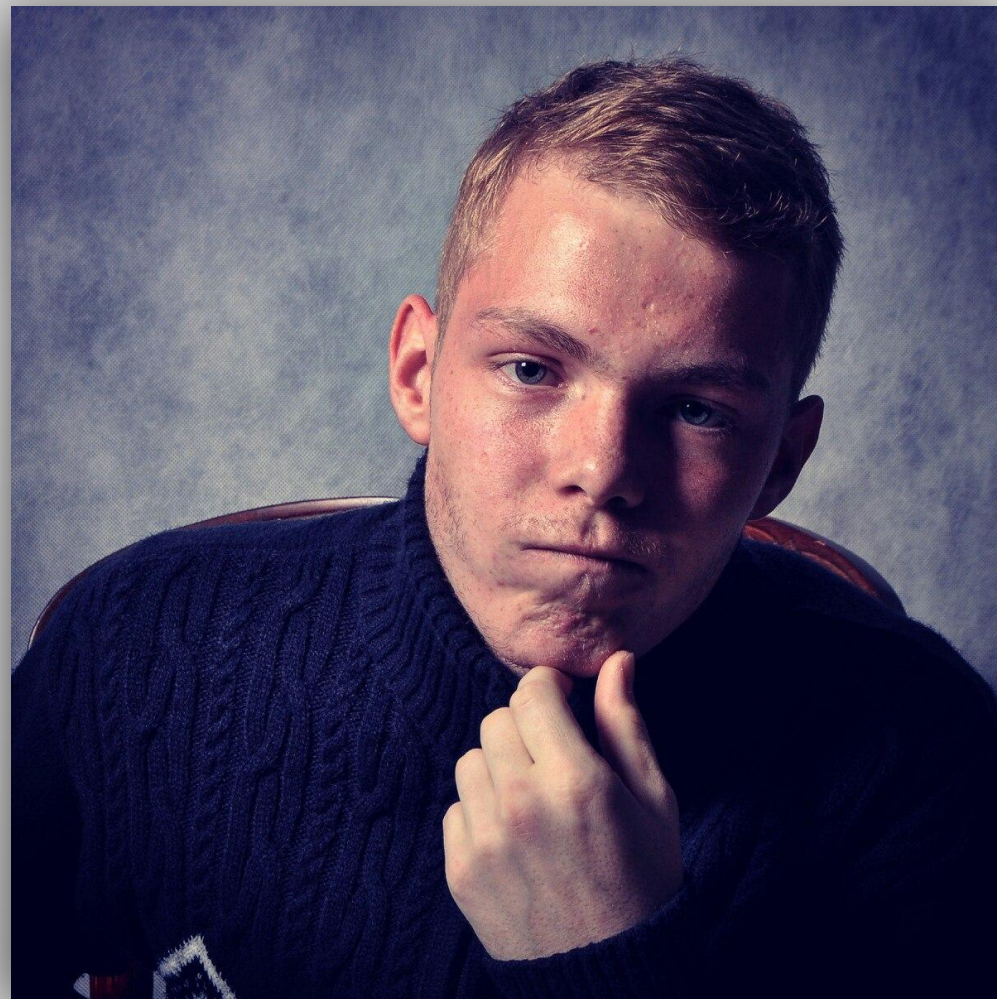


Продажи – сердце бизнеса

Илья Полодыев (*Андрей
Марченко*)

- **Опыт продаж:**
ООО «Связной Ритейл»
Магазин НЕФТЯНИКОВ
Проект Армия
- **Объем выручки с розничных продаж:** >200000 т.р.
- **Реализованные проекты:**
Магазин НЕФТЯНИКОВ



- Зачем вы здесь?
- Что вы хотите получить?
- Что вы готовы сделать в данный момент, чтобы получить максимум от тренинга?



E 117 CA 48 RUS

PRIMA DONNA BANANAS
Product of Ecuador
PRIMA DONNA BANANAS

Продажа – процесс выстраивания взаимовыгодных отношений между клиентом и компанией (клиентом и продавцом)

Что получает наш клиент, приобретая наш продукт?





● Владелец бизнеса и хороший продавец должен:

1. Знать историю компании
2. Знать свой продукт
3. Пользоваться своим продуктом
4. Советовать свой продукт близким
5. Знать фундаментальную основу продаж
6. Быть приятным/опрятным
7. Знать идеальный портрет своей Целевой Аудитории
8. Всегда искать Потенциальных Клиентов
9. Взаимодействовать с ЦА

Формула прибыли:

Л * К * СЧ * М * LTV

↓
Лиды

↓
Конверсия

↓
Средний
чек

↓
Маржинальность

↓
Время жизни
клиента

- Лид - потенциальный клиент, тем или иным образом отреагировавший на маркетинговую коммуникацию.
- Конверсия - соотношение среди людей, оплативших услугу, и Лидов
- Средний чек - сумма всех совершенных клиентами покупок за определенный период времени, деленная на количество **чеков**
- Маржинальность – Отношение прибыли к суммарным издержкам на производство и сбыт продукта
- LTV -это совокупная прибыль компании, получаемая от одного клиента за все время сотрудничества с ним (пожизненная стоимость клиента)

Статистика продаж за 40 часов полной работы над лидами

$$Л * К * СЧ * М * LTV = 12675$$

↓
130

↓
3%

↓
5000

↓
50%

↓
1,3

Статистика продаж за 200 часов полной работы над лидами

$$Л * К * СЧ * М * LTV = 63375$$

↓
650

↓
3%

↓
5000

↓
50%

↓
1,3

Статистика продаж за 200 часов полной работы над лидами

$$Л * К * СЧ * М * LTV = 105625$$

↓
650

↓
5%

↓
5000

↓
50%

↓
1,3

- Лиды = Реклама
- Конверсия = Продажи
- Средний Чек = Ценообразование
- Маржинальность = Издержки
- LTV = Отношения с клиентами после продаж

Продажи – СЕРДЦЕ БИЗНЕСА

Совет 1

Занимайтесь активными продажами!

1. Холодные звонки
2. Тёплые звонки
3. Рассказ друзьям
4. Продажа на улице
5. Рассылка/постинг

Совет 2

Повышайте рекламный бюджет!

- Определите свою ЦА
- Поймите, какие каналы трафика самые рабочие
- Не жалеете денег на рекламу
- Ведите статистику рекламы
- Прогнозируйте рекламный бюджет
- Планируйте и имейте в наличии рекламный бюджет на 2-3 месяца вперёд

Совет 3

Ведите статистику и прогнозируйте!

$$V * K1 * K2$$

Взаимодействия /
Количество
обработанных
потенциальных
клиентов (ОПК)

Конверсия из
ОПК в Заявку

Конверсия из
Заявки в
Продажу

Взаимодействия:

1. Реклама
2. Тёплые звонки по полученным контактам
3. Холодные звонки
4. Рассказ знакомым

Лайфхаки для увеличения

КОНВЕРСИИ

Обслуживайте по ТЕЛЕФОНУ

- Всегда разговаривайте с клиентами по ЗВОНКУ, без переписок. Этократно увеличит ваши продажи.

CRM - система

- Внедрите CRM – систему, если чувствуете, что время обработки одного клиента более 1 часа
- Если время обработки клиента менее часа – составляйте базу данных о клиентах для массовых рассылок
- Внедрение подобных систем и таблиц существенно увеличит вашу конверсию

Пишите скрипты

- Скрипт входящего звонка
- Скрипт исходящего горячего
- Скрипт исходящего тёплого
- Скрипт исходящего холодного

Техника 5 звонков

- Ежедневно звоните 5 потенциальным клиентам
- Цель минимум: попросить посоветовать друзьям нашу компанию и продукт / выставить счёт на оплату / договориться о встрече
- Цель максимум: продажа продукта

Уходи от вопроса ЦЕНЫ

- При вопросе о цене продукта до презентации уходи от вопроса:
 - А сколько стоит?
 - Да, конечно, сейчас расскажу. Цена зависит от комплектации/условий. Скажите, вы уже выбрали определённый велосипед, или ещё сравниваете?
- При ПОВТОРНОМ вопросе назови цену:
 - Ну а всё таки... Ну сколько стоит?
 - В самой обычной комплектации 12000. + следующий вопрос разведки

А у них дешевле!

- На подобного рода вопросы нужно отвечать сравнением свойств товара у конкурентов:
 - У других дешевле!
 - Скажите, а у других (конкурентов) такое же... (сравниваем лучшие свойства вашего продукта)
- В случае абсолютного сходства выразите сомнение в качестве и легальности продукта

Возражения «Я подумаю»

Работа с возражениями только После презентации!!!!

- Я понимаю, что вам нужно время, чтобы всё обдумать, но посмотрите сами: У вас есть *проблема / цель*, и с помощью нашего продукта вы гарантированно решите (*озвучить самую основную проблему/ цель клиента*). При всём этом, мы вернём вам деньги, если продукт не будет полезен. У вас на руках все гарантии, что вы достигнете цели. В связи с этим вопрос – вы точно хотите (*озвучить решение проблемы*)
- Ну да, конечно.
- Приятно разговаривать с человеком, принимающим самостоятельное решение. Скажите, как вам удобнее будет получить товар?

Возражения «Это дорого»

Работа с возражениями только После презентации!!!!

- Я понимаю, что поначалу это покажется дорогим, но посмотрите сами: У вас есть *проблема / цель*, и с помощью нашего продукта вы гарантированно решите (*озвучить самую основную проблему/ цель клиента*), т.е. вы получите *намного большую ценность, чем та сумма, которую вы заплатите*. При всём этом, мы вернём вам деньги, если продукт не будет полезен. У вас на руках все гарантии, что вы достигнете цели. В связи с этим вопрос – вы точно хотите (*озвучить решение проблемы*)
- Ну да, конечно.
- Приятно разговаривать с человеком, принимающим самостоятельное решение. Скажите, как вам удобнее будет получить товар?

Продажа по второстепенному пункту

- После того, как отработали возражения, нельзя задавать вопросы вроде «Ну что, берём? Ну что, покупаем?». Вместо этого задавайте вопрос по второстепенному пункту:
 - Дмитрий, я так понял, что все вопросы мы с вами уже обсудили?
 - *Ну... Да.*
 - Отлично, вам отнести заказ в машину?
 - *Да, было бы круто.*

Как не бояться звонить и продавать?

- **Ваша продажа сделает чью – то жизнь лучше.**
- **Есть масса людей, которые будут благодарны нашему звонку.**



КОНТАКТЫ

Поделись со мной своими впечатлениями! Оставить свой отзыв можно здесь:

Вконтакте: https://vk.com/andrey_marko

Группа ВК: <https://vk.com/modernsellers>

Моя почта: ilyapolodyev@mail.ru