

Спецкурс #Бизнеспрорыв

5: Продажи и дожим

клиента



ПРОРЫВ!



Программа занятий:

- 21 янв – Планирование и маркетинг Прорыва
- 28 янв – Управление по показателям
- 4 февр – Упаковка бизнеса
- 11 февр – Привлечение траффика
- 18 февраля – Продажи и дожим клиентов
- 25 февр – Выполнение заказов + Система
- 4 марта – Выезд на загородную базу, тема – Практикум нетократии
- 11 марта – Выпускной

- + мы как обычно придумаем что-нибудь интересное))))))



Персональный разбор

- Домашние задания
- Ответственность




+ 7 (920) 056-99-44
vk.com/kudasov.petr

7 дек 2016

Как создать мафию в 300 человек и получить бесплатный капучино? ☺

Настало время офигительных историй)) И если вы осилите её, то с меня подарок - бесплатная чашка капучино. ☺ Я не шучу))) И уже договорился об этом для вас.

Показать полностью...



#проектпрорыв – Гимн "Прорыва!" 2:41

Тренинг-интенсив Проект "Прорыв"
page26550.bmbullet.ru

Мне нравится 542 167 55 комментариев

Домашние задания общие, №1:

- Суть: Написать продающую историю, собрать на неё 30 репостов
- Форма: Скриншот
- Ответственность: 300 приседаний

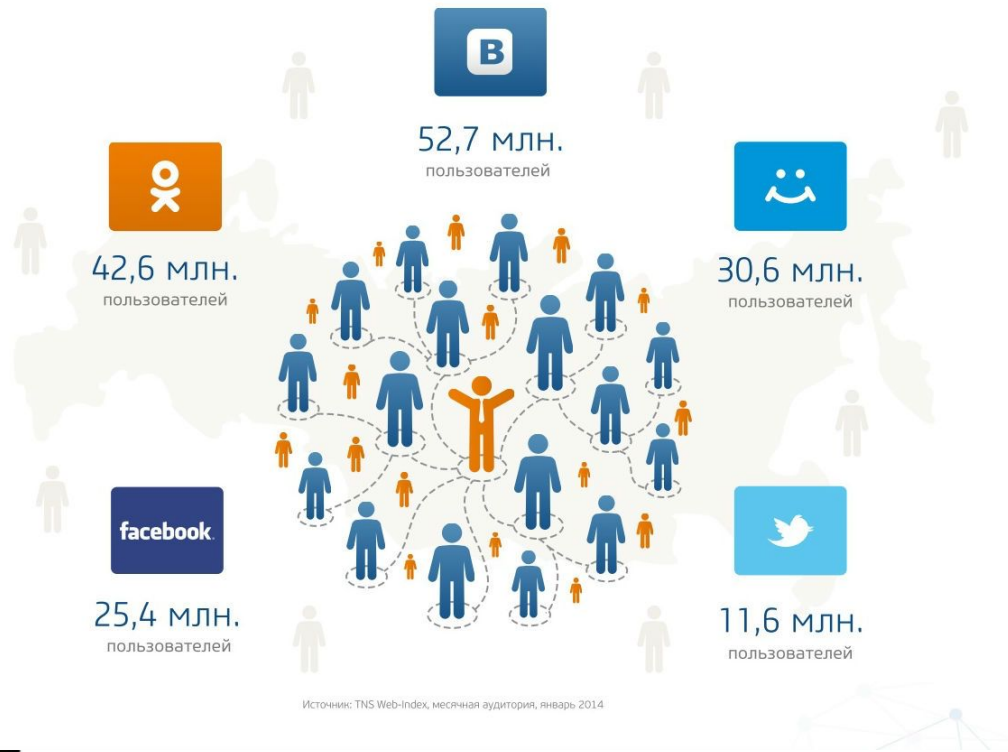
Домашние задания общие, №2:



- Суть: Показать 6 СМСок за каждый день с отчётом за касания-обращения-продажи-выручку в день
- Форма: Скриншот
- Ответственность: 10 минут Орла

Домашние задания общие, №3:

- Суть: Получить 200 переходов на сайт с соцсетей
- Форма: скриншот по метрике
- Ответственность: 100 Jumping Jack



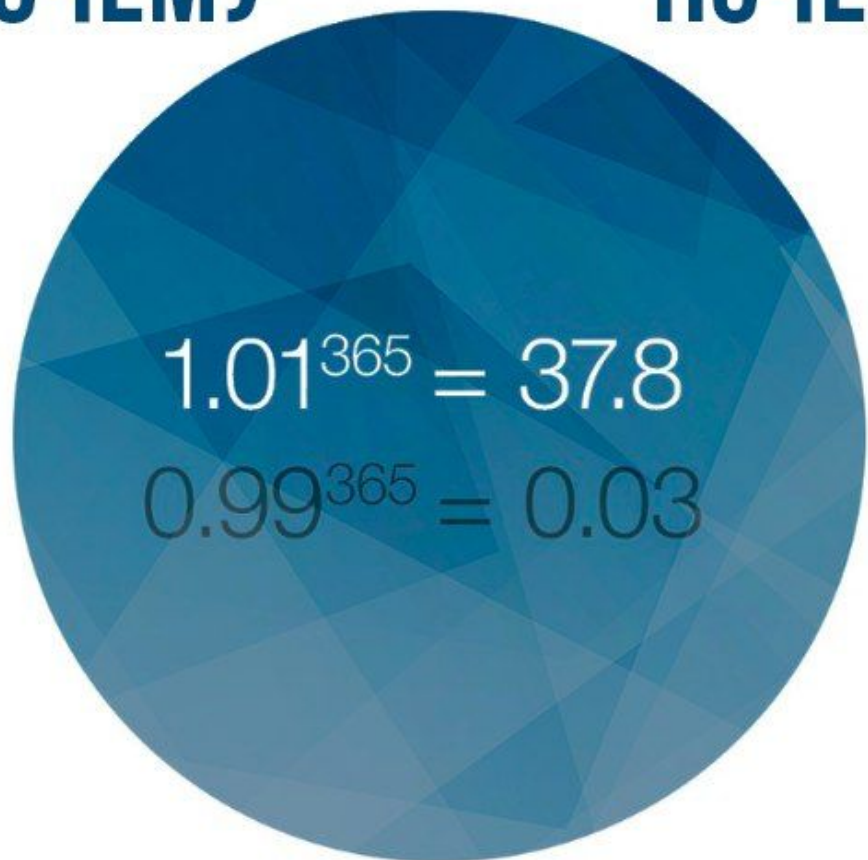
Домашние задания общие, №4:

- Суть: Зафиксировать улучшение веса от 1 кг и лучше
- Форма: еженедельно вес такой же или меньше
- Ответственность: 5 минут «стульчика»



ПОЧЕМУ

ПОЧЕМУ



НУЖНО ДОВОДИТЬ ДЕЛО ДО КОНЦА

Результат дня 5:

- Созданы чек-листы контроля продавцов
- Подключена CRM-система
- Создан скрипт компании
- 10 фишек Дожима клиентов
- 10 фишек дожима продавцов



Собрали ЦА и что дальше?

- Работа с базой
- 2Q1D
- Обработка потока лидов = приоритет

База клиентов

- **Горячие** – звонки, приведи друга, купи ещё
- **Тёплые** – звонки, встречи, презентация, видео,
- **Холодные** – рассылка, welcome-звонок, flash-sale
- **Входяшки** – быстрый перезвон, СМС, видео,
- **Повторники** – держать в курсе, новые продукты, приведи друга, купи ещё
- **Дорогие клиенты** – ТОП-менеджеры, звонки, Direct mail, исследование

- **Отказники** – рассылка, автообзвон, ретаргетинг
- **Мусорные заявки** – тест-драйв новичков, рассылка
- **Вредители** - рассылка, автообзвон

- Чем качественней лид – тем плотнее работа, чем хуже – тем больше автоматизма

Шаг – быстрый перевод в горячее состояние

+ 7 (920) 056-99-44

vk.com/kudasov.petr

 **ПРОРЫВ!**

**АКАДЕМИЯ
ПРОДАЖ**

Технология 2Q1D:

Растим то, что быстрее и проще вырастить:

- **Количество**

- Планы
- Контроль показателей / Наглядность / Частота контроля
- Соревнования
- Планёрки
- Больше людей

- **Качество**

- Обучение
- Работа с Портретом клиента/Продуктом/Предложением

- **Изменение бизнес-процесса**

- Реорганизация структуры и ролей в отделе продаж
- Создание параллельного отдела продаж



Расставляем приоритеты:

		Потребность Боль	s	t	
80%	A	+	+	+	↕
19%	B	+	+	-	
1%	C	+	-	+	
					-

+ 7 (920) 056-99-44
vk.com/kudasov.petr

Чек-лист контроля продавцов:



- Дисциплина: время/уважение/слово/письмо
- Лояльность
- CRM: информация записана, этап отражён, задача стоит
- Выполнение нормативов дня/недели/месяца
- Оплата по факту закрытия акта
- Выборочная проверка истории браузера
- Прослушка 3х звонков менеджера в неделю



Зачем контролировать:

- Чем чаще контролируем – тем чаще можем улучшать процесс оплаченной вами работы:
 - 1 раз в месяц
 - 30 раз в месяц
 - 60 раз в месяц
- Отсутствие контроля = провокация на лень
- Куда внимание – там рост

СПЕЦИАЛИСТ ОТДЕЛА ПРОДАЖ



В ОФИСЕ



НА ВСТРЕЧЕ С
КЛИЕНТОМ

Что контролируем?

Продавец:

- Продажи сегодня (факт)
- Продажи завтра (прогноз + декомпозиция)
- Что можно сделать для ускорения сделок?

РОП или КД:

- Больше продаж сегодня
- Больше продаж завтра
- Твёрдое улучшение системы работы

Включаем CRM-систему:

Какие бывают?

- 1С
- Sales Force
- Мегатлан
- Битрикс
- АМО
- Quick Sales
- Pipedrive
- Самописная
- Terrasoft
- Mango CRM



CRM online by amoCRM. Web based hosted CRM for small business lead & sales pipeline management for B2B — amoCRM

Воронка Список Еще ДОБАВИТЬ СДЕЛКУ

Название сделки	Основной кон	Компания контакта	Статус сделки	Бюджет
Администрирование ОУД	Виктор Орлов	ООО "Local Media"	Первичный контакт	140 000 руб
Внедрение 1С	Виктор Орлов	ООО "Local Media"	В процессе	300 000 руб
Автоматизация отчетности	Валентий Ефре	ООО "ЛидерСтрой"	Переговоры	100 000 руб
Почтовый сервис	Валерий Бойко	ООО "Живой азот"	В процессе	31 000 руб
Создание сайта на bitrix	Анна Степанов	ООО "Хорош водам"	В процессе	46 000 руб
Контекстная реклама	Владим Никитин	ЗАО "Follow Fashion"	Переговоры	0 руб
Технологический ИТ-аудит	Владим Азаров	ООО "Восток"	В процессе	36 000 руб
Обслуживание сетевых оборудования	Олег Кондрать	УИТЕРКОМ	Первичный контакт	42 000 руб
Администрирование ОУД	Алексей Павлов	Банк Русский Станд	В процессе	23 000 руб
SEO-оптимизация	Иван Михайло	ООО «ТЕХНОСТРОЙ»	Переговоры	17 000 руб
100 Интернет-реклама для сферы услуг	Дмитрий Кудин	ООО «Облаки»	Переговоры	36 000 руб
Аутсорсинг Service Desk	Петр Ливин	Q&P engineering	В процессе	24 000 руб
Обслуживание ВКС	Илья Шаламов	ООО "Живые пары"	Переговоры	45 000 руб
Автоматизация бизнес-процессов	Виктор Орлов	ООО "Local Media"	Первичный контакт	95 000 руб
IT-реклама для оптовой торговли	Анна Карасев	ООО "QuickStart"	Принимает решение	39 000 руб
Создание промо-сайта	Александр Вел	ООО «Братья Гамми»	Принимает решение	25 000 руб
Развитие корпоративной ИТ-системы	Екатерина Бел	ООО «МирМикроОд»	Переговоры	50 000 руб
Сопровождение системы виртуализации	Леонид Савенко	дата-центр PFT	Переговоры	33 000 руб
Обслуживание POS-системы	Елизавета Пес	Инженерные систе	В процессе	11 000 руб

Включаем CRM-систему:

АМО CRM

- От 495 руб/аккаунт/месяц
- Корректировка этапов
- Множество плагинов

Идеальна для микробизнеса с простым циклом работы с клиентом до 3х аккаунтов

+ 7 (920) 056-99-44
vk.com/kudasov.petr



Скрипт звонка

Холодный звонок = best practice,
кратчайший путь

Входящий = максимизация отдачи от
рекламы

- Не работает без внедрения
- Контроля
- Дополнения

Этап продажи

Знакомство

Классификация клиента

Выяснение потребностей

Презентация решения

НЕ менее трёх заходов на запись на результат!

Работа с возражениями

Завершение «сделки»

Скрипт входящего звонка: Структура

Обратите внимание:

1. Много закрытий на разных этапах
2. Классификация лида:
 1. Интерес
 2. Бюджет
 3. Срок
3. Ясность целевого действия
4. Чек-лист
5. Минимальный набор действий
6. Техника «крюка»

Группа компаний «ЕвроДом»



Чек-лист приема входящего звонка

Имя и фамилия	Укажите результат работы	Да	Нет
Знакомство	<p>Добрый день, компания «ЕвроДом», ИМЯ.</p> <ul style="list-style-type: none"> Сразу вас! <p>Если клиент уточняет по любым вопросам, предложениям. Как в итоге к вам обратиться? (Сделать пометку)</p>		
Классификация клиента	<p>Хорошо! Давайте уточним несколько моментов:</p> <ul style="list-style-type: none"> Какой район рассматриваете? Какой метраж? Каковы стадии строительства? Отлично! В вашем случае лучше приехать в демонстрационный дом и увидеть всё своими глазами. Когда вам будет удобно подъехать? Сегодня? Завтра? 		
Важные моменты	<p>Поговорить медленней! Следить за скоростью и четкостью речи!</p>		
Выяснение потребностей	<p>(Имя), давайте:</p> <ul style="list-style-type: none"> Для чего вы приобретаете? В какой срок планируете покупку? Вы по каким-то конкретным критериям выбираете? На какой размер рассчитываете? 		
Презентация решения	<p>Проблема клиента (формулировка):</p> <ul style="list-style-type: none"> Лучше один раз увидеть, чем сто раз услышать. Метафора: вы же прежде чем заложить/настроить/поставить комплект – сначала примеряете, верно же? Клиентское мнение вы сможете получить только после просмотра Презентация – так мы быстрее разберемся в вопросе, что именно вам важно. Посмотрите пожалуйста, соседний район. Хотите – возьмем с собой. <p>Аргументы по конкретному дому (даны 2-3 аргумента). Связь со строим (название объекта), где дома:</p> <ul style="list-style-type: none"> Находится в удачном районе, рядом с объектом инфраструктуры. Это позволяет вам (выгода) Дом сделан из (материал) благодаря чему он будет (выгода) Если вы решили поехать до, то лучше приехать из авто и посмотреть, как все выглядит. Тогда мы бы показали по вам нужное и могли бы подобрать конкретно под вас варианты, когда вы стартуете. <p>Аргументы о самой компании (даны 2-3 аргумента). Смотрите на данный момент мы:</p> <ul style="list-style-type: none"> Являемся крупнейшим застройщиком малоэтажного строительства в области Степень только из самых надежных долговечных материалов С нами сотрудничают ВСЕ Банки: Сбербанк, ВТБ-24 и многие другие У нас лучшие цены на рынке, от 50 тысяч в квадратный метр У нас есть парковочный дворик на дома – 2 года Во всем нашем доме идут бесплатные парковочные места 		

Группа компаний «ЕвроДом»



	<p>Быстрые вопросы после презентации:</p> <ul style="list-style-type: none"> Но вам лучше приехать и посмотреть сам дом. На какие дни планируете? Завтра – удобно? 		
Работа с возражениями	<ul style="list-style-type: none"> Задать вопросы клиенту Удерживать и направлять в разговорные и разговорные ищите, а не он получает информацию у вас Скажите, всё ли понятно? Уточнить ещё что-то? <p>Вопрос после встречи: как вы оцениваете встречу?</p> <ul style="list-style-type: none"> Так на какое время планируем встречу? 		
Завершение встречи	<p>не тратить время – приехать к нам и увидеть всё своими глазами. Посмотрите объект.</p> <p>Позвоните с конкретными вопросами.</p> <p>(Сделать пометку) Хотите дату, время посещения? Конкретно? Когда вы уедете в авто?</p> <p>По какому номеру мы сможем связаться с вами? (Сделать пометку с номером)</p> <ul style="list-style-type: none"> ИМЯ, Хорошо, приветим вас решение, ждем вас у нас в «ЕвроДом»! (Сделать пометку) Обязательно в Графике переговоров о дате посещения клиенту (с указанием даты посещения, время, объект) – в Днев. в. встречи. 		

Важные акценты при общении с клиентом:

- Главная цель продаж при приеме звонка – пригласить клиента на встречу в офис или на объект.
- Каждый 15й звонок в вашу компанию – это сделка, но вы не знаете кто из позвонивших заключит ту самую сделку.
- У вас всегда есть 2 варианта увеличить продажи: или привлечь больше денег в рекламу и получить больше входящих звонков, или лучше работать по обработке качества входящих клиентов.
- Говорите с клиентом образно, картинками: клиент получает только при сопереживании эмоциям и переживает личные ощущения. Используйте в речи больше слов-переживаний и прилагательных, ориентировочно характеризующих детали будущего жилья.
- При этом говорите конкретней: называйте цифры, конкретные примеры и истории что произошло на вашей практике. Клиентам нравится конкретика а не общие обтекаемые фразы-штампы.
- Продавайте клиентам свое заинтересованность и увлеченность объектом – клиент чувствует вашу уверенность и заражается ей.
- "Уточняйте" раздельными аргументы в пользу покупки в **конкретных, фактурных** раздельных аргументах, так вероятность продажи значительно повышается.
- Чем проще ты говоришь – тем проще это воспринимается клиентом. Главное чтобы это звучало адекватно ситуации и собеседнику.
- Помните, что есть 4 типа аргументов для переговоров:

Группа компаний «ЕвроДом»



- Аргументы ВМГОДИ: всё что касается экономики или цены, условий и акций, разгонки.
- Аргументы КОМФОРТА: всё что касается клиентоориентированности и личности процесса работы, удобства работы с вами и сервисом.
- Аргументы СБЫТЦА: аргументы простота и звучная баночка поставщика/клиента
- Аргументы БЕЗОПАСНОСТИ: насколько безопасно и прозрачно работать с нами.
- Уже купившие у вас клиенты приводят в вам до 15% новых покупателей. Бесплатно, без рекламных вложений
- Для увеличения прибыли вы можете повысить на один из 5 показателей:
 - Максимальность сделки: увеличив цену и себестоимость объекта строительства
 - Число входящих заявок в компанию: а для этого вы или же выделите размер рекламного бюджета или работая с клиентской базой. Клиентская база – это возможность дожать старых некупивших или недоквашивших клиентов, организовать для них **специальную презентацию** с двойными покупателями и вашими предложениями
 - Средний чек: для его увеличения стоит или адаптировать продажу дополнительных товаров/услуг или предложить, снизить скидки при покупке скидочных товаров. Или формировать товарные пакеты под разные группы клиентов.
 - Возвратность клиента после покупки: ваш клиент может вернуться сам или привести своих друзей/родственников/знакомых.
 - Для этого требуется СПРОСИТЬ клиента рекомендовать кого-то еще вы можете быть интересно жить в наших районах.
 - Собрать и опубликовать отзывы: письменные, видеозапись, фотографии со сделанных домов.
 - Проводить клиентские мероприятия для своей клиентки и тем, кто еще колеблется.
 - Через сервис и качество работы с купившими клиентками. Он будет создавать положительный эффект сарафанного радио.
 - Качество обработки заявок: использование скрипта и уверенной настрой на продажу
- Из 10 позвонивших клиентов:
 - Один клиент уже "гаранти" и купит сразу же
 - Двое не купят никогда.
 - Три клиента купят через 2-5 часовых общения с вами.
 - И четверо будут сомневаться дольше всего, постепенно приходя к вам и покупая после **афиширования** вами.
- На тренинге мы просчитали сколько денег рекламе мы потратили чтобы человек сделал интересную нам действие (цифры взяты с слов участника тренинга и могут не соответствовать реальности с высокой точностью):
 - Цена одного входящего звонка: более 3 750 рублей
 - Цена встречи клиента: 15 000 рублей
 - Цена одной сделки: 150 000 рублей

Группа компаний «ЕвроДом»



- В бизнесе нет понятия КЛИЕНТ – есть конкретный представитель той или иной целевой клиентской группы. СЛТ – это группа клиентов созданная по сегменту и интересам. На нее действует специфические отклики от других рекламные предложения и каналы коммуникации.
- При общении с клиентом уделяйте больше внимания ВМГОДИ: клиенту от покупки жилья, чем только с физическими характеристиками (этажность/дома). Клиент делает не клиенту, а не на продукты.

22 октября, 14 октября 2016
 Кудасов Петр (www.kudakov.net)

Группа компаний «ЕвроДом»



Технология работы по системному улучшению качества входящих звонков для компании «ЕвроДом»

Для улучшения числа заявок на показ объектов и скорейшего достижения результатов продаж (далее - РОП) необходимо выполнить следующие действия:

- Один раз в неделю РОП выгружает по 50 заявок переговоров каждого менеджера по продажам и прослушивает их.
- Прослушивание производится с чек-листом Обработки входящего звонка, представленного в документе выше. Менеджер по продажам выполняет целевые действия при звонке или

1. Перечень скриптов

Smart Team



Скрипт исходящего звонка: Структура

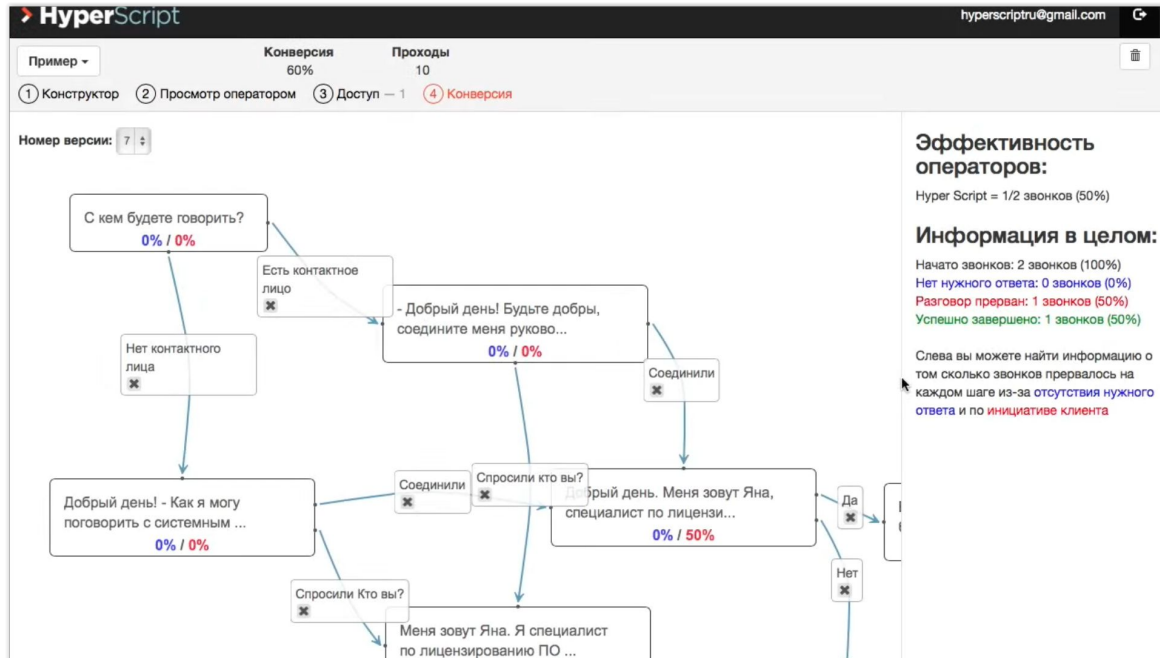
Обратите внимание:

1. Вопросы
2. Команды
3. Обоснование
4. Простота = Напрямик
5. Экспертность = свой/чужой
6. Понимание следующего этапа

1. Перечень скриптов



Формат скрипта:



- В голове
- Видел где-то
- Бланк перед глазами
- <https://hyper-script.ru>
- <http://www.script-on.com>
- Всплывающие подсказки

Дожим клиента:



1. Какой вопрос надо решить, чтобы?
2. Цена непринятия решения = упущенная прибыль
3. Жалость / осталось до плана или отпуска
4. Прожим = выставляю счёт?
5. Взятие обязательств
6. Бонус за покупку
7. Рост цены
8. Ограничение товара в единицах/по времени
9. Пригласите всех ЛПР
10. Логика «клиент уже купил»

НАСТАЛО ВРЕМЯ



л?

ОХРЕНИТЕЛЬНЫХ ИСТОРИЙ :)

YAPLAKA.COM

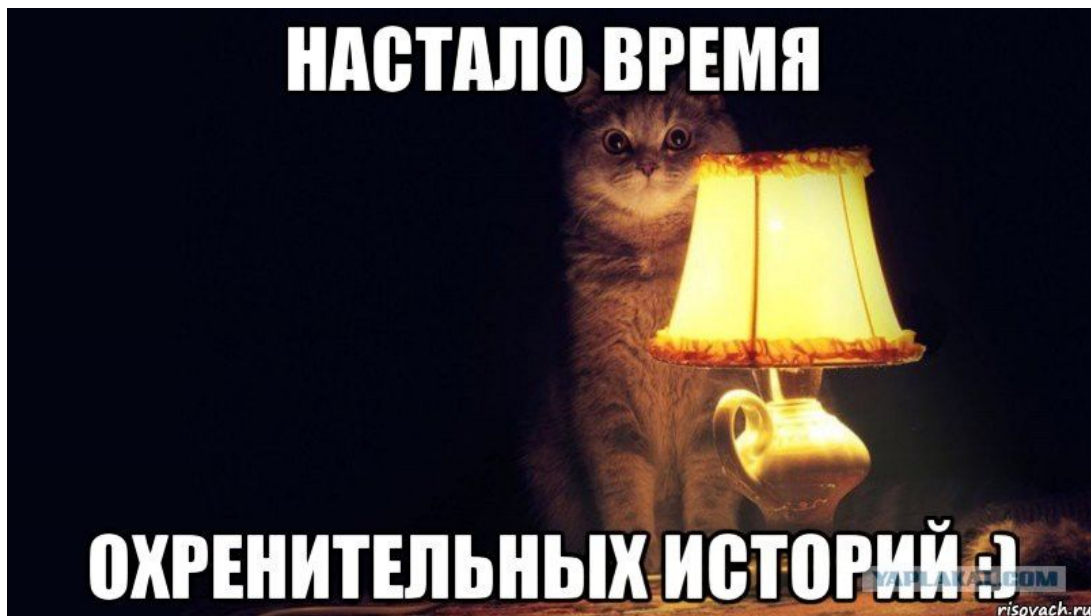
risovach.ru

+ 7 (920) 056-99-44
vk.com/kudasov.petr

ПРОРЫВ!

АКАДЕМИЯ
ПРОДАЖ

Продажа идеи продавцу:



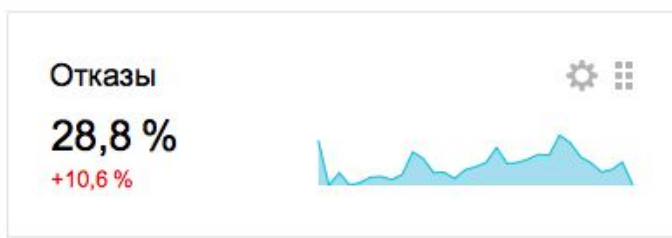
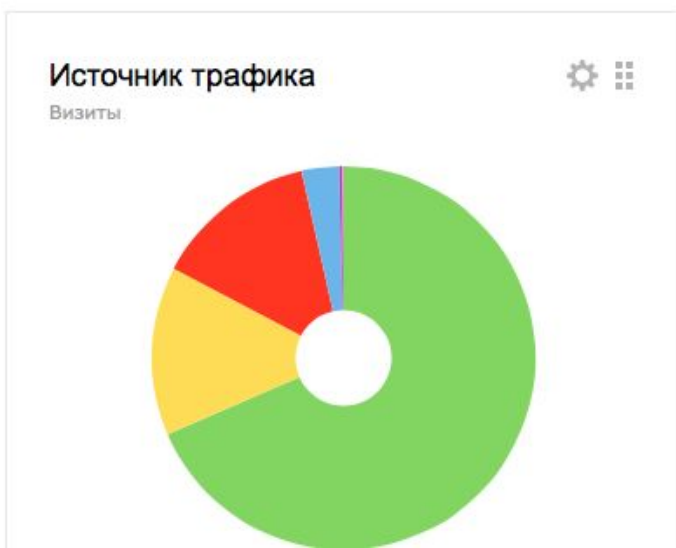
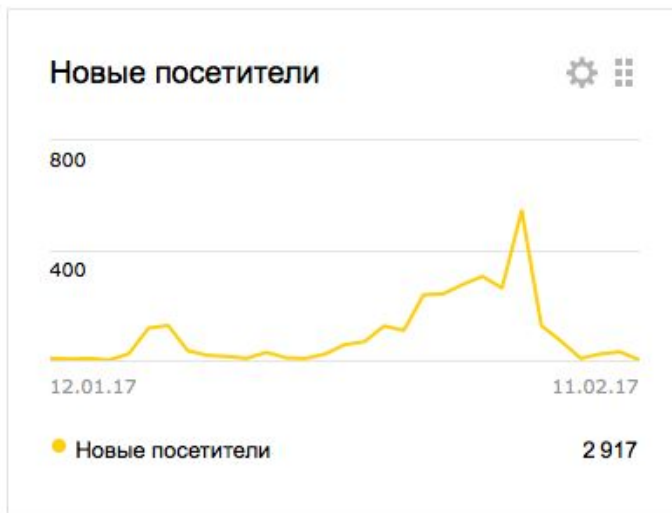
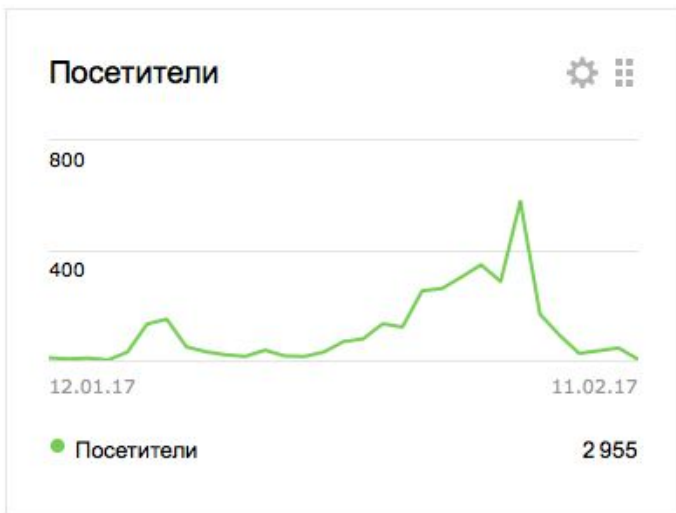
1. Замер карты рабочего дня
2. Не покупают = А что когда сделал? Давай разбираться!
3. Декомпозиция
4. От 3х менеджеров = белая продающая ворона
5. Давай вместе
6. Игра
7. Прослушка записи звонка
8. Уважение лучших, культура
9. Результат = уровень менеджера
10. План персонального развития

- Сводка
- Отчёты
- Карты
- Вебвизор
- Сегменты
- Настройка

Прорыв ▾ proryv.biz • 34738960

Сегодня Вчера Неделя **Месяц** Квартал Год 12 янв — 11 фев 2017 Детализация: по дням ▾

+ Создать виджет Библиотека виджетов



Адрес страницы

Адрес страницы	Просмотры
proryv.biz/	2 114
proryv.biz/?type=context&source=...	123
proryv.biz/?type=context&source=...	113
proryv.biz/?type=context&source=...	111
proryv.biz/?type=context&source=...	63
proryv.biz/?type=context&source=...	46
proryv.biz/?type=context&source=...	41
proryv.biz/?type=context&source=...	37
proryv.biz/?_ym_debug=1	30
proryv.biz/?type=context&source=...	27

Последняя поисковая фраза

Последняя поисковая фраза	Визиты
---------------------------	--------

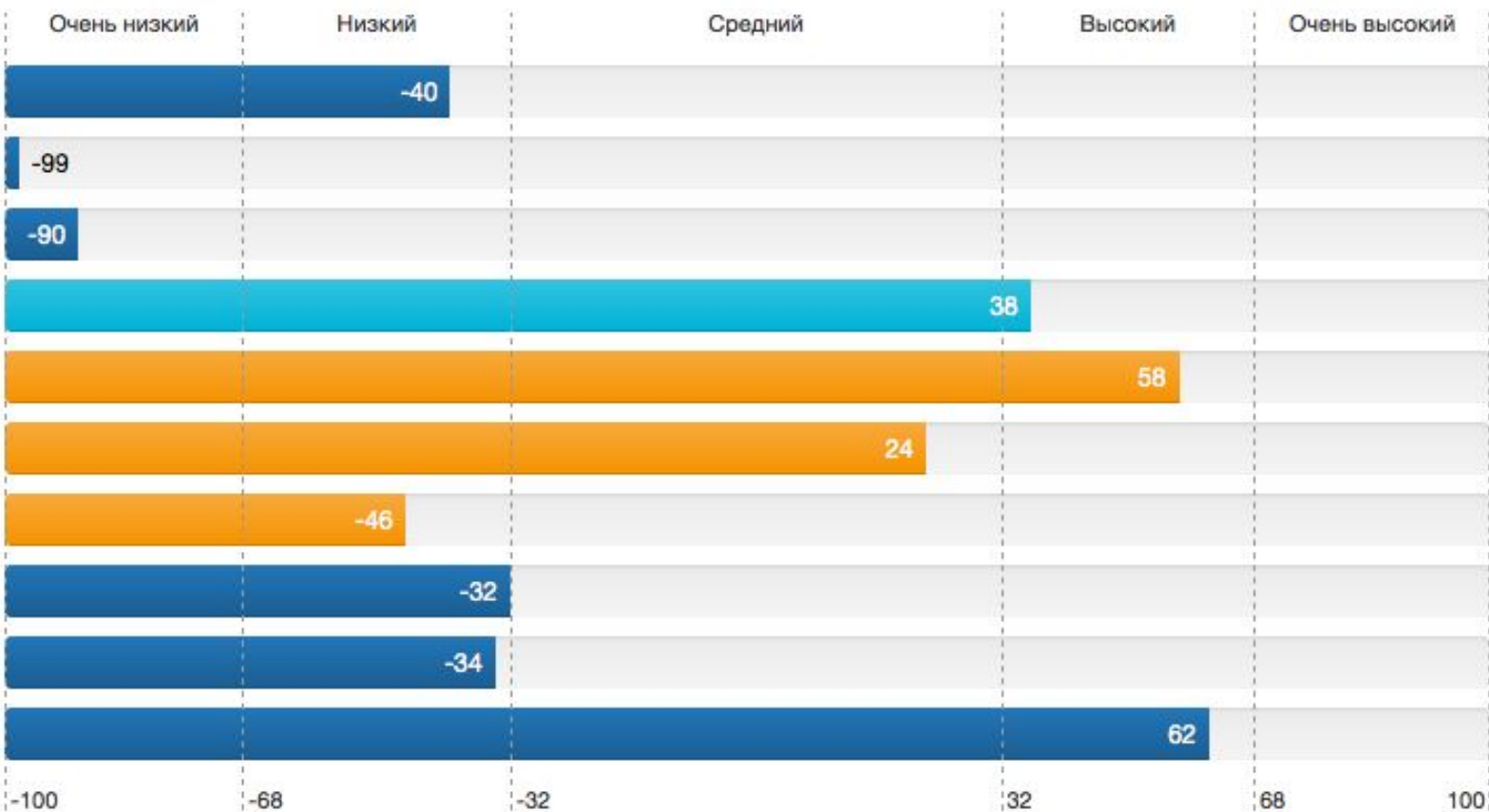


Персональный разбор

- Домашние задания
- Ответственность

+ 7 (920) 056-99-44
vk.com/kudasov.petr

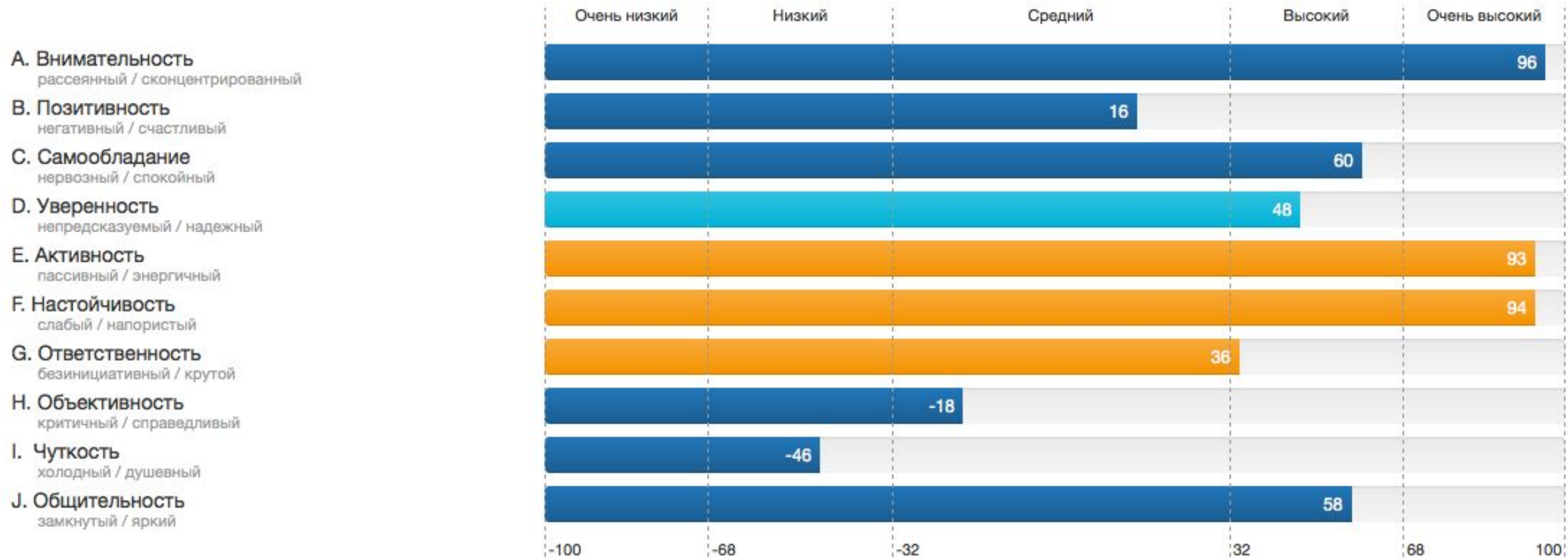
- A. **Внимательность**
рассеянный / сконцентрированный
- B. **Позитивность** ⚡
негативный / счастливый
- C. **Самообладание**
нервозный / спокойный
- D. **Уверенность**
непредсказуемый / надежный
- E. **Активность** ⚡
пассивный / энергичный
- F. **Настойчивость**
слабый / напористый
- G. **Ответственность**
безинициативный / крутой
- H. **Объективность**
критичный / справедливый
- I. **Чуткость**
холодный / душевный
- J. **Общительность**
замкнутый / яркий



Информация о заполнении

Ответы «Может быть»: 36

Время выполнения: 00:35:29



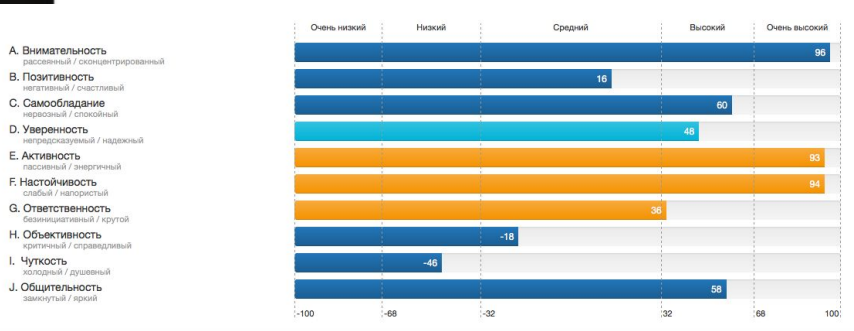
Информация о заполнении

Ответы «Может быть»: 2

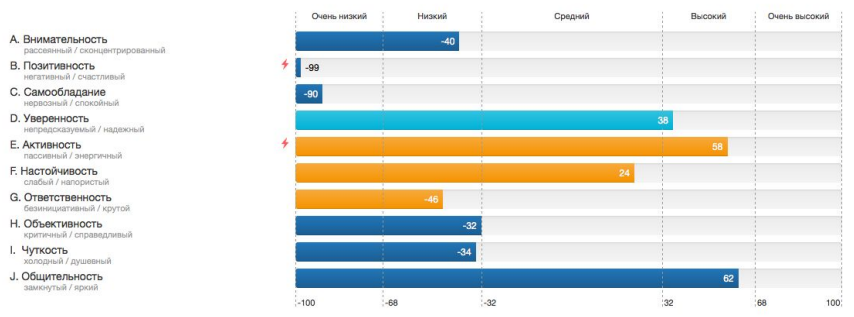
Время выполнения: 00:22:30

Домашние задания общие, №1:

- Суть: принести 5 скриншотов разных сотрудников hr-scanner
- Форма: Скриншот
- Ответственность: 100 бёрпи

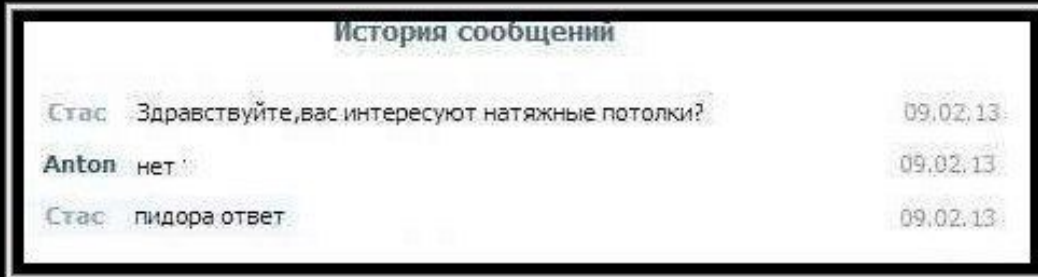


Информация о заполнении
Ответы «Может быть»: 2
Время выполнения: 00:22:30



Информация о заполнении
Ответы «Может быть»: 36
Время выполнения: 00:35:29

Домашние задания общие, №2:



Лучший менеджер по продажам

smspunk.ru - приколы социальных сетей

- Суть: Принести проверенный скрипт звонка
- Форма: документ в ветке
- Ответственность: 10 минут Орла + К общему столу на 1000 р

+ 7 (920) 056-99-44
vk.com/kudasov.petr



Домашние задания общие, №3:

- Суть: Показать скриншот заполненной CRM-системы
- Форма: скриншот
- Ответственность: 200 пресса



Домашние задания общие, №4:

- › Суть: Прописать топ-5 возражений и ответов на них
- › Форма: Текстовый вариант
- › Ответственность: 5 минут «Электростул»

Домашние задания общие, №5:

- Суть: Зафиксировать улучшение веса от 1 кг и лучше
- Форма: еженедельно вес такой же или меньше
- Ответственность: 5 минут «планки»





 **ПРОРЫВ!**

Автор: Петр Кудасов

БЛАГОДАРЮ
ЗА ВНИМАНИЕ!

+7 (920) 056-99-44

<https://vk.com/kudasov.petr>

<http://proryv.biz>

