



Отец, научи меня
продавать...

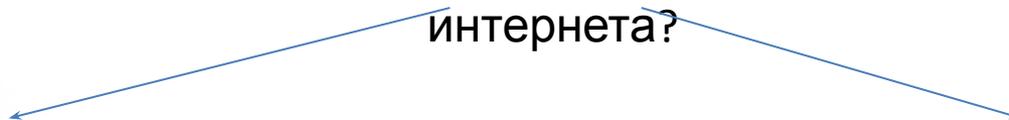
Путь самурая





Первый звонок

Добрый день, это компания Директ-Маркет, меня зовут Павел.
С кем могу поговорить по поводу привлечения клиентов с
интернета?



Лев Семенович, наша компания занимается **профессиональной** настройкой рекламы в Яндексе и созданием продающих сайтов, я ищу партнеров из вашей сферы деятельности, **лидеров рынка**, которые готовы привлекать клиентов через интернет. Сейчас Вы в интернете представлены? То есть Вам это интересно?

1. Подружиться (прим. «**Р**уверен, что вы **тот человек**, который **поможет** мне в вопросе поиска нужного человека»)
2. Взорвать мозг (прим. «Вопрос коснется **генерации лидов с приемлемой конверсией лендинга**, эти вопросы решаете Вы или все-таки директор?») **

Обычно, я встречаюсь с клиентами и мы обсуждаем наше сотрудничество. Вам удобней, чтобы я приехал к Вам в офис,



1. Подготовка



Яндекс
вордстат

ИЗУЧИ СПРОС

- Какой товар/услугу клиента ищут больше



РАЗВЕДКА КОНКУРЕНТОВ

- Что предлагают конкуренты в Яндексе?
- Оценка сайта (крутой лендинг / многостраничник)



Найди, о чем говорит клиент

- Исследуй его рекламу на предмет выявления УТП*
- (справочники интернет газеты журналы)



2. Встреча-продажа

1. Установление контакта

Приветствие («Добрый день. Семен Львович? Павел, Директ-Маркет, договаривались на встречу на 3 часа...»)

Small-talk* («Музыка из вашего компьютера просто божественная...»)

Цель встречи («Семен, объясню еще раз для чего нужна эта встреча...»)

Регламент встречи** («Семен, чтобы наша встреча прошла продуктивно, я предлагаю ход нашей встречи построить следующим образом...»)

2. Встреча-продажа



2. Формирование лояльности к компании

- «Для начала важно понимать чем наша компания занимается:
- Мы создаем **продающие сайты**;
- Нагоняем на него **трафик горящих людей** за счет Яндекса;
- **Сервисный отдел** нашей компании на основе поведения людей делает **корректировки рекламной кампании**.



Об этом и другом расскажу чуть позже, а сейчас расскажите немного о вашей компании...



2. Встреча-продажа

3. Выявление потребности

Для начала выясни, что важно продавать клиенту...
(сайт + настройка рекламы в Яндексе)

Далее найди 3 самых важных ответа:

- Почему покупатель должен выбрать **нашего клиента**?
(Опыт сотрудников – 11 лет; Работаем всего с 3 компаниями из ниши; есть сервисный отдел)
- Почему он должен купить **его товар/услугу**?
(Срок окупаемости этого продукта от 2 дней до 1,5 месяца, далее работа только в плюс; помог тысячам предпринимателей заработать через интернет)
- Почему он должен сделать это прямо **сейчас**?
(При покупке пакета услуг до 25 января, покупатель получает 2 месяца обслуживания в подарок)

2. Встреча-продажа

3. Презентация продукта

«Семен Львович, в интернете есть определенная технология продаж:»



Рассмотрим на примере вашего товара/услуги....

2. Встреча-продажа

3. Презентация продукта

ПУТЬ КЛИЕНТА

Яндекс

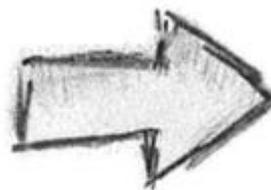
очень хочу купить шторы на кухню X +/- Найти

1. Шторы на кухню! - Акция Осень!

Реклама masterskayashtor.ru

При заказе с тюлью портьерной тканью скидка 15%. До 31.12! Жми

Наши цены Действующие акции Выполненные работы Отзывы 31 шт.



СКИДКИ

Новогодние СКИДКИ!

Заполни форму на заявку и получи скидку до 30% на ткань!

Введите имя

Введите номер телефона

Забрать скидку!

Подробности акции уточняйте у специалиста!

ЧТО ВАЖНО УЧЕСТЬ В КОНТЕКСТНОЙ РЕКЛАМЕ?

1. Быть в числе первых в поиске.
2. Точное совпадение заголовка с запросом.
3. Привлекательное объявление с акцией, ограничением во времени и призывом к действию.
4. Быстрые ссылки.

ЧТО ДОЛЖЕН СДЕЛАТЬ САЙТ?

1. Обратит на себя внимание.
2. Возбудить интерес к товару.
3. Побудить к покупке.



2. Встреча-продажа

4. Продажа продукта

«Мы посмотрели механику поиска людей через Яндекс. Вы поверили, что продавать таким образом тоже можно?»

И теперь на основании полученных данных делаем предложение:

«Семен Львович, я предлагаю Вам продавать Ваш продукт через Яндекс. Еще раз, что мы делаем:

1. Подбираем всевозможные запросы по которым **Вас** могут **находить**
2. **Возбуждаем интерес** этих людей вашим горячим предложением
3. **Отправляем на продающий сайт**, на котором не даем шансов не **позвонить Вам или отправить заявку...**

Такой проект стоит 34 000 рублей. **ДЕЛАЕМ?...»**

2. Встреча-продажа

5. Работа с возражениями

Единственность

Семен Львович, **цена** это единственное что вас останавливает?



Присоединение

Семен Львович, вопрос цены действительно очень **важен**
важно правильно распределять свой бюджет...



Аргументация

Давайте еще раз посмотрим, что Вы получаете за такую сумму и как быстро она вернется Вам»





2. Встреча-продажа

6. Завершение сделки + 7. Выход из контакта

Семен Львович, мы с Вами **договорились**, что делаем проект за 34 000 рублей, и в качестве **отслеживания эффективности** и окупаемости проекта мы ставим **цель** на 15 заявок или звонков. Для подписания договора мне нужны будут Ваши **реквизиты!**

Схема работы следующая: Подписываем договор – в течение 3 рабочих дней вы производите оплату – мы встречаемся для корректировки карты и составления ТЗ* – в течение 3 недель наш проект будет готов – после этого вы закидываете денег на Яндекс клики и мы приступаем в плодотворной **работе**.

Семен Львович, было приятно познакомиться. Завтра во второй половине дня я приеду с оригиналами документов, договорились?



3. Составление ТЗ

1. Что делать когда продал?

Отвечаешь на

*** Виды деятельности клиента**

(продажа автозапчастей для легковых автомобилей)

*** Виды товаров и услуг**

(контактные двигатели на все виды машин кроме Renault Peugeot)

*** Номенклатура** *(VIN, СХ7А71СМ)*

*** Народные названия** *(движка, мотор, пихло)*

*** Аналоги** *(ремонт старого двигателя)*

*** Конкуренты** *(Движок, Автоимпорт, Драйв)*

Отправляешь их в ТО* (РГ
в копию)



Перелистываешь слайд, а то не
влезло...

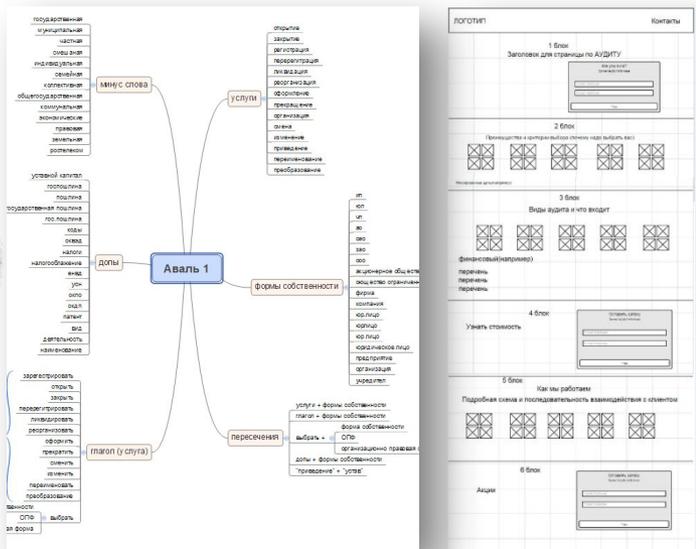
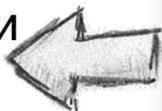


3. Составление ТЗ

1. Что делать когда продал?

Получаешь 2 файла: карту слов и прототип сайта

С клиентом посмотрите наличие слов. **Красным** выделите те, которые не нужны, а добавленные выделите **синим** цветом.



Заполни прототип необходимым текстом и опиши пожелания по стилю и дизайну.

ОТПРАВЬ ГОТОВОЕ ТЗ своему РГ и после модерации все отправится на разработку в Технический отдел



3. Составление ТЗ

2. Космос и сервис

Никто точно не знает что происходит в техническом отделе, но в итоге в течение **14 дней** вы получаете готовый результат, который остается **согласовать с клиентом и передать в сервис***!

Параметр
Директ:
Семантическое ядро
Создание пересечений
Парсинг
Минусация
Группировка фраз
Сохранить список минус-слов
Файл для копирайтера
Объявления:
Работа с заголовками РФ
Работа с заголовками НРФ
Работа с заголовками РСЯ
Работа с текстами объявлений РФ
Работа с текстами объявлений НРФ
Работа с текстами объявлений РСЯ
Основная ссылка с ЮТМ-Меткой
Заголовки ВС
Адрес ВС с ЮТМ-Меткой
Подобрать картинки РСЯ
Настройка:
Загрузка файла в командер
Номер метрики
Гео-таргетинг
Галочка - разметка ссылок для метри
Ставки
Стратегия на Поиск, РСЯ.
Корректировка фраз
Изображение РСЯ.
Контактная информация
Отправить на модерацию
БИТ-Менеджер
Аналитика:
Файл для отчётности

	Основной	Дубль
Прототип сайта		
Согласован с клиентом		
Корректировки		
Согласован внутри		
Домен		
Подобрали картинки		
Подобрали иконки		
Вёрстка		
Проверить текста на ошибки		
Быстрые Ссылки		
Мобильная версия		
Дубль страница		
Сколько раз написан телефон		
Установить подменный номер		
Адрес офиса		
График работы		
Метрика в начале страницы		
Переадресация на нашу почту		
Переадресация звонка		
Фавикон		
Название компании во вкладке		
Метатеги		
Страница спасибо		
Файла Muse		
Настройка целей		

4.Сервис

1 этап – первый день запуска

1. Информирование о запуске РК.*
2. Получение ОС. Получение IP Адреса** ПК РД.
3. Если фразы упущены, заказывает доработку в ТО.
4. Договаривается о дате следующего контакта с РД для предоставления статистики, каждые 2 недели с момента запуска РК.
5. Отправка своих контактов для сопровождения и бесплатных консультаций.
6. Подтверждение способов мониторинга эффективности ЦД.



4.Сервис

2 этап – через 2 недели после запуска.

- 1.Запрос в ТО статистики по РК:
 - а). Показы б). Клики в). CTR г). Бюджеты
 - д). Достигнутые цели е). Детально по фразам
 - ж). Процент отказов
- 2.Предоставление Результатов анализа клиенту.
- 3.Распределение задач отделу ТО.





4. Сервис

3 этап – через месяц после запуска.

1. Анализ корректировок.
2. Предоставление статистики клиенту.
3. Рекомендации по улучшению сайта или обработки входящего трафика.
4. Допродажа сервисов или рекламных пакетов.
5. План А-В тестов* на месяц.

