявка поступает нам в компанию координатору по работе с новыми клиентами, координатор осуществляет исходящий звонок потенциальному клиенту. Ещё раз у него подтверждает его выбор, его намерение заказать, рассказывает более подробно о комплекте, что он в себя включает, качество и состав воды, условия доставки. Далее они выбирают, если клиент согласен, они выбирают удобное время доставки для клиента, после этого координатор оформляет заказ, озвучивает цену итоговую клиенту, прощается с ним, клиент ожидает заказ. В день заказа за 2 часа до доставки с клиентом связывается уже водитель, который в свою очередь оповещает клиента, что он готов приехать через 2 часа, клиент ещё раз подтверждает намерения заказ получить, водитель доставляет воду клиенту, выгружает её, поднимает на этаж до квартиры. Если клиенту необходимо, устанавливает помпу и рассказывает, как ей пользоваться, клиент отдаёт деньги, подписывает акт приёма –передачи, водитель уезжает. После этого клиент уже по истечению времени, когда он воду выпьет, связывается с нами сам. Если не связывается , мы клиенту звоним из расчёта одна бутыль на 4 недели. Подождите, нет, вру, две недели.

**-На моём примере один бутыль за 3 дня максимум уходит.**

**-**Это Вы очень хороший клиент. Ну в основном где-то 3 бутыли через месяц и мы им позвоним.

**-Есть что ещё добавить?**

-Нет, по логике доставки нет.

**10.-Оплата всегда постфактум?**

-Оплата по факту: наличными либо на карту. У водителя с собой терминал для удобства покупателя. Мы сейчас с Вами говорим только о Би ту СИ, у нас направление Би ту Би есть, но мы по таргету его не тестировали, поэтому, я думаю, что вряд ли таргетированная реклама подходит под эту сферу. Не знаю…может быть, но мы может если к этому вернёмся, то когда настроим.

**-Да, чуть позже можно будет провести анализ по конкурентам, если актуально, то запустить и на Би ту Би тоже.**

-То есть физическое лицо оплачивает либо наличными, либо по терминалу картой банковской.

**11.-А он в своём случае, если он физическое лицо и у него нет денег, он самозанятый или ИП, он может оплатить из своего счёта? Но при этом заказывать как физ. лицо.**

-Может, но это будет уже юридическое лицо. То есть мы будем проводить его как юридическое лицо, заключать с ним договор как с юридическим лицом и в данном случае он может произвести оплату по счёту своей организации и в данном случае будет уже постоплата, то есть после доставки клиент может оплатить заказ в течении 3х дней.

**12.-Я поняла, но тут другой момент хочу уточнить. Если он ИП, но он просто со своей карточки ИП захочет оплатить, можно же так сделать?**

-Можно конечно, в бухгалтерии это будут уже его проблемы, т.к. он будет проводить расходы.

**13.-Да, упрощёнка 6%, но картой сможет. Сравните товар или услугу с аналогами и укажите, какие преимущества и недостатки. Давайте тут прям подробно разберём.**

-Давайте тогда на примере конкурента конкретного, который, так скажем, меня напрягает. Значит, есть такой конкурент «Хваловские воды». Преимущества наши: первое –это скважина в Калужской области, второе-доставка в удобный 2х часовой интервал времени, третье –тара без залога.

**14.-Нет, смотрите, чуть-чуть не так, мы сразу на примере сравниваем каждое преимущество, в чём разница, как Вы считаете, в плюсах и в чём разница в недостатках.**

-Ну я вот прям о плюсах ничего не могу сказать у конкурентов, давайте так, по пунктам. Есть мы, есть Хваловская. Разберём ценовой диапазон. То есть у Хваловской сейчас есть акция: две бутыли и помпа за 99 рублей. Прям, да, это их преимущество перед нами, но тут есть НО: что они говорят, когда ты оформляешь форму обратного звонка: во-первых, доставку они осуществляют только по Москве, конкретно это предложение за 99 рублей. Далее, за бутыли надо внести залог-250 рублей. И получается, что цена комплекта вырастает в 600 рублей. У нас три бутыли и помпа-минимальная цена 666 рублей сейчас. Значит, преимущество в цене. И последующие заказы у них получается после пробного комплекта 270 рублей, мы в принципе с ними здесь на уровне, у нас там 285-260, в зависимости сколько бутылей клиент закажет. Доставка: у нас двух часовой интервал, у них интервал дневной поделен на три диапазона: с 8 до часа, с часа до 5, с 5 до 10 вечера. У нас в данном случае интервал времени меньше, чем у них. Качество воды: у абсолютно любого конкурента, которого мы ни возьмём, вся вода добывается в Московской области. У нас вода, скажем так, наш бренд Бутильков, он добывается в Калужской области. Кэшбэк-хорошее преимущество. Насколько я знаю, в Хваловских кэшбэка нет, хотя есть ещё один конкурент Старомытищинская вода. Они кэшбэк подключили. У нас кэшбэк каким образом действует: клиент оформляет заказ и заказ свыше 1 500 рублей у него возвращается кэшбэк в размере 5%. В следующий раз он этот кэшбэк может списать или оплатить им свой заказ не более 25%. По конкурентам, впринципе, у кого-то есть, у кого-то нет. В принципе, по преимуществам все конкуренты на одном уровне.

**15.-Есть какие–то недостатки, которые считаете по сравнению с конкурентами?**

-У нас? Знаете, был период времени, когда очень жаловались и писали отзывы по поводу того, что мы часто звоним. Это был момент, когда у нас с телефонией были проблемы, действительно, был большой поток жалоб. Сейчас, наверное, ещё шлейф небольшой остался, хотя уже на протяжении полугода мы стабилизировали телефонию и уже звоним как надо. Это может быть нашим недостатком, плюс второй недостаток, возможно, есть жалобы от клиентов по доставке. То есть не всегда доставляем в интервал времени, который изначально заявили. В этом случае мы клиенту звоним, приносим извинения, корректируем время доставки. Не могу сказать, что это постоянно, но эти моменты есть. Их нужно учитывать. По недостаткам конкретно по воде нет ,не могу сказать. Жалобы бывают иногда, конечно, но немного. Качество воды всех устраивает. По цене, в принципе, тоже. Ну и всё, главный недостаток это вот частые звонки были.

**16.-А какие бывают жалобы, если качество всегда хорошее? Вы говорите, что бывают.**

-Что-то плавает в бутили, очень много таких историй было. Но здесь, скажем так, имеет место быть эта ситуация, потому что на заводе могут… Понимаете, есть клиенты, которые заказывают в одноразовой таре, а есть которые в многооборотной. Вот по одноразовой здесь, конечно, можно минимизировать, здесь качество воды будет заключаться только во вкусовых качествах. Это опять же зависит от того, как эта вода хранится, если хранить её на прямых солнечных лучах, то она может зацвести. Если бутыль многооборотная, то, на моменте когда эту тару моют, могут либо плохо помыть, либо были случаи, когда там инородные тела плавали, поэтому здесь вот другой момент, но это, скажем так, если по статистике, то в месяц раза 3.

**17.-Это никак не проверяется?**

-Отправляется бутыль вместе с водой на экспертизу, после экспертизы мы получаем ответ от производителя. Клиенту в данном случае мы меняем эту бутыль бесплатно. Ну и в случае, если негатив большой от клиента, то компенсацию и ему одну бутыль сверху. Ещё наше преимущество перед конкурентами: наши конкуренты, точнее менеджеры наших конкурентов, не умеют общаться. Сколько я ни разговаривала, абсолютно никакой продажи, не знаю занимается этим отдел продаж или нет. Такое ощущение, что им абсолютно всё равно. Мы же более клиент ориентированные, индивидуальные условия для каждого клиента и каждый спорный момент или негатив от клиента мы рассматриваем индивидуально, связываемся с ним, наши руководители связываются. Поэтому в этом случае да, наше преимущество.

**18.-Как выглядит упаковка и дополнительные материалы, которые идут с основным товаром? То есть какие-то инструкции, буклеты, открытки.**

-Упаковка- бутыли доставляются клиентам в пакетах, для того, чтобы бутыль была чистой. Далее, по буклетам- пока нет, но вот сейчас мы разрабатываем, чтобы доставлять клиенту буклет с QR-кодом для перехода в наше мобильной приложение. На данный период этого ничего нет, то есть по факту клиент получает только состав своего комплекта: бутыли и помпу, которая упакована в коробку. Всё.

**19.-А помпа она как-то в вакууме каком-то дополнительно?**

-В обычном пакете, да, и пакет в коробке картонной обычной.

**-Это я к тому, чтобы гарантировать, так скажем, безопасность, работоспособность, ну в наше время, сами понимаете, у нас пандемия вторая не за горами, чтобы гарантировать, что всё достаточно безопасно.**

-В этом случае у нас все водители в масках и перчатках, если уж говорить про эту ужаснейшую пандемию. И ещё момент по оборудованию и по бутылям тоже: в случае, если пол года клиент пользуется оборудованием и после этого оно выходит у него из строя и мы видим, что клиент постоянный, то мы меняем ему оборудование бесплатно. По безопасности упаковки всё в порядке, есть бесконтактная доставка, клиент может, если ему необходимо, скинуть деньги на карту и мы заказ оставим у двери.

**20.-Вот меня интересовало касаемо самой помпы, которую они погружают в воду: на сколько она упакована, чтобы это всё было экологично и безопасно?**

-Она упакована в полиэтиленовый пакет, этот пакет упакован в коробку. Но Вы же понимаете, что любое новое оборудование клиент должен помыть. То есть помпа должна обязательно помыться, помыть её проточной водой, желательно с содой для того, чтобы потом ей пользоваться.

**21.-Бутыли у Вас брендированные, помпа, пакеты?**

-Помпа не брендированная. Кстати, напомни мне про помпы поговорить. Мы сейчас будем на помпы механические наклеивать сверху нашу наклейку «Акваимперия». Пока они не брендированые. Не могу сказать, что бутыли брендированные, потому что именно Акваимперия не прописана. Если наша вода бренд «Бутильков» прописаны наши контакты: сайт и номер телефона, если это другая вода, то мы, соответственно, здесь дистрибьюторы и на этой воде указана именно информация производителя.

**22.-В этом случае какие-то ваши контакты указываются? Заказывают в итоге у вас продукт**.

-В основном, в принципе, не могу сказать, что заказывают у нас только «Бутильков», заказывают абсолютно разную воду. И не хотим двигать конкретно «Бутильков» и делать акцент на этой воде. Мы хотим позиционировать себя, как некого поставщика, у которого есть выбор по воде. Тем более, мы определились, есть 19 наименований воды. Просто «Бутильков» одна из самых недорогих вод, которые у нас представлены. Поэтому, если клиент говорит о том, что ему нужен бюджетный вариант, то мы ему предлагаем «Бутильков». Как клиент заказывает у нас: мы этот момент продумывали тоже. Получается, клиент изначально видит нашу рекламу, переходит по ней, менеджер связался, заказ оформили и всё, клиент пьёт воду,не думает ни о чём. И, когда вода заканчивается, вероятность того, что клиент помнит сайт, на котором он оформлял заказ, он очень минимальный. И здесь есть вероятность того, что клиент может от нас уйти к кому-то другому, потому что забыл, кто мы. Поэтому мы хотели приклеить наклейки. Есть у нас такой большой конкурент- «водовоз». Они сейчас своим клиентам доставляют всякие магнитики, ручки, салфетки и прочий товар, который на глазах постоянно у клиента и он помнит, что это водовоз. Вот мы сейчас хотим тоже самое. Клиенту при первом заказе доставлять магнитик на холодильник и приклеивать наклейки, где будет указан наш номер телефона и сайт. У нас пока этого нет.

**-Вот тут, если интересно мнение потребителя, то я бы сделала магнитики на холодильники, но при этом через верёвочку надела бы его на бутиль. Чтобы его потом можно было снять и повесить на холодильник, либо тот, кто забывает, оно остаётся на бутиле и когда вода заканчивается, ты сразу смотришь на эту штучку и всё равно потом её прикрепляешь у себя.**

-Интересная идея, спасибо.

**23.-Мы с Вами пойдём дальше тогда. Наверное некорректно будет спрашивать из какого сырья и материала это производится, давайте тут поподробнее поговорим об изготовлении: кем, где, какие виды вод есть, чем они отличаются?**

-Вода делится на две категории: артезианская и горная. Давайте начнём с артезианской. В данном случае у нас представлена артезианская вода, это: «Бутильков», которая добывается в Калужской области, далее «Переславица»-Ярославская область, «Дольче вита»- тоже Ярославская область, «Прилье»-тоже самое. То всё артезианская. Далее у нас есть вода питьевая H2O «Инвитро». Инвитро, знаете, лаборотория, мы с ней сотрудничаем. Мы единственные представители воды, которую разработали именно Инвитро. Это как раз-таки брендированная бутылка. Рекомендовано и проверено именно Инвитро. В принципе, могу сказать, что это та же самя Черноголовская, только она проходит дополнительную проверку именно в лаборотории Инвитро. Дальше есть очень хорошая вода, я сама её пью, это «Жеве». Есть минеральная, есть «Жеве» питьевая. Она добывается в Ивановской области. Классная вода, у них прикольные этикетки, они разрабатывают дизайн очень здорово. Демидовская-это Тульская область. Если интересно, могу отправить видео. Я была на заводе, полностью весь цикл проверки, чистки воды, добывания и розлива у меня есть. Черноголовка-это Московская область, она у нас представлена. Дальше у нас идёт горная вода. Она добывается вся в основном в Карачаево –Черкессии. Бренды преставлены: «Горная вершина», «Эльбрусинка»-это детская вода, далее «легенда гор Архыз», «Пилигрим» и просто «Архыз». В принципе, разница только в скважинах. По вкусовым качествам, горная вода более ярковыраженная. Вот мне нравится «Пилигрим», кто-то там пьёт только «Архыз». Но «Легенда гор Архыз» и «Архыз» в принципе одно и тоже, разные номера скважин, добываются практически рядом. И «Эльбрусинка» тоже. И есть ещё одна вода у нас- «Кубань». Судя по названию, я так понимаю, она добывается где-то в краснодарском крае.

**24.-Она горная считается?**

-«Кубань» Краснодарский край это равнинная артезианская. Преимущества между артезианской и горной воды. В принципе, горная вода-это премиальное качество воды, её не все могут себе позволить, средняя цена 460 руб за бутыль. Но реально, могу за нас сказать, что доставляем её с Карачаево-Черкесии. Иногда видим на рынке предлжения, не могу их назвать конкурентами, которые предлагают «Архыз» по 150-200 рублей. Это как раз таки тот вариант, когда ты виски, которые в магазине стоят 5 тыс. рублей покупаешь за 1000 руб со склада. Тоже самое. Визуально более менее похоже, по факту наполнение иное. Тоже самое с водой. Настоящая горная вода, её человек может легко отличить от обычной даже артезианской. Преимущества между артезианской и горной мне легче зачитать. Ну, во-первых, горную воду никак не очищают по большому счёту, то есть напрямую её добывают из скважины. Ледниковая вода структурирована естественным путём, является идеальной для пополнения запасов жидкости. Проходя сквозь горные породы, она фильтруется и насыщается минералами и солями. Если артезианскую воду искусственно чем-то дополняют, какими-то минералами, которых ей не хватает, то горная вода-это 100 % готовый продукт. Преимуществом горной воды является её минеральный состав, структура. Некоторые сорта такой воды можно употреблять ежедневно в неограниченном количестве. Вот здесь отдельный момент, если по «Архызу» взять, то «архыз» нельзя пить какое-то большое количество, максимум производитель советует два стакана в день, иначе можно даже навредить организму. Горная ледниковая воды теряет все свои свойства, будучи нагретой свыше 37 градусов. То есть, горную воду надо презентовать, как питьевую не для кипячения. Готовить на ней не стоит- вся польза сведётся на нет. А вот если скорректировать фигуру, избавиться от лишнего веса, ледниковая талая вода будет идеальным помощником. Артезианская вода добывается из скважин, источники обычно находятся между двумя водоупорными слоями породы. Чем глубже скважина, тем лучше и безопаснее вода. У нас, скажем так, все скважины не менее 120 метров. Артезианская вода лишена контактами с верхними слоями почвы, поэтому заражение ее инфекциями и контакт с соседними металлами исключены. Тем не менее, перед бутилированнием она обязательно проходит тщательную обеззараживающую очистку несколько этапов. То о чём я говорила. Просто некоторые конкуренты используют форму обратного осмоса: то есть грубо говоря, они добывают воду из скважины, потом её полностью очищают до дистиллированной воды и потом искусственно начинают наполнять тем составом, который необходим, чтобы она прошла хотя бы под 1 категорию. Мы этим не пользуемся: мы её подняли из скважины, очистили от песка и прочего и дальше от бактерий избавляемся ультрафиолетом и дальше, когда отправляем на завод классификации, уже там минеральный состав получаем такой, как когда она была добыта. В принципе, самое главное между горной и артезианской водой-это то, что артезианскую искусственно более менее подгоняют под нормы, а горная 100% продукт, полученный природой.

**25.- Как выглядит транспортировка товара?**

-В принципе, это то, что мы с Вами уже затрагивали. У нас есть автомобили, чаще всего это газель, которая включает в себя 120 бутылей. Бутыль идёт в индивидуальном пакете. Когда воду доставляют, водитель интересуется: снять или оставить. Бутыль в машину водитель положил\поставил. Далее поехал по заказам, и они просто на палетах находятся эти бутыли, и в отдельной ёмкости находится всё оборудование, которое необходимо доставить клиенту.

**26.-Как продукт хранится на складе?**

-На складе тоже все бутыли хранятся на палетах. Склад у нас очень большой, свыше 5 000 кв. метров. Там нет прямых солнечных лучей, туда полностью не попадает свет. Температура нас кладе, я думаю, что градусов 15 максимум, там прохладно. Вся вода хранится на палетах в тёмном месте и стреч плёнкой затянута, чтобы пыль не садилась.

**27.-Есть ли у Вас точки оффлайн? Что –то подобное, где человек сам может придти, взять, купить.**

-Нет, только доставка.

**28.-На сайте какая-то выкладка есть?**

-Новый клиент не может оформить на сайте самостоятельно. Все новые клиенты оформляют первые новые пробные комплекты в форме обратного звонка. А вот повторные заказы или тот или иной товар, клиент может выбрать самостоятельно. Тот есть только пробный комплект, новый клиент может зайти на сайт и не воспользоваться пробным комплектом. А из нашего каталога заказать воду, которую он хочет. Именно стартовый комплект, который предоставляется со скидкой( в среднем у нас скидка 50%), вот именно его он может оформить по форме обратного звонка через связь с администратором. Я Вам, кстати, сейчас отправлю сайт наш, потом зайдёте, ознакомитесь.

**29.-На текущий момент сайт уже готов? Вы говорили о ом, что нужно будет его переделать.**

-Нет, я не про сайт говорила, я говорила про страничку фейсбук. Тот сайт, который я Вам сейчас отправила-это новый домен сайта, на который по редиректу мы переехали со старого домена, который был у нас заблокирован фейсбуком. То есть сейчас, когда вот этот домен, новый, АкваимперияРу, когда таргетолог пытался привязать его к новому аккаунту, был блок. Поэтому я Вам и сказала, что у нас возможно не получится привязать сайт, именно исходя из этого, я сказаал, что придётся делать лендинг. Но лендинг не готов, и более того к нему не приступи, я думаю это будет где-то в середине октября, если мы в конце октября его получим- это будет здорово.

**30.-Уже знаете кто будет этим заниматься?**

-Да, да, у нас есть наш сотрудник, который занимается всеми подобными вопросами.

**31.-На моменте эксплуатации, использования клиентом, есть какие-то циклы позитивные, негативные? По отзывам, возможно есть какие-то негативные моменты в этих этапах.**

-На этапе первичном: от рекламы до заказа?

**-На этапе, когда только доставляют воду через акт подписания, они начинают эксплуатировать, использовать её.**

-Я понимаю о чём Вы говорите. Нет, главное, скажем так, когда мы обзваниваем клиентов через месяц после доставки первого комплекта, как правило, все клиенты, которые отказываются, говорят, что нет денег. Как мы понимаем по аналогии: клиент берет пробный комплект со скидкой 50%, потом идёт к конкурентам, и вот так по кругу у всех он приобретает воду дешевле, чем со второго, третьего заказа. Как таковых отвалов клиентов по жалобам в обслуживании либо в качестве воды у нас нет. Могу сказать, что такого нет.

**32.-Что сказать про утилизирование после использования? Как они могут сами утилизировать и как с помощью Вас они могут это седлать.**

-Речь сейчас пойдёт только об одноразовых бутылях. Если это бутыль одноразовая, то клиент утилизировать её может самостоятельно- выкинуть на мусорку. Но бутыли являются крупногабаритным мусором, поэтому клиент сам решает для себя. Либо же, предположим, если клиент после первого пробного комплекта от нас отказался. У него остались бутыли, он горит, что они мне не нужны, заберите. В данном случае, если клиент, больше заказывать у нас не будет, к нему выезжает водитель, то мы доставку берём 300 рублей, потому что клиент уже не наш, никого заказа он не осуществил. И для того, чтобы выполнить его обязательства перед нами, мы ставим платную доставку 300 р. Либо же клиент говорит, что ничего платить не будет, тогда эти бутыли, клиент решает сам, что с ним делать. Может быть о их на дачу отвезёт и будет там что-то хранить. Если же клиент оформляет второй заказ, то в данном случае приезжаем бесплатно, привозим ему воду и пустые бутыли забираем, если он это пожелает. Мы их в свою очередь утилизируем путём отправки на завод, там под прессом бутыли превращаются в единую массу, которая потом переплавляют. Это уже подрядчики свои, я не вникала в этот вопрос. Что там есть и что с ними дальше делают.

**33.-А если бутыли не одноразовые?**

- если бутыли не одноразовая, то клиент обязательно должен её вернуть и тут его «не хочу» уже не сработает, потому что если он не вносил залог за многооборотную бутыль, а она 250 р стоит, этот залог, если он не вносил..

**-Вы говорили 500**

-500? Нет,250. Это я говорила Вам 460 руб средняя цена по Архызу. Многооборотная бутыль, 250 руб,залог. Если клиент бутыль не возвращает, залог не вносил, то в данном случае мы подаём на него в суд за то, что он удерживает наше оборудование, не возвращает его и не возвращает денежные средства. Суды как правило выигрышные в 100% случаев, только для клиента это вместо 1000 рублей за 4 бутыли из залога превращается во все расходы по суду и тд. иски там по 30- 40 тыс. рублей. В данном случае либо клиент доставляет нам бутыли самостоятельно, то есть мы не против, он может привезти их на наш склад. Приезжает сам, отдаёт бутыли, мы возвращаем ему залог, если он вносил. Либо же, если залог не вносил, бутыли у него остались, но как-то нужно отплатить. Мы ему отправляем ссылку, он по этой ссылке вносит залог, бутыли оставляет себе. Либо же бутыли ему не нужны, здесь два варианта: доставляет нам их самостоятельно, либо приезжает наш водитель с доставкой платной.

**34.-Уточню момент. Как часто бывает, что бутыль одноразовая и за неё не вносят залог. При каких обстоятельствах.**

-У физиков это разовые случаи, более это похоже на индивидуальный подход. Если у клиента кулер, это всегда многооборотная бутыль, потом что одноразовая может на кулере деформироваться, треснуть и залить кулер. Поэтому мы сами клиентам говорим, что если кулер, то только многооборотная тара. Но как правило, залог оговаривается с клиентом сразу, на этапе оформления заказа. И в момент получения заказа, клиент вносит сразу залог и оплачивает заказ. Но есть случаи когда клиент упирается и говорит «нет, я не буду вносить залог», но его заказ, предположим, 15 бутылей. Понятно, что этот клиент для нас важен, мы говорим «хорошо, ладно, мы доставим Вам тару без залога, только оплатите воду». В данном случае такой клиент может стать нашей проблемой.

**35.-как называется компания и почему Вы выбрали именно такое название?**

-У нас на самом деле названий было много. Изначально мы начали работать как «Бутильков», потом мы полностью произвели рейбрендинг, стали «Окрестным миром», потом, вот буквально пол года назад мы поменяли название на «аква империю». Почему мы выбрали Аква империю не могу сказать, это просто название пришло в голову. Тогда ещё я не была тесно связана с рекламной компанией, поэтому так родилось название. Если Вы обратите внимание на наш логотип, я считаю он немного не имеет смысла с названием Аква империя, он какой-то отстранённый. Поэтому я думала на счёт изменения логотипа, не знаю на сколько это важно.

**-С этим тоже можно будет подумать.**

-Ну да, но я думаю Вы потом свои правки, предложения потом внесёте.

**36.-Дайте несколько формулировок сферы деятельности. Вот, как в голову приходит.**

-Наша сфера деятельности: интернет магазин, розничная продажа, правильно?

**-Нет, прям формулировки по вашему направлению, по воде, всё что мы будем делать, те, которые приходят словосочетания, касаемо вас, вашей компании и воды.**

-Питьевая вода, вода для жизни. Некие хэштэги?

**-Что-то вроде, как вы видите: качественная вода, качественная жизнь., что приходит в голову.**

-Вода для жизни, бутилированная вода, доставка воды на дом, природная вода.

**37.-По сайту я всё посмотрю, по рекламным материалам тоже. На текущий момент контекст у вас активный, да?**

-Контекст на тек. момент активный. Бюджет по контексту сейчас

35 тыс рублей в день. Получаем в среднем 35 ледов в день, по факту цена клиента 900 тыс рублей. Недавно подключили гугл, тестируем пока только на одной рекламной компании по низкому бюджету 10 тыс в день. Смотрим, как цена клиента будет. Далее уже посмотрим, будем ли мы масштабироваться.

**38.-Только через поисковые сети сейчас реклама?**

**-РСЯ поиск. По статистике, РСЯ показывает себя гораздо лучше, чем поиск, поэтому поиск сейчас оптимизируем на сколько возможно. Постоянно дополняем либо исключаем основные фразы поисковые, но всё равно РСЯ пока у нас лидирует. Ну и я Вам могу сказать , что ставки высокие. Да, я думаю что по таргету это не исключение. У Вас есть сейчас клиенты по нашей специфике работы?**

-На текущий момент нет. дело в том, что если ориентироваться на нашего директолога, у него несколько проектов, которые он ведёт, они абсолютно разношёрстные: это кредитная организация, это автомобили, это питьевая вода и реклама компаний, обучающих интернет маркетингу. 4 абсолютно разные сферы. Как он говорит, автомобили всегда по ставкам были высокие, но именно питьевая вода перепрыгивает даже автомобильную и кредитную сферу. Он сам не ожидал, но, увы, у нас вот такие ставки на поиски. Поэтому конкуренты постоянно бьются друг с другом, у кого бюджет побольше, ставки перебивают. Но вы просто будьте готовы к тому, что таргет не исключение.

**-Здесь мы посмотрим еще. Во – первых, контекст сам оп себе дороже, во –вторых, у меня есть коллеги, которые занимаются так же, и я уточню, такие кейсы бывали ранее. Максимальные ставки, какие могут быть минимальные, чтобы понимать, как я могу выжить мксимум из этого.**

-Ну вы знаете, на самом деле, вы говорите что контекст дорогой. На примере 6ти месяцев работы с нашем предыдущим таргетологом, могу вам сказать, что контекст: было время, когда мы цену клиента опустили до 700 рублей, а таргет: минимальная цена клиента была не ниже 1400руб. То есть самый дорогой клиент по таргету, это был июль месяц, был 2700 рублей. Поэтому всегда говорила, что это цены не то что ненормальные. Пару лет назад у нас реклама была только таргетирванная, у нас не было контекста. У нас было 3000 клиентов в месяц. Мы раскачали таргет таким образом, ну там бюджет был правда в районе 1.5-2 млн. рублей только на таргете. Но мы получиди клиента по 600 рублей. Даже был какой-то момент, когда мы стали сильно масштабироваться, мы получали клиента, клик был вообще копейки, а клиента мы получали в районе 300-400 рублей. Но на этапе, когда мы сейчас были с таргетологом, я не могла позволить масштабироваться, потому что видя такую цену клиента и не понимая, что происходит, просто так сливать бюджет это глупо и неправильно. Поэтому, возвращаясь к вашей работе: если вы будете держать клиента сейчас на данном периоде времени до 800 рублей, то Вы можете максимально управлять бюджетом, сколько вам нужно. Нужно вам 8 тыс в день-будет 8 тыс в день, нужно 10-будет 10, будет 30 нужно-будет 30. Но только в том случае, если цена клиента будет до 800 рублей.

**-Все мы понимаем, что надо соблюдать маржинальность и доходы. Поэтому мы с вами поработаем и посмотрим, сколько мы максимально можем сделать из этого.**

-Ну да, но вы же понимаете, что цена клиента 100 рублей, она высока. Но на самом деле мне таргетолог сказал, когда я решила поработать, с другими таргетологами пообщаться, когда мы разговаривали о цене клиента, мне было сказано, что когда-то клиенты закончатся. Вот сейчас они заканчиваются и цена клиента растёт. Здесь уже было всё ясно и понятно. Но ничего, все люди, просто кто-то больше понимает, кто-то больше работал, кто-то только учится. Я надеюсь у нас с вами всё получится.

**39.-Не попробуешь, не узнаешь, поэтому мы будем с вами пробовать. Разрежьте свой бизнес по направлениям товаров.**

-Питьевая бутилированная вода, продукты питания, услуги, в принцнипе, всё. Продукты питания, там есть еще подкатегории: товары для дома, косметика, канцелярские товары.

**40.-Теперь разрежьте по клиентским категориям, именно воду рассматриваем.**

-Что есть клиентская категория? Платёжеспособность?

**-Ну вообще, кого вы считаете своими клиентами. Можно по возрасту.**

-Значит, возраст, как я вам и говорила: от 25 до 55, половая принадлежсть на равне, 50 на 50, иногда плюс-минус 5-10%, доход средний и выше среднего, по увлечениям, как я вам и говорила, спортсмены, зожники, мамы, планирующие беременность, люди , которые так или иначе связаны со здоровым образом жизни. По георафии: только Москва и Московская область. И, если я не ошибаюсь, раньше мы делали настройку по смартфонам. По ценовому диапазону смартфон. Ну, в общем, по настройкам, я думаю, это ближе к вам, потому что я знаю, что в таргете можно хорошо найти свою аудиторию, по интересам и тд.

**41.-Москва и Московская область, дальше не расширяетесь пока?**

-Пока нет, только Москва и Московская область.

**42.-И по каналам продаж: то есть у вас есть контекст, таргет мы планируем , что- то еще есть?**

-Контекст, таргет, СММ я назову источником, потому что сейчас мы начали им заниматься. Какие никакие заказы у нас с профиля напрямую есть. Помимо этого у нас водители воду иногда предлагают, то есть приходят клиенты от водителя. Приходят клиенты по рекомендации друга, то есть действующий клиент рекомендует нас своему другу, и друг у нас заказывает. Тоже источник, назовём его «приведи друга». Таргет у нас пока отсутствует. Пока в принципе всё.

**43.-А есть оффлайн каналы?**

-Нет, у нас раньше были активные продажи подключены, но они не дали результатов, поэтому мы отказались впринципе от оффлайна и сейчас этим не занимались.

**44.-Как вообще появилась идея продавать воду для людей? Что привело к этому?**

-генеральному директору сон приснился. Приснился сон и они со своей семьёй реализовать свой бизнес.

**-Историю по шагам и вехам развития не будем затрагивать, я поняла, что у вас был ребрейдинг. Поняла, что начинали с чего-то малого.**

-Вообще не стоит никогда учитывать ребрейдинг, потому что как раз таки на бутильков было много негативных отзывов. Сейчас надо просто это забыть. Сейчас могу сказать, что мы когда начали активно решать проблемы, это было конец действия Окрестного мира и начало Аква империи. Сейчас по крайней мере оценка в гугл 4, а яндекс, по моему, меньше. Но в общем, я к тому, что рейтинг у нас более менее хороший.

**45.-Каковы цифра бизнеса? Оборот и прибыль. Мне хотя бы примерно понимать и посчитаем уже после ребрейдинга поледнего**

-Оборот порядка 12 млн оборот

**-Это месяц ,год, квартал?**

-Месяц. И прибыль даже врать вам не буду. Потому что сейчас если чистую прибыль брать, то её пррактичсеки нет, по тем или иным причинам. Давайте для цифр прибыль назовём 30% плюс \минус 4 млн. Но это абсолютно не так, с действительностью не имеет ничего общего

**46.-Примерное количество товара в ассортименте, в цифрах**

-Более 4 тыс товаров на сайте представлено.

**47.-Количество проданных единиц за последние пол года давайте посчитаем, после ребренда**

**-**Сколько единиц товара всего?

**-Да, есть примерное количество у вас в цифрах?**

-В месяц порядка 120 тыс единиц. Но это так, плюс –минус,грязная цифра

**48.-Количество сотрудников у вас: штатные, подрядные в цифрах?**

**-**Более 70-80 человек.

**-Это штат?**

-да, штат

**-а подрядные?**

**-**Подрядные человек 15

**49.-Количество клиентов на текущий момент в цифрах**

- А вы точно таргетолог, а не налоговая инспекция ?

-Повторите вопрос

**-Количество клиентов на текущий момент**

У нас клиенты делятся на физ и юр лиц. Сейчас я вам скажу действующие клиенты. Скажу вам по физ лицам, сейчас программа загрузится.

**50.-Пока грузится программа, скажите, количество офисов, есть ли франшиза?**

-Один. Франших накаких нет.

**51.-Награды какие-то есть?**

-Да, мы выигрывали, сейчас секунду, я вам точно скажу, какую-то медаль золотую. Так, статус клиента, действующий клиент физические лица 28 707 человек. И впринципе, к ним можно приплюсовать 120ти дневники, потому что это люди, которые просто медленнее пьют воду. И порядка 7 тыс человек, это которые не заказывали более 3х месяцев. Теперь по медали.

**-Просто так же в цифрах количество наград**

-Если в цифрах, то одна

**52.-Тогда давайте качественно: что за награда была?**

-За качество воды. Золотая медаль качества, выставка Фуд Москва 2018 победитель «Бутильков». Короче, качество воды.

**53.-Количество посетителей сайта, просмотры, в инстаграме. Есть статистики у вас?**

-Новые клиенты-посетители или просто?

**-Ну вот допустим за прошлый месяц, за август, сколько вообще было, какая статистика?**

-Посетители 20 627 человек, это за сентябрь. 72 % из них это переходы по рекламе. И тип устройства у нас 67% это сматрфоны и ПК 30%.

**54.-Есть какие-то цифры масштаба, которые вы можете привести? Может быть по вашим традициям и наградам: километры проводов, литры выпитого, тонны доставок.**

-Нет

**-Такого не считаете?**

-Вообще не считали. Кстати, идея хорошая, на сайте реализовать.

**55.-Какие цифры времени Вы можете привести в пример? Есть какая-то гарантия, время производства, помимо доставки в течении 2х часов, сколько занимает монтаж, время отклика на заявку, через сколько звонит менеджер?**

-Значит, звоним мы, максимум через 10 минут, как клиент заявку оставил. Время доставки, тут возвращаемся к преимуществам и недостаткам нас и конкурентов. Смотрите, как у конкурентов: если они в заявленный интервал времени не доставили воду, то этот заказ полностью доставляется клиенту бесплатно. Такой фишкой пользуется только один наш конкурент, Хваловский. Связано это с тем, что акция ориентируется только на Москву. Мы, к сожалению, не можем себе этого позволить, потому что, если бы у нас интервалы времени были как у них 6-7ми часовые, то да. Но в 2часа мы это сделать не можем. Поэтому бывает такое, что происходит задержка на час времени в среднем. Не у всех, но бывает. И мы не предоставляем никакие бесплатные заказы и компенсации. Только в случае, если клиент негативно настроен и звонит на прямую к нам, то только в этом случае по согласованию с руководством оператор может поставить бутыль бесплатно клиенту.

**56.-Как часто бывают опоздания такие?**

-Скажем так, три за день.

**57.-А сколько примерно доставок за день?**

-У каждого водителя 20-25 заявок.

**58.-Сколько всего водителей?**

-Порядка 1 100 заявок

**59.-Кто по вашему является главными конкурентами за бюджет ваших клиентов?**

-Главные конкуренты: Водовоз…

**-Секунду, конкуренты за бюджет клиентов**

-За бюджет клиентов?

**-Да, то есть какие-то смежные, почему они могут отказаться от Вас и внести деньги им.**

-Я и говорю про них. Скажем так, конкуренты, которые могут предложить воду дешевле.

**-Не конкуренты именно по вашей нише по воде, а просто любые конкуренты в жизни. Я бы предпочла допустим не заказывать у вас воду за тысячу рублей, а взяла бы себе абонимент на йогу.**

-Сюда можно кого угодно сказать, всё зависит от человека: кто-то отказывается от воды и идёт на йогу, кто-то отказывется от воды и покупает платье, кто-то устанавливает фильтры.

**-Ну вот по вашему мнению, есть какие-то главный конкурент за бюджет? Ну наверное, как раз установка фильтров, что-то смежное.**

-Ну наверное скорее всего фильтры –да, но я не могу сказать, что у нас есть точный конкурент, которого я бы назвала. Я вот просто объективно, глобально могу сказать, что это установка фильтров и пурифайеров. Пуефайер- это такое же устройство как кулер, только на него не ставится бутыль, а он подключается к водопроводу и фильтрует воду автоматически.

**60.-Есть ли у вас автоматизация бизнеса? Внедряли ли вы ЦРМ, КиПиАй, БиАй?**

-ЦРМ у нас есть, мы с ней работаем, но в данный момент мы уходим от неё в сторону программы своя система. Аналитики, как таковой, у нас нет, кроме яндекса, метрики и гугл аналитикс. Больше ничего нет. Хотели подключить ростат, но с этим переход временно приостановили. На этой неделе планируется переход на свою систему. Если реализация сквозной аналитики имеет место быть, то мы её подключим, если нет, то нет. То есть на данный момент только яндекс метрика и гугл аналитикс.

**61.-Кто является лицом или лицами компании? Основатели**

-На сайте у нас есть страничка «о нас», на которой как раз представлена информация о генеральном директоре, его фотография, он обращается к потребителям, представляется. Могу сказать, что это он лицо нашей компании.

**62.-Откуда родом? Он местный?**

-Да ,местный, русский

**63.-нам сейчас нужно будет чуть более подробно об этом поговорить, вообще об этом человеке, чтобы понимать, что мы сможем из этого применить. Сможете ответить на каике-то вопросы такие?**

-Давайте, только вы хотите это доносить до потребителя? Использовать каким-то образом в рекламе?

**-Ну мало ли, что-то проскочит, что мы в дальнейшем сможем использовать.**

-Давайте, попробуйте задать, смогу ли я на них ответить. В принципе, у нас его супруга руководитель контактного центра, поэтому она ответит на них точно.

**64.-Семейный статус, то есть он женат?**

-Да, он женат.

**65.-Это семейное дело считается?**

-Да , семейный

**66.-Это основное направление в бизнесе или есть еще какие-то?**

-Основное направление в бизнесе.

**67.-Был ли у него какой-то кумир, компания эталон, за счёт которой он решил свою систему построить?**

-Нет, только исключительно из-за сновидений.

**-Здороово, я бы тоже хотела, чтобы мне такой сон, как наставление приснился.**

-Помимо сна, нужно еще финансы иметь. Так что нам пока надо реализовывать то, что мы умеем и копить на мечту.

**68.-Какие-то хобби, увлечения есть у этого человека?**

-Сноуборд и лыжи

**69.-Как-то участвует в культурной, социальной и политической жизни?**

-В социальной участвует, у нас с некоторыми компаниями заключены договора по благотворительности. Дом маяка- есть такой крупный проект, хоспис и другие детские дома и т.д, кому компания помогает.

**70.-Именно благотворительность, правильно?**

-да, безвозмездная основа

**71.-какие-то культурные аспекты бывают? Ну там спонсирование какого-то проекта в городе, меропрития.**

-Периодически мы выступали спонсорами на вставках и тд, но это были разовые акции и сейчас пока нет. В действующих проектах нет такого.

**72.-Можете ли вы дать какую-то справку об этом человеке? Из Вашего мнения, что он из себя предсатвляет, биография, опыт, какие-то проекты, клиенты знаковые.**

-Вы имеете ввиду характеристику, как человека или как профессионала?

**-как человека**

-Спокойный, трудолюбивый, целеустремлённый, хороший психолог, наверное и всё, достаточно

**73.-Сколько человек в каждом отделе и сколько отделов всего есть?**

-Отделы: траснпортный, юридический, отдел по работе с юр лицами, кол центр, админка, бухгалтерия, расчётка- 7 отделов.От 5 до 15 где-то человек в каждом отделе. Транспортный отдел, там например водители, человек 100. Нет, не 100, вру. Где-то человек 50-60.

74.-**Они у вас устроены в штат или подрядные?**

-Устроены

**75.-Какие требования вы выдвигаете к работникам?**

**-**Самое главное- это любить свою работу, у нас был ранее директолог, он был неплохой, но он работал просто так. А сейчас пришёл директолог, который любит ставить себе цели и добиваться их. И вот это рвение к достижению целей и любовь к делу, которым ты занимаешься, главные аспекты, которые должны присутствовать у человека, который работает с нами. За зарплату-нет, за идею-да.

**76.-В таком случае, если это требование первоначальное, при наборе на должность, независмо от вашего подразделения, куда он нужен, как вы поймёте всё- таки, какой это человек?**

-Никак, к сожалению никак. На интервью какие-то моменты понять можно, как человек себя ведет и как он рассуждает, но основной факт отношения человека к работе выявляется на первом месяце работы. Но могу вам так сказать, у нас на данный момент практически сформирован на 90 % штат тех людей, которые свою работу любят и мы за одно дело, как семья. Мы даже когда нового человека на работу принимаем, говорим «добро пожаловать в семью». Мы единомышленник, которые движемся в одном направлении и хотим не просто отработать, чтобы получить зарплату, а у каждого есть свои цели и каждый своих целей добивается. Сейчас минимальное количество сложнее с удалёнщиками подрядными сотрудниками, с ними сложнее всего. Но опят же сейчас впринципе таргетолог и СММ, два вот этих нюанса, которые надо решить и всё.

**77.-Как ваша компания развивает и обучает сотрудников? Допустим на этапе подбора.**

-Обучение, скажем так, человек проходит в отделе, в котором устраивается на работу. Первичное обучение, если необходимо какие-то программы изучить и тд, поверхностное, у нас ничего такого сложного нет, мы в основном набираем людей, которые квалифицированы в той или иной области, куда человек идёт на работу. Адаптация сотрудника, как таковая не могу сказать, что у нас есть адаптация, потому что исходя из того, что у нас в коллективе такие тёплые, семейные отношения, человек сразу включается и он не чувствует как –такого холода, он сразу понимает и в комфортных условиях для себя. Вот буквально несколько дней назад пришёл сотрудник в мой отдел по работе с юр лицами и уже работает, всё хорошо. Поэтому, как таковая адаптация не требуется сотруднику, все вместе помогаем вместе работать.

**78.-Есть ли у вас клиенты звёзды?**

-Нет, нет у нас клиентов-звёзд. Может какие-то и есть, но они прячутся. Поэтому похвастаться неким. Подождите, это юр лица, а мы же про физиков говорим. По юр лицам у нас есть крупные проекты: Мосэнерго, Инвитро, Могортранс.

**-А мы именно по физикам говорим**

-По физикам нет.

**79.-Сотрудничали ли вы когда-нибудь с государственными структурами?**

-Да, конечно, сотрудничали и сотрудничаем. Я опять-таки перечислила Мосэнерго, детские сады, школы.

**80.-Это на постоянной основе уже, да ?**

-Отдел полиции, налоговая, да всё предоставляем.

**81.-Какие вопросы вам чаще всего задают клиенты?**

-Сколько стоит вода, сколько будет стоить вода после, откуда вода, как добывается, нужно ли вернуть бутыли и есть ли залог за бутыли.

**-То есть это часто спрашивают?**

-Практически каждый раз и в каждом разговоре с новым клиентом все эти вопросы звучат.

**82.-Как вы считаете, какие самые частые клиентские сомнения, страхи, стереотипы и возражения?**

-Психологический момент-это то, что воду надо покупать, второй момент- это возврат бутылей: ну почему мы щас отказались от каких-либо залогов и стали доставлять одноразовую тару, чтобы это убрать, потому что у клиента есть в голове обязательство, что это чужое, чужие бутыли, если с ними что-нибудь случится, клиенту нужно будет отдавать деньги. И это как-то его напрягает. Главный, самый главный нюанс, это то, что за воду надо платить. Мировоззрение пока не у многих меняется и все по старинке думают, что вода из-под крана течёт бесплатно и это точно такая же вода из-под крана и все мошенники на этом зарабатывают.

**83.-Какая основная боль и проблема есть у ваших клиентов?**

-Наверное, давайте мы здесь укажем доставку-задержка по доставке. Боль из-за нас?

**-Ну да, именно боль у ваших клиентов.**

-Доставка, частые звонки, но сейчас я не вижу жалоб по данному вопросу, чтобы было массово.

**-Что-то еще есть?**

-нет

**84.-Ещё возможные проблемы и боли, которые вы закрываете? Не только жалобы.**

-Доставка, сейчас мы работаем над этим. Если мы сказали интервал, то в этот интервал и привозим.

**85.-Что именно в вашем предложении цепляет клиента больше всего?**

-Цена, визуал- картинка макета, интервал доставки, ну и я думаю подарки, которые мы указываем. Халява.

**86.-Какого рода подарки?**

-Помпы, сейчас у нас макет есть 5 бутылок воды H2O в подарок маленькие 0,275 объём ,плюс есть акция 5 бутылей приобретаешь 6ая в подарк. Есть еще акция : при заказе 5ти бутылей воды можно приобрести кулер бесплатную аренду: то есть пользоваться кулером бесплатно до тех пор пока воду заказываешь в нашей компании.

**87.-Уточню тогда: есть ли какой-то залог пользования бесплатного?**

-Да, залог есть 3 900 рублей для физиков.

**88.-Уточните, как вы сопровождаете клиента после покупки ? Вот вы звоните через сколько-то**

-Через месяц у нас первый звонок клиенту после пробного комплекта. Мы уточняем, всё ли ему понравилось, есть ли какие-то претензии по доставке, по качеству воды. Здесь уже дальше всё зависит от того, как реагирует клиент: если ему всё понравилось, то мы интересуемся, готов ли он оформить заказ, если у клиента есть какие-то жалобы, то мы работаем с возражениями, приносим извинения, компенсации и тд. Всё зависит от ситуации.

**89.-Из акций, которые вы указали, какие самые удачные?**

-Самая удачная акция «комбо натурэль»-это набор из 4х бутылей воды, разная вода6 Архыз, Переяславица, Эльбрусинка и Черноголовка. 1 099 этот набор стоит, скидка у него 53%. По таргету он показал единственный, самый лучший результат. В принципе, все клиенты, которых мы получали с таргета, мы получали на этот комплект.

**90.-Дарите ли вы клиентам именно подарки? В каком случае это происходит? Вне акции.**

-Если не учитывать, что я сейчас перечислила именно в акционном наборе, без акций ничего не дарим. Сейчас ищем подрядчика, который сможет нам реализовать все наши магнитик, ручки и тд, что мы будем доставлять клиенту. На данный момент нет.

**91.-Внедрена ли в вашей компании программа лояльности? Карты, скидки**

-Да, кэшбэк.

**92.-Кроме кэшбэка что-то есть?**

-Кроме кэшбэка нет. А нет, у нас есть при оформлении заказа свыше 1000 рублей, получает клиент сертификат в салон красоты на обёртывание бесплатно.

**93.-Я так понимаю, это брнединг с кем-то конкретным.**

-Да, конкретный салон, конкретный ваучер.

**94.-Ограниченная акция или постоянная?**

-Постоянная. Ну вот уже где-то месяца три они нам постоянно поставляют. Видимо есть от нас какая-то обратная реакция, поэтому продолжают нам поставлять эти сертификаты.

**95.-Расскажите про финансовые условия работ: предоплата, возможные рассрочки, отсрочки платежей, кредиты, скидки.**

-Нет, предоплаты нет, рассрочки нет, отсрочки нет. Оплата по факту получения товара наличными или по карте.

**96.-Практикуете ли вы товар на реализацию или выкуп неликвида?**

-Нет. Вы имеете ввиду по оптовым именно закупкам?

**-вообще и розничную и оптовую возможно**

-Оптовую нет, мы ничего такого не выкупаем, но и не продаём.

**97.-На реализацию отдаёте продукцию?**

-Нет, у нас таких предложений не было, возможно мы бы и дали.

**98.-Каким образом получаете обратную связь от клиентов? Как собираете её?**

-Никак не собирали. На данном этапе сделали всплывающие окна на сайте с просьбой написать электронную почту, для того, чтобы каким-то образом делать рассылку. НА данный период времени вся обратная связь от клиента это только звонок и всё.

**-Обратную связь можно так же собирать посредством какой-то сувенирки, которую вы предлагаете на товаре, то есть там понравилась вода-оставь отзыв и какой-то QR-код, что-то мобильное, что есть на самом товаре.**

-Да, по QR кодам сейчас самая такая фишка и быстро делается. Но это надо к социальной сети привязывать, поскольку у нас СММ специалист только только поступил, запустилось месяц назад. И сегодня она контент план мне скинула по новым постам и историям, по-любому это всё привязывать к аккаунту, всеэти «оставь отзыв», потому что я не знаю есть ли смысл писать на сайт.

**-Можно просто куда-то собирать эти отзывы,а потом просто в соц сети делать скрин касты, прикреплять.**

-Тогда уж проще в яндексе.

**-то есть делать на каком-то сайте, на платформе, создавать аккаунт и туда будут вливаться все отзывы. Либо брать какую-то собственную или распространённую флам и там прикреплять метку на QR код, чтобы человек мог напрямую переходить.**

-Да, QR код надо же ещё куда-то привязать.

**-Ну вот его можно привязать к определённому месту и запустить, потому что даже если мы будем таргетироваться на марку телефона и пробовать эту рекламную компанию, и это будет айфон, допустим, потому что ценовая политика у них выше среднего. То здесь у каждого владельца айфона есть отдельная штука в шторке уведомлений считывание QR кода. То есть даже ничего устанавливать не нужно, это просто опускают в два действия и оставляют отзыв.**

-Да, мы подумаем обязательно над этим.

**99.-Такой момент, что это актуально сейчас может быть. Идём дальше. Как вы контролируете качество?**

-Перед тем, как вода доставляется к нам на склад, она проходит контроль качества, то есть берется проба у воды и только после этого происходит розлив в бутыли. Когда вода на склад поступает, визуально это всё еще раз оценивается жёсткий контроль по сроку годности, естественно.

**100.-Каковы сроки годности?**

-Срок годности год. Если её правильно хранить. В тёмном прохладном месте.

**101.-На текущий момент после ребрединга, есть ли какие-то публикации, статьи в журналах, колонки о компании?**

-нет, потому что копирайтера у нас не было, сео-спецаилиста не было. Сейчас на данный момент сео-специалиста мы нашли, но видимо мы начинаем его заново, потому что человек не совсем хочет активно работать с нами, поэтому эти статьи, про которые вы говорите, это больше к копирайтеру и сео-продвижению. Это сейчас тоже в процессе ищем.

**102.-Как каналы продаж используете ли вы работу с блогерами?**

-Нет, ранее использовали, очень негативный опыт был. Ни одного заказа от блогера не получили, а денег очень много потратили.

**-Просто чаще всего используют бартер иногда это прям фиктивно, учитывая, что это Москва.**

-Может просто время раньше другое было, сейчас что-то изменилось, потому что с блогером мы сотрудничали два года назад, а сейчас действительно всё иначе, раз уж они пользуются таким спросом.

**103.-НУ это прям некие такие эксперты, которые сейчас движут мнением всех вокруг. Поэтому может стоит потом рассмотреть этот момент. Есть ли лицензии, разрешения, сертификаты, которые подтверждают все степени очистки?**

-Да, все сертификаты продукции у нас есть, лицензия на право работы тоже есть.

**104.-На сайте размещена вся данная документация?**

-Сейчас посмотрю.

**105.-так же в соц сети,я вот не посмотрела , у вас в инстаграме есть ли отдельная плашка с этим всем на всякий случай.**

-На сайте есть, в инстаграм нет. Надо сделать, да?

**106.-НУ да, хотелось бы на всякий случай, если мы ещё так будем рекламу предлагать, чтобы люди сразу видели, что они будут покупать. Есть ли на текущий момент отзывы у вас на сайте и где-то на стронних ресурсах?за последние несколько месяцев**

-Яндекс, Гугл и всё

**107.-А сколько примерно отзывов, не знаете?**

-Гугл-4, Яндекс- в районе 15-20.

**-Это после ребрендинга, с того момента, да?**

-Да

**108.-Сможем мы с вами посчитать долю постоянных клиентов и клиентов, которые приходят пот рекомендации, в общей структуре вашей выручки?**

-По рекомендациям в месяц приходят процента 2-3, доля постоянных клиентов по отношению к числу всех наших клиентов процентов 70-80 сейчас уже.

**109.-В разрез по % по выручке: сколько занимают постоянные и е кто по рекомендации приходят?**

-Тысяч 50 по рекомендациям ,остальные 11 млн 800тыс рублей наши постоянные и новые.

**110.-Люди, которые приходят по рекомендации от кого-то, есть ли у вас тут какая-то лояльность?**

-Кто приходит по рекомендации, человек, который порекомендовал ас, получает бутыль воды бесплатно, а человек, который пришёл получает тоже бутыль воды.

**111.-Как- то фиксируется, что человек пришёл по рекомендации? Если допустим это была разовая акция, он купил, потом не пользоваться пол года и придёт опять и скажет, что он по рекомендации.**

-Он не может сказать, что он по рекомендации, потому что когда клиент к нам приходит, мы его заносим в базу данных и в следющий раз он по адресу или номеру телефона, нас система не позволит его ещё раз создать.

**112.-А если номер телефона поменяются ?**

- и адрес. Тогда это будет новый клиент и он сможет придти по рекомендации.

**-Ну то есть теоритически это возможно, как минимум раза три, заказать по рекомендации.**

-Да, на разные адреса с разными номерами телефона клиент может так сделать.

**113.-Сколько времени длятся этапы от момента поступления лида и до того, как он получил бутылку ?**

-Лид поступил сегодня, значит доставка завтра.

**114.-И сколько времени длится каждый этап? Вот звонок не позднее чем через 10 минут**

-Оформление 5 минут, дсотавка на следующий день в удобное для клиента время.

**115.-С момента формирования заявки, он сразу переходит на доставку?**

-Да,конечно.

**116.-Если он заказал предположим в 11 часов вечера на сайте, то всё равно доставят на следующий день?**

-Всё будет зависеть от свободного времени, потому что это конец дня и на завтра возможно всё время уже занято, но если в районе адреса клиента есть свободные машины, то о может получить на следующий день.

**117.-А если нет, то через день получает?**

-Если нет , то через день, да.

**118.-Есть ли у вас ручное производство отдельных элементов?**

-Нет, всё автоматизировано: розлив, колпачки, бутыли.

**119.-Расскажете подробнее про ваш офис? Что это, как он выглядит.**

-Наш офис это 3х этажное здание, которое состоит из кабинетов, в которых работают люди. Собственность компании.

**120.-Это какой-то опэн спэйс, коВорк, как вообще вы работаеет? Как у вас там всё организовано?**

-Просто обычные кабинеты: столы, компьютеры, каждый отдел сидит в своём кабинете. Это не бизес класс, это не центр Москвы. Абсолютно псорелдственный, обычный офис без каких-либо фишек. Лифта нет, консержа нет, кофемашину даже не могут поставить.

**-То что нет лифта это отлично-постоянная физкультура.**

–А то что кофемашины нет- это минус.

**121.-Здесь как сказать: кто кофе не пьёт-о же отлично, соблазна не будет.Есть ли у вас какие-то традиции внутри компании?**

-Да, мы отмечаем праздники: у нас есть корпоративы, новый год, день рождения компании, на дни рождения сотрудников мы собираемся всем коллективом и поздравляем сотрудников. Ну и какие-то такие значимые праздники отмечаем все вместе.

**122.-Так это здорово, завидую, что я удалённый сотрудник. Есть какие-топ рям традиции? Некоторые компании и корпорации применяют фишечки , типо сотый клиент за день и всякие такие мелочи.**

-Раньше что-то подобное былою была доска почёта и тд. Сейчас немножечко от этого отказались, потому что не до этого пока. Пока мы стабилизируемся в оборотах, в рекламе. Надо стабилизироваться в этом, чтобы потом перейти на поощрение сотрудников.

**123.-Есть ли у вас службы безопасности? Охрана?**

-Да ,служба безопасности есть. На моент зачисления сотрудника в компанию, каждый проходить проверку на безопасность.

**124.-Ваш танспорт, он брендированный?**

-Транспорт брендированный, все автомобили- собственность компании. Автомобилей порядка 30.

**125.-Есть ли у вас какие-то секреты, нюансы, ноу-хау, которые больше никто не использует?**

-Нет, не знаю даже что сказать, скорее всего нет

**126.-Есть ли какие-то детали и мелочи в продукции, по которым можно судить о безупречном качестве?**

-Кроме этой медали нет.

**127.-Какие-то серттификации у вас бывают? Может вы приглашаете кого-то для оценки какого-то эксперта или критика.**

-Нет, никогда ничего такого не делали, ни экспертов, ни критиков не было. Только сертификация, которую мы получаем напрямую от производителю от завода. То есть такая стандартная работа, которая у всех есть.

**128.-А в каких-то конкурсах среди воды вы участвуете?**

-Конкурсы сейчас получается, мы будем первый розыгрыш разыгрывать в инстаграм, пробного комплекта натурэль, который показал лучшие результаты у нас по таргету. Сейчас макет подготовится и к концц этой недели будет запуск первого розыгрыша.

**129.-Это вы говорите про ваш розыгрыш внутри компании. А я говорю о конкурсах, допустим, конкурс Московской области среди производителей либо компаний, которые занимаются продажей воды. Такие мероприятия бывают?**

-Нет

**-Что касается вопросов, у меня пока всё на текущий момент, что касается бизнеса. Можем тогда если у вас есть входящие вопросы или предложения, возможно, что вы сами вспомнили о компании в целом можете рассказать, то я вас слушаю.**

-Мне дополнить нечего, мы объективно прошлись по всем моментам, нюанасам.