



ISDEF
INDEPENDENT SOFTWARE DEVELOPERS FORUM

Как продать на 7 миллионов долларов

Ovanes Mikhaylov

Smartii

Зачем я вам это рассказываю

- Не для того чтобы показать какой я крутой
- Не для того чтобы загрузить вас ненужной и нерелевантной информацией об успехах других
- Не для того чтобы повысить вашу мотивацию или стимулировать личностный рост
- Не для того чтобы продать вам мои услуги ...
- Но для того чтобы продать вам мою книгу!:))
- И главное для того чтобы вы увидели принципы б2б –
ентерпрайз –продаж и смогли применить их на практике

— Послушай меня, Эл. У тебя какие-то проблемы. Я понимаю, что без них не бывает. Но так изводить себя, не спать ночами — никуда не годится. Перестань тревожиться. Это тебе не поможет. Посмотри, до чего довели тревоги твоего отца. Они погубили его.

— Но, мама, его же сбил автобус.

— Если бы он не терзался так, то смотрел бы по сторонам, переходя дорогу.

СИСТЕМНЫЙ ПОДХОД В ПРОДАЖАХ

Системный эффект — такой результат специальной реорганизации элементов системы, когда целое становится больше простой суммы частей (Википедия)

10 рабочих, делающих каждый всю иглолку целиком, производят в 230 раз меньше иголок, чем 10 рабочих, каждый из которых выполняет по одной простой операции. Адам Смит пример об иголочной фабрике, XIX век.

В сфере услуг, продаж и других нематериальных процессах создания ценности разделение труда применяется гораздо реже, чем в классическом производстве.

О. Михайлов – «7 Шагов»

Критическая цепь создания ценности

Определить Целевого Клиента (Рынок)

- Мы начали работу в ноябре 2017 года
- У Клиента был бизнес в одной стране и один контракт с телеком оператором в другой
- Клиент хотел развить свой бизнес зарубеж и возможно получить предложение о покупке бизнеса
- Первый вопрос – кто наш целевой клиент и рынок в целом. Поговорили с аналитиками
Решили выбрать Телеком специализацию
- Ближний восток был выбран как целевой рынок

Спозиционироваться на рынке

- Ближний восток особенно но и любой другой рынок – очень зависим от имиджа и известности Рефференсов
- Мы встретились с некоторыми клиентами и партнерами
- Условия сотрудничества были неприемлимыми – типо эксклюзив и за небольшие гарантии и так далее
- Было решено начать позиционироваться на местном рынке
- Был куплен за 10000 долларов пакет сопровождение в крупном журнале
- Интервью с CEO
- Ньюзлетер

Поиск продавца (партнера)

- Продавец – лучше качество чем количество
- Отношеченские продажи vs технологические продажи
- Точный выбор целевого клиента помог нам найти правильного продавца
- Комиссия vs зарплата

Контакт и начало переговоров

- Выбрали 5 целевых клиентов
- Сначала нам сказали что – одного достаточно
- Я принял решение – что должно быть несколько потенциальных клиентов клиентов, у нас нет варианта – проиграть
- К нам приехал первый клиент – результата не было
- Клиент в силу внутренних политических процессов ушел в тень
- Мы сконцентрировались на втором клиенте

Proof of concept

- Начались технические тесты
- Обсуждение ТЗ (Scope of work)
- Множество поездок, переговоров, обсуждений ...
- KPIs, deliverables, Bill of materials. ...
- Процесс затянулся шансы успешного завершения процесса начали сходиться на нет!

Заккрытие сделки

- Камнем преткновения встал пункт об ЭКСКЛЮЗИВНОСТИ
- Мы сказали что для нас важно иметь неэксклюзивное соглашение и хотим подписать также контракт с из конкурентом
- Клиент – почувствовал себя уязвленным и сказал либо мы один либо никто

Deal Nr. 1 done



Deal Nr. 2

Lead nr. 1 прочитали в новостях что мы подписались с компанией lead nr.2 и позвонили нам

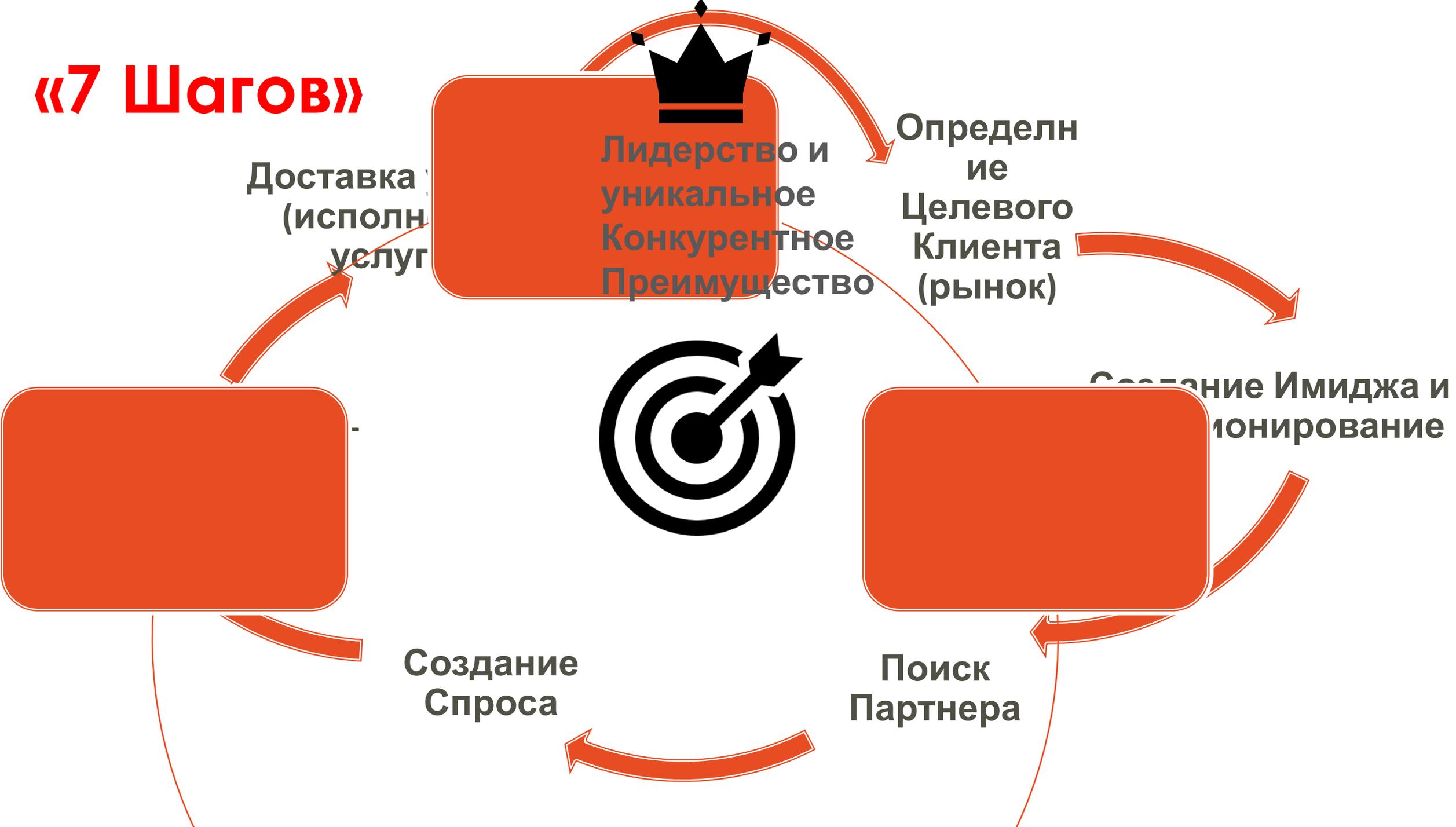
Предложение было такое от которого мы не могли отказаться

Контракт 1) прямые сервисы на 3 миллиона долларов за 3 года

Контракт 2) сервисы клиентам на 4 миллиона долларов на три года

Расхода 150000 длительность 24 месяца

«7 Шагов»



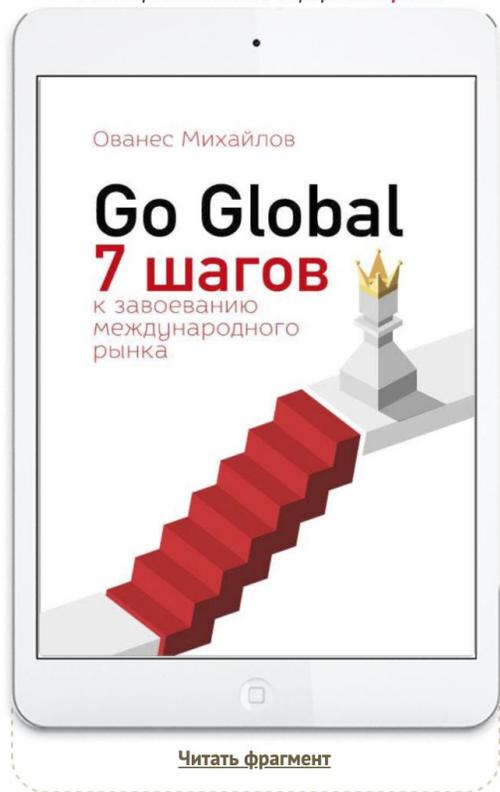
smartii_Clients



POSITIVE TECHNOLOGIES

Книга: СпецПредложение 50%

Электронная книга в формате *push!*



Книгу можно читать с помощью

Тема

[Бизнес-процессы](#), [Менеджмент](#), [Маркетинг](#)

[ГЛАВНАЯ](#) > [КНИГИ](#) > [GO GLOBAL](#)

Go Global

7 шагов к завоеванию международного рынка

Ованес Михайлов

7 шагов к завоеванию международного рынка – это практическое руководство по развитию международных продаж в сфере технологий, услуг и информации.

7 шагов – это эссенция практического опыта и теоретических знаний, изложенная в логически выстроенной цепочке необходимых действий для достижения лидерства на международном рынке.

От первого шага – «успешных локальных продаж» – до последнего «достижения глобального лидерства» – руководители компаний, отделов международных продаж и маркетинга найдут теоретические, методологические и практические рекомендации для планирования и осуществления действий в области международного маркетинга, продаж и стратегического управления.

Эта книга – как рецепт майонеза: все его ингредиенты просты и общеизвестны, однако именно они, взятые в нужных пропорциях и смешанные в правильном порядке, помогут вам построить успешный международный бизнес и избежать ошибок, которые могут привести к серьезным финансовым потерям.

Почему стоит купить эту книгу?

– Это первая книга на русском языке, обобщающая практику и теорию в области международного маркетинга и развития продаж.

– Книга содержит уникальную методологию, представляющую интерес для большинства российских компаний, устремляющихся на интернациональные рынки технологий, услуг и информации.

~~1158 Р~~ **579 Р**

 В КОРЗИНУ

VISA



ROBO

Thanks
Спасибо
Gracias
Obrigado
شكر

Smartii

Ovanes Mikhaylov
ovanes@smartii.biz