

Книга продаж по МЕТАЛЛОПРОКАТУ



В продажах металлопроката нет волшебной палочки. Есть комплекс взаимосвязанных факторов и тяжёлый труд.

Специализированное методическое пособие

для менеджеров и руководителей
МЕТАЛЛОТОРГУЮЩИХ организаций

Версия 3.0

Sales Metall™

Бюро поддержки продаж металлопроката

Содержание

| | | |
|-----|----------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 1. | Карьерные перспективы менеджера по продажам металлопроката | 4 |
| 2. | Наша компания. Миссия, история, конкурентные преимущества | 5 |
| 3. | Основные направления деятельности компании | 5 |
| 4. | Товаропроводящая цепь металлопроката. Производители, трейдеры, потребители..... | 6 |
| 5. | Уникальные торговые преимущества (УТП) | 7 |
| 6. | Основные принципы работы компании. Составляющие сервиса..... | 8 |
| 7. | Понятие металлопрокат. Справочная информация о металлопрокате..... | 10 |
| 8. | Применение металлопроката в различных областях народного хозяйства..... | 11 |
| 9. | Железо, сталь и углерод..... | 12 |
| 10. | Рядовые категории стали..... | 12 |
| 11. | Обзор структуры металлургической отрасли | 13 |
| 12. | Словарь металлургических терминов и понятий | 14 |
| 13. | Профессиональный сленг металоторговца | 18 |
| 14. | Фактический и теоретический вес металлопроката | 24 |
| 15. | Ассортиментная матрица металлопроката | 25 |
| 16. | Матрица заводы- производители металлопроката | 26 |
| 17. | Необходимые, полезные интернет ресурсы для менеджеров по продажам металлопроката..... | 26 |
| 18. | Нержавеющий металлопрокат и нержавеющие стали. Структура | 27 |
| 19. | Справочная информация о нержавеющей стали | 28 |
| 20. | Выгоды использования и применения нержавеющей стали..... | 31 |
| 21. | Отличия нержавеющей стали от обычной..... | 32 |
| 22. | Характеристики основных марок нержавеющей стали..... | 33 |
| 23. | Крупнейшие продавцы нержавеющей металлопроката в РФ..... | 36 |
| 24. | Популярные марки нержавеющей стали и сферы их применения. | 37 |
| 25. | Рынок металлоторговли Москвы. Основные игроки | 39 |
| 26. | Отрасли, потребляющие металлопрокат..... | 40 |
| 27. | Система должностных взаимоотношений в строительно- подрядной организации | 41 |
| 28. | Нормы расхода строительных материалов при строительстве на 1 м2..... | 41 |
| 29. | Портрет клиента | 42 |
| 30. | Потребности снабженцев и закупщиков строительных компаний..... | 43 |
| 31. | Разница между менеджером профессионалом и дилетантом..... | 43 |
| 32. | Основные потребители металлопродукции. Справочная информация..... | 44 |
| 33. | Схемы применения и использования металлопроката..... | 46 |
| 34. | Кто такой менеджер по продажам? | 47 |
| 35. | Качества личности менеджера по продажам для достижения успеха..... | 48 |
| 36. | Причины неудач менеджера по продажам..... | 49 |
| 37. | Что отличает успешного менеджера от неуспешного..... | 51 |
| 38. | Технологии продаж, которые помогут наладить контакт с клиентом | 52 |
| 39. | Психологический настрой на достижение результата | 53 |
| 40. | Структура работы менеджера по продажам | 54 |
| 41. | Структура телефонного разговора | 54 |
| 42. | Структура встречи | 54 |
| 43. | Подготовка к телефонному звонку. | 55 |
| 44. | Подготовка к телефонному звонку (Управление голосом) | 56 |
| 45. | Волшебные слова..... | 57 |
| 46. | Подготовка к телефонному звонку. (Постановка цели)..... | 58 |
| 47. | Как настроить себя на совершение холодных телефонных звонков | 58 |
| 48. | Где искать клиентов? Источники поиска клиентов..... | 59 |
| 49. | Основное правило общения с клиентом. Технология Выгода-Вопрос © | 60 |
| 50. | Совершение телефонного звонка. Классический пример. Связь с ЛПР через секретаря..... | 61 |
| 51. | Совершение телефонного звонка. Варианты речевых модулей для прохождения секретаря..... | 62 |
| 52. | Приемы и методы работы с возражениями секретарей. Речевые модули. | 65 |
| 53. | Совершение телефонного звонка. Речевой модуль. Классический пример. Связь с ЛПР..... | 66 |
| 54. | Беседа с ЛПР. Речевые модули для представления и привлечения внимания ЛПР. | 67 |
| 55. | Выявление потребностей. Вопросы, которые необходимо задавать клиенту..... | 69 |
| 56. | Речевые модули. Как назначить встречу с клиентом..... | 70 |
| 57. | Сценарий встречи с клиентом. Этапы и их содержание. | 72 |
| 58. | Ответы на возражения клиентов при продаже металлопрокат. 21 пример. | 74 |
| 59. | Ответы на возражения о металлообработке..... | 78 |
| 60. | Примеры трансформации преимуществ в выгоды для клиента | 80 |
| 61. | Входящие звонки. Ошибки при работе с входящими звонками..... | 82 |
| 62. | Как удержать клиента, если он просто интересуется ценой. 9 примеров. | 83 |
| 63. | Скрипт обработки входящего звонка от клиента. Сценарий диалога..... | 84 |
| 64. | Скрипт обработки входящего звонка от частного лица и просто интересующегося ценой..... | 85 |

Содержание 2

| | | |
|-----|------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 65. | Полная схема обработки входящего звонка | 86 |
| 66. | Правильные и неправильные фразы, используемые при телефонном разговоре..... | 87 |
| 67. | Дополнительные уловки и приемы при общении с клиентами | 88 |
| 68. | Схема взаимодействия менеджера с новым клиентом. Круг доверия. | 89 |
| 69. | Возможные тактики представления цели звонка. Альтернативные варианты. | 90 |
| 70. | Как влиять на решение клиента об оплате счета. Как ускорить оплату по счету..... | 91 |
| 71. | Типы клиентов и особенности работы с каждым из них..... | 92 |
| 72. | Технология работы с дебиторской задолженностью..... | 93 |
| 73. | Почему клиенты меняют своих поставщиков..... | 94 |
| 74. | Цена и ценность наших предложений..... | 94 |
| 75. | Кросс продажи металлопроката..... | 95 |
| 76. | Воронка продаж металлопроката | 95 |
| 77. | Приложение 1. Бланк постановки цели при совершении телефонного звонка. | 96 |
| 78. | Приложение 2. Бланк оценки телефонного звонка клиенту. | 97 |
| 79. | Приложение 3. Таблица весов металлопроката. | 98 |
| 80. | Приложение 4. Проверочные вопросы для оценки знаний по Книге продаж металлопроката. | 99 |

Правила пользования Книгой продаж по металлопрокату.

1. Книга продаж – инструмент руководителя для обучения своих сотрудников.
2. С Книгой продаж необходимо работать постоянно и регулярно.
3. Если вы используете Книгу продаж для самостоятельного обучения менеджеров, необходимо проводить оценку и тестирование знаний.
4. Для того, чтобы обучение было эффективным- оно должно быть регулярным. Хотя бы 2 раза в неделю по 1,5 часа. И осуществляться силами руководителей.
5. Необходимо стремиться к тому, чтобы все в компании о продажах и взаимодействие с клиентами говорили на одном языке.
6. Оказываемый клиентам **СЕРВИС** должен стать религией вашей компании.



Карьерные перспективы менеджера по продажам металлопроката

Работа в области **металлоторговли**— высокоприбыльный и интересный бизнес. Азарт продаж, постоянное общение с клиентами и поставщиками. Глубокое погружение в особенности и тонкости реального бизнеса. Закупки, бухгалтерия, логистика, складское хозяйство, финансовый анализ.

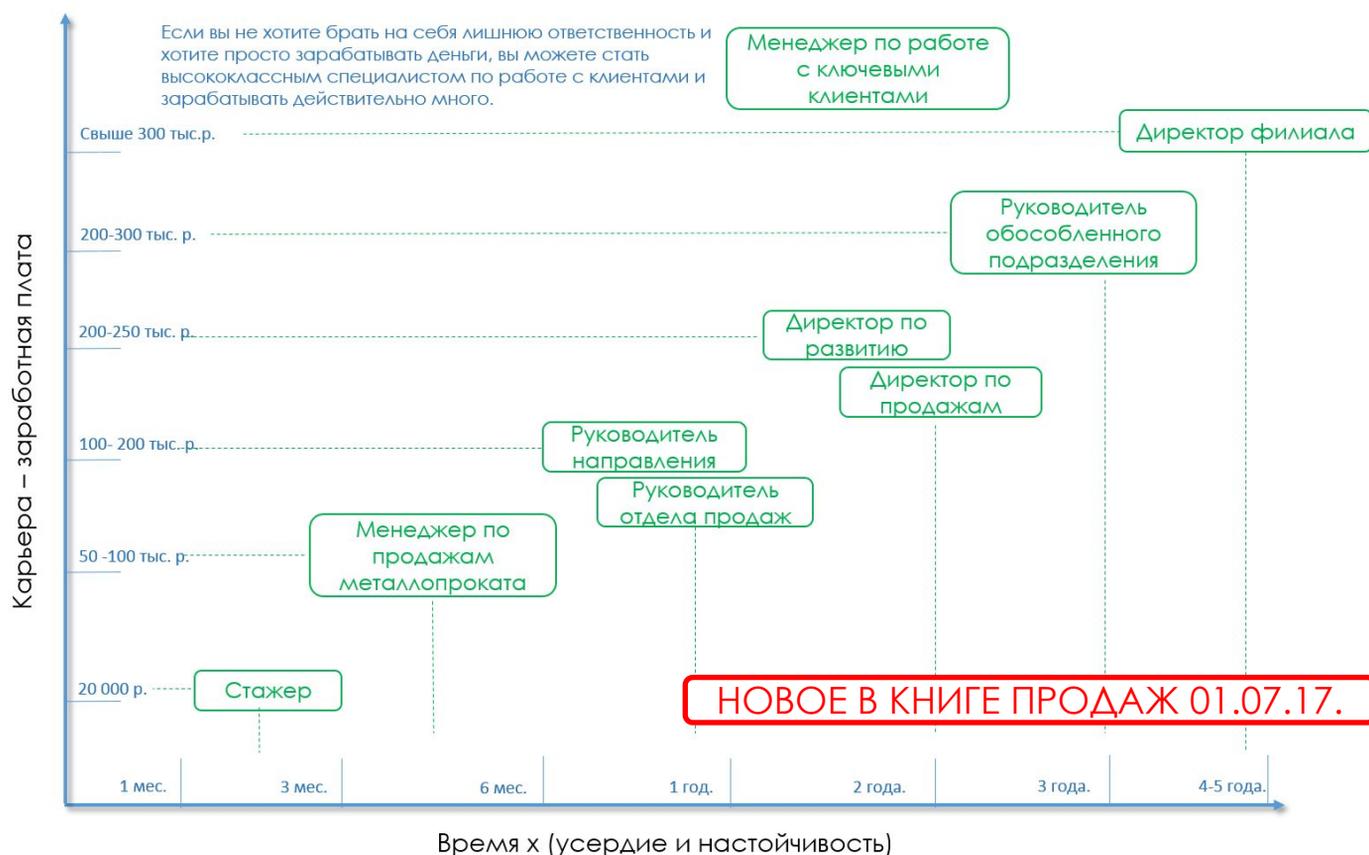
Люди строили и всегда будут строиться. Города расширяются, строятся жилые дома. Строятся промышленные объекты. Объекты агропромышленного комплекса, военной инфраструктуры.

Связав сейчас себя с работой в области **металлоторговли**, вы сможете обеспечить себя и свою семью гарантированным доходом на годы вперед даже в сложных экономических условиях. Кроме того, это прекрасный карьерный путь. Начав сегодня работать менеджером по продажам, через полгода-год вы сможете возглавить отдел продаж. А еще через год стать руководителем филиала или направления. Стать директором по развитию или открыть свою компанию.

Но **металлоторговля**— это сложный и главное высоконкурентный бизнес. Здесь нет места дилетантам и «слабакам». Ценятся специалисты и профессионалы, разбирающиеся не только в металлопрокате, но и в продажах и личной коммуникации. Если вам удастся понравиться клиентам, они будут сами вам звонить и заказывать продукцию.

В **металлоторговле** высоки ставки и бонусы. При этом, достаточно **дорогой «входной билет»**. Для того, чтобы действительно стать профессионалом и много зарабатывать, на первоначальном этапе необходимо инвестировать в себя много сил и времени. Усердно работать и учиться. И только от вашей настойчивости и желания будет зависеть насколько быстро вы сможете стать настоящим профи и действительно много зарабатывать.

Карьерные перспективы менеджера по продажам металлопроката



Компания « Название Вашей компании»

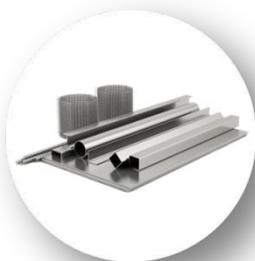
Ваша миссия

История Вашей компании

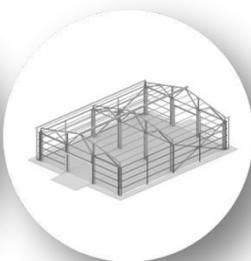
Ваши конкурентные преимущества

Основные направления деятельности вашей
компании

Основные направления деятельности вашей компании



Металлопрокат



Металлоконструкции



Запорная арматура



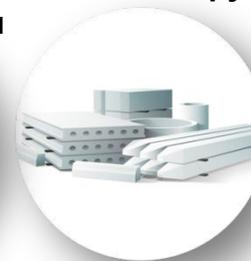
Полимерные трубы



Метизы



Трубопроводная арматура



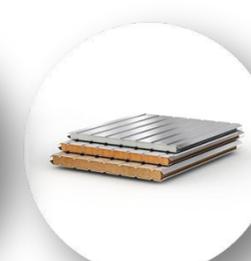
ЖБИ Бетон



Кирпич



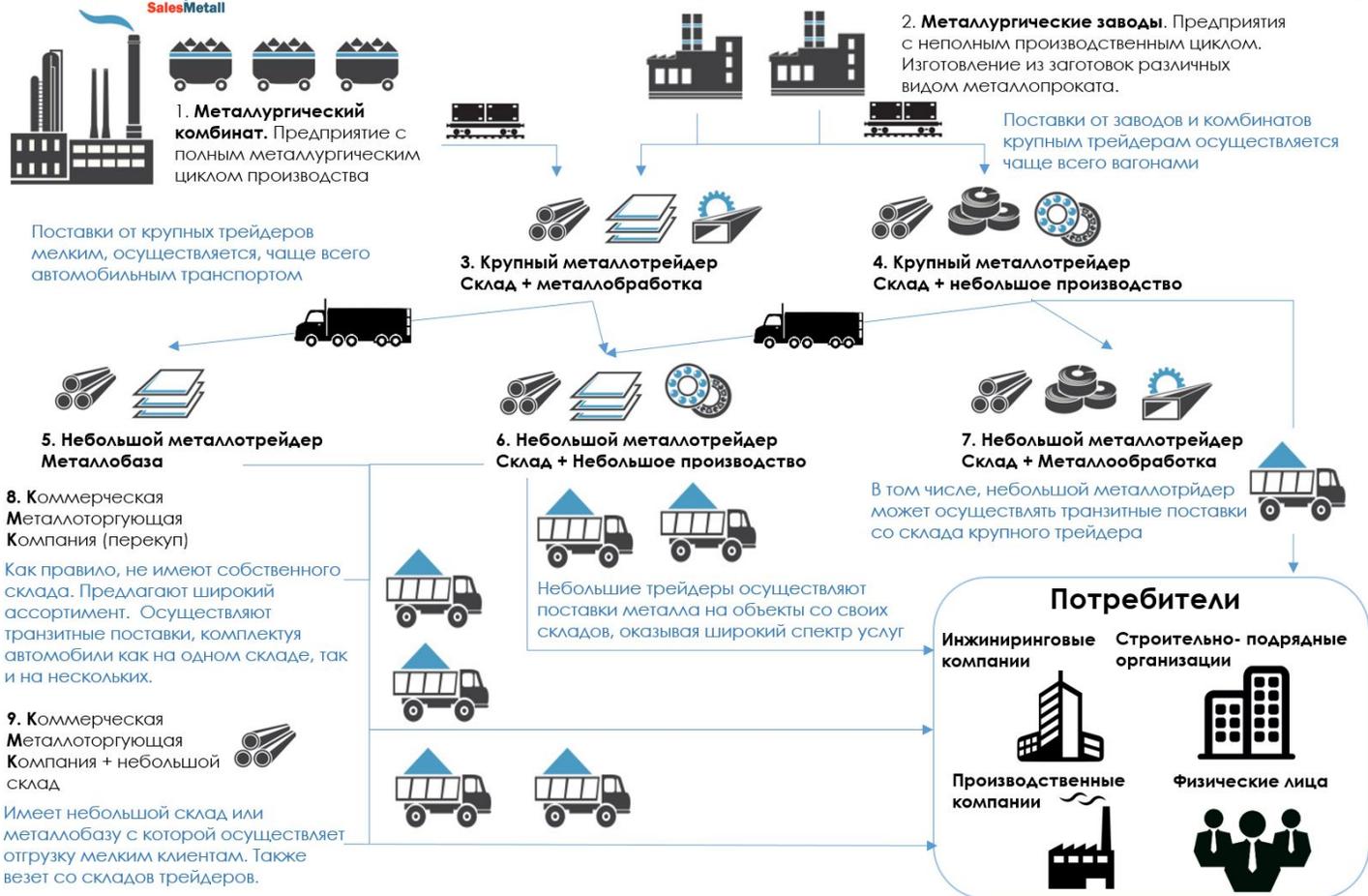
Светодиодное оборудование



Профнастил Сэндвич Панели



Металлоторговля. Товаропроводящая цепь металлопроката.



1, 2 – Металлургические заводы и комбинаты. Имеют производственные циклы. Отгрузки осуществляют большими партиями продукции, железнодорожными составами, чаще всего на склады крупных трейдеров.



3,4 – Крупные, часто сетевые металлотрейдеры. Аккумулируют у себя на складах большое количество материалов и продукции с разных заводов. Стабильные компании с большим опытом работы и большими ресурсами. Консервативны и «неповоротливы».

5,6,7 – Небольшие региональные трейдеры. Имеющие склады и чаще всего производственные площадки. Изготовление металлоконструкций, металлообработка. Иногда имеют филиалы в других городах. Осуществляют поставки клиентам как со своих складов, так и транзитные поставки с других, более крупных складов.

8,9 – Небольшие, коммерческие компании осуществляют поставки металлопроката на объекты организуя транзитные поставки со складов как крупных трейдеров, так и более мелких. Иногда такие компании имеют свои небольшие склады (металлобазы) с небольшим объемом и ассортиментом. Работают за счет мобильности, оперативности, сервиса. Комплектуют поставки на объекты не только металлопрокатом, но часто и другими строительными материалами. (трубы ПНД, сэндвич панели и т.д.). Могут иметь 1-5 постоянных клиентов и за счет этого и работать.



Уникальные торговые предложения (УТП) Компании

УТП представляет собой неповторимую и привлекательную идею, выгодно отличающую Ваше конкретное предложение от других, существующих на рынке **металлоторговли**. Ваше предложение должно наглядно демонстрировать потенциальному покупателю выгоды, получаемые в результате выбора Вашей организации.

Упор следует делать именно на выгоды для клиента, а не просто на характеристики Вашей компании. И главное, Ваше предложение должно отвечать на вопрос клиента:

«Почему я, Ваш потенциальный клиент должен купить у Вас прямо сейчас и не откладывая».

Возможные варианты конкурентных преимуществ Вашей компании перед другими

| Преимущества и выгоды клиента от сотрудничества | Почему |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Мы имеем возможность отгружать Вам металлопрокат по самым низким ценам, | Благодаря особым договорным отношениям с заводами производителями металлопроката. |
| Мы гарантируем качество поставляемой нашим клиентам продукции. У наших клиентов никогда не возникает вопросов к качеству продукции. | Это стало возможным наличием собственных складов, где ответственно храним и тщательно контролируем поступающую с заводов продукцию. |
| Мы экономим на Ж\Д перевозках. Благодаря этому, имеем возможность отгружать клиентам продукцию по более низким ценам чем наши конкуренты. | Так получается, потому что один из учредителей нашей компании является вице-президентом РЖД. Благодаря этому мы имеем специальные тарифы. |
| Мы всегда точно в срок привозим продукцию своим клиентам. У нас никогда не возникает проблем с доставкой. И нашим клиентам не приходится ждать. | В группу компаний (МеталлСнаб) входит транспортная компания со своим автопарком транспортных средств. |
| Мы можем привезти Вам продукцию данной категории с заявленными Вами характеристиками. | Так как мы имеем собственное производство, мы выполняем заказы наших клиентов. |
| Мы поставляем нашим клиентам ассортимент из более чем 10 тыс. позиций. Наши клиенты не тратят время на поиск других поставщиков, приобретая все у нас. | Четко выстроенная логистическая система с основными заводами производителями металлопроката. |



**Проведите сравнительный анализ с Вашими ближайшими конкурентами.
Создайте* свои УНИКАЛЬНЫЕ ТОРГОВЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА.**

*Если у вас возникли сложности с разработкой УТП, обратитесь к нам, мы Вам обязательно поможем.

Основные принципы работы

Бизнес нашей компании основывается на оказании высочайшего уровня **сервиса** своим клиентам. **Сервис** - является приоритетным направлением стратегического развития компании.

Сервис - это слаженная работа всех подразделений компании и каждого отдельного сотрудника, направленная на удовлетворение потребностей клиента и получение прибыли от результатов взаимовыгодного сотрудничества.

Что же такое сервис?

Многие думают, что сервис это своевременная доставка и резка металлопроката.

Легирование и погрузочно-разгрузочные работы. Но это скорее дополнительные услуги.

А настоящий **сервис** складывается из множества факторов:



ЗАПОМНИ!!!

Мы не продаем металлопрокат, мы не продаем строительные материалы. Мы продаем СЕРВИС. И чем он будет лучше, тем дороже мы сможем продавать металл и стройматериалы.

СЕРВИС - главный продукт компании.

Улучшая показатели по каждому пункту мы сможем значительно повысить наш уровень СЕРВИСА, а значит продавать металлопрокат дороже.

Основные принципы работы

Основным и самым главным принципом работы металлоторгующей компании является тот факт, что мы не продаем **МЕТАЛЛОПРОКАТ**. Мы продаем **СЕРВИС**, который заключается в действиях менеджера и каждого сотрудника компании, направленные на удовлетворение запросов и потребностей клиентов.

Продажа металлопроката – это сервисный бизнес. И чем лучше будет сервис в вашей компании, тем дороже вы сможете продавать металлопрокат, который есть у всех.

Сервис начинается с того, ЧТО и КАК менеджер говорит по телефону клиенту.

Прежде чем приступать к телефонным звонкам и общению с клиентами, сформулируйте, выучите наизусть ответы на следующие вопросы:

- **В чем мои конкурентные преимущества?**
- **В чем выгода клиента от сотрудничества со мной и с нашей компанией?**
- **Что получит клиент от сотрудничества со мной?**
- **Что даст клиенту общение со мной?**



* Если у Вас возникли затруднения с формулировкой ответов на данный вопросы, обратитесь к своему руководителю или в нашу компанию.



Не говорите клиенту про СЕРВИС!
Ваши Лозунги никому не нужны!
Демонстрируйте СЕРВИС. Говорите уверенно.
Предлагайте конструктивно. Выполняйте обещания.

Металлопрокат.

Прокат в металлургии — продукция, получаемая на прокатных станах путём горячей, теплой или холодной прокатки.

Весь металлопрокат называется **Сортамент** — совокупность прокатных профилей, отличающихся по форме и размерам. При этом **Профилем** называется — форма поперечного сечения прокатного изделия.

Независимо от типа металлопроката, технология его производства сводится к следующему:

металл обрабатывается на прокатных станках, имеющих два валика, которые движутся в противоположной направленности.

Сортимент металлопроката довольно широк и включает в себя самые разнообразные профили.

Различные сорта металлопроката различаются между собой, в основном, формами и размерами.

Наиболее востребованными видами проката являются:

1. листовой металлопрокат, представляющий собой изготовление металла в форме листов, полос, рулонов.
2. прутки (круг) различных размеров, который относится к сортовому металлопрокату.
3. трубы, которые бывают бесшовными, сварными, а также отличающимися переменным значением сечения.

Применение металлопроката в различных областях народного хозяйства.

Машиностроение - это практически главный потребитель металла в мире. В самом деле, без металлических элементов тот же автомобиль будет всего-навсего деревянной повозкой с двигателем в виде живой силы. При сборке техники, будь то автомобиль, станок, или даже компьютер, используется такой вид металлопроката, как проволока. Понятно, что без электрических проводов (проволока используется именно для них в приведённых примерах), ни одно из этих устройств работать не будет.

Листовой металл применяется

для создания корпуса, обшивки, а в некоторых станках - режущих поверхностей. Металлические трубы участвуют чаще в тяжёлом машиностроении, либо при создании транспортных магистралей для жидкостей и газов (в том числе для охлаждения и смазки механики), либо для создания несущих конструкций (пример из жизни - строительный башенный кран). Штампованные и прокатные детали применяются в любом виде современной автомобильной, строительной, военной техники, в авиации и на флоте.



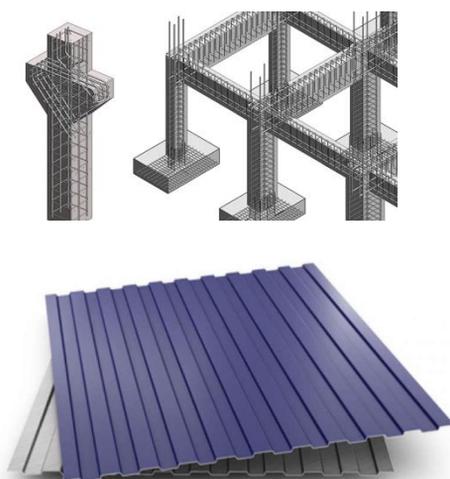
Производство - также активно применяет изделия из металла.

В бытовом производстве товаров народного потребления, например, трубы, уголки используются при сборке несущих каркасов мебели, сетки - в фильтрующих элементах. Листы из специальных видов стали, нержавеющей и алюминия активно используются на предприятиях пищевой промышленности, при создании бытовой посуды, обшивки для крупной бытовой техники, пищевой фольги, а из проволоки навиваются пружины, сплетаются или свариваются сетки, в том числе для создания ограждений или фильтров. В охранных системах применяется колючая проволока или колючая лента.



Применение металлопроката в различных областях народного хозяйства.

Строительство. И поныне существуют целиком деревянные дома, срубленные без единого гвоздя. Но в современном гражданском и военном строительстве без несущих конструкций из металла обойтись почти невозможно. В роли этих конструкций активно выступают балки и швеллеры, уголки разного размера. Для укрепления железобетонных конструкций используется стальная арматура. Для внутренней отделки, воздуховодов - металлические листы и их разновидность - фольга. В любом случае, строительный объект почти не может обходиться без коммуникаций, электрических, водоснабжения, газовых. А это уже водогазопроводные трубы и проволока для электропроводки. Специальный вид проката - шпунты Ларсена применяются для строительства защитных сооружений: против оползания грунта, или размыва берегов водоёмов, прорыва воды на объект. Иногда на строительстве требуются гвозди, они производятся из катанки, и болты, которые делаются из металлического прутка нужного диаметра. Строительная площадка должна быть обязательно ограждена. И для этого очень часто используют заборы из сетки-рабицы, или профнастила.



Дорожные работы, помимо строительной техники, которая уже обсуждалась в разделе Машиностроение, используют элементы металлопроката для устройства ограждающих конструкций, несущих и армирующих элементов в мостостроении. Даже в таком простом устройстве, как дорожный знак, применяется металлический лист и опора в виде стальной трубы. Специальный рельсовый прокат дал жизнь строительству железных дорог, метро и трамвайных линий, которые опять же не обходятся без электроснабжения.



Вентиляция и отопление. Современные системы вентиляции используют воздуховоды в виде металлических коробов (для их сборки применяются оцинкованные листы), или трубопроводов (здесь используются тонкостенные трубы). Кроме того, применяются воздуховоды с обшивкой из алюминиевой фольги с армированием стальной проволокой. Вентиляторная часть системы применяет электродвигатели и листовой металл специальной обработки для лопаток вентилятора. В системах отопления, в зависимости от типа, применяются, либо трубы и отопительные радиаторы (водяное, газовое отопление), либо электрическая спиральная проволока (электроотопление).



Газоснабжение и водоснабжение. Эта область энергетики подразделяется на добывающую, транспортную и обрабатывающую части. При добыче природного газа используются скважины. Газодобывающая платформа состоит из несущих конструкций, трубопроводной арматуры и собственно трубопровода. Все эти элементы, кроме, пожалуй, управляющих, состоят из металлопроката различного вида. Доставка газа к месту переработки и потом к потребителям осуществляется по трубопроводам. Хранение газа до его обработки или использования потребителями осуществляется в специальных герметичных цистернах из листового металла. Водоснабжение также применяет металлопрокат в областях хранения и транспортировки жидкости.



Железо, сталь и углерод.

Непрерывный компонент железных сплавов — **углерод**. Если углерода мало, не более 0,04%, то сплав сохраняет природные физические свойства железа — он мягкий, пластичный, легко изменяет форму под давлением. Он так и называется — железо или техническое железо. Чем больше углерода, тем металл делается более твердым и менее пластичным. Однако пока количество углерода не превышает 2,14 %, сплав можно ковать, штамповать. Это **сталь**. Из нее сделано большинство тех предметов, которые мы называем железными. А если углерода больше 2,14%, сплав называют чугуном. Он твердый и хрупкий. Его нельзя ковать: он ломается под ударами, а можно только отливать в форму.



ЖЕЛЕЗО
Мягкий и
гибкий
металл



Рядовые категории стали

Номер категории указывается в конце марки стали, например: Ст3пс5, Ст2сп5 и т.д.

| Кат. | Требование к испытанию механических свойств | Виды стали |
|------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------|
| 1 | Без испытания механических свойств на растяжения и ударную вязкость. | Горячекатаная, кованая, калиброванная, серебрянка |
| 2 | С испытанием механических свойств на растяжение и ударную вязкость на образцах, изготовленных из нормализованных заготовок размером 25 мм (диаметр или сторона квадрата). | Горячекатаная, кованая, калиброванная, серебрянка |
| 3 | С испытанием механических свойств на растяжение на образцах, изготовленных из нормализованных заготовок указанного в заказе размера, но не более 100. | Горячекатаная, кованая, калиброванная |
| 4 | С испытанием механических свойств на растяжение и ударную вязкость на образцах, изготовленных из термически обработанных (закалка+отпуск) заготовок указанного в заказе размера, но не более 100. | Горячекатаная, кованая, калиброванная |
| 5 | С испытанием механических свойств на растяжение на образцах, изготовленных из сталей в термически обработанном состоянии. | Калиброванная |

Обзор структуры металлургической отрасли

Металлургия, включает в себя два направления: **черную металлургию** и **цветную металлургию**. Черная металлургия включает в себя следующие подотрасли:

| | Вид подотрасли | Содержание |
|---|------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1 | Добыча нерудного сырья для черной металлургии. | огнеупорных глин, флюсового сырья и т.д |
| 2 | Производство черных металлов | к черным металлам относятся: сталь, чугун, прокат, металлические порошки черных металлов, доменные ферросплавы |
| 3 | Трубное производство | изготовление стальных и чугунных труб |
| 4 | Коксохимическое производство | изготовление кокса, коксового газа и т.д |
| 5 | Вторичная обработка черных металлов | вторичная обработка включает в себя разделку лома и отходов черных металлов |

Существует несколько разновидностей предприятий черной металлургии:

1. Металлургические предприятия полного цикла (занимаются производством чугуна, стали и проката).
2. Предприятия **передельной металлургии** (предприятия без выплавки чугуна).
3. Предприятия малой металлургии (машиностроительные заводы, занимающиеся выпуском стали и проката).

Самыми мелкими металлургическими предприятиями являются заводы; более крупными — комбинаты. И комбинаты, и заводы могут объединяться в холдинги. Расположение российских предприятий черной металлургии зависит, прежде всего, от близости к месторождениям железных руд и других полезных ископаемых. Так, например металлургические комбинаты, занимающиеся производством чугуна и стали, находятся в тех областях, где, во-первых, недалеко расположены месторождения железных руд, и, во-вторых, много лесов (так как для восстановления железа необходим древесный уголь). При строительстве металлургических предприятий учитывается также обеспеченность электроэнергией, природным газом и водой.

На сегодняшний день в России существуют 3 металлургических кластера :



Словарь металлургических терминов и понятий

Металлопрокат — это металлические изделия, которые производят с помощью прокатки заготовки из металла на прокатных станах под определённой температурой (горяче и тёпнокатанные изделия) или без повышения температуры (холоднокатанные изделия). Изделия, произведённые способом металлического проката могут изготавливаться из различных видов стали и сплавов: чёрной или углеродистой стали, легированной (содержащей дополнительные химические элементы, оказывающие влияние на прочность и эксплуатационный срок), нержавеющей (так называемой «нержавейки»), алюминия, меди, жести — и прочих.

Именно благодаря изобилию металлов и форм такого проката возможно его повсеместное использование и применение в строительстве и приборостроении, медицине и нефтегазовой промышленности и так далее. Ведь металл пластичен, позволяет создавать любые формы и детали, выдерживает высокие нагрузки и температуры, а благодаря прокату металла увеличивается скорость производства подобных изделий.

История металлопрокатного дела в России берёт своё начало с нововведений Петра I, который многое сделал для развития промышленности, что использовалось как для вооружения армии, так и для строительства: было построено 253 завода по производству чугуна. Заводы не были государственными и принадлежали купцам и промышленникам, среди которых были Демидовы, Баташовы, Яковлевы и Осокины. Благодаря этому в 18-м веке первое место по тоннажу производимого чугуна было за Россией. В 19-м веке металлопрокатное производство работало как на судостроение, так и на железнодорожную отрасль.

В СССР развитие прокатного дела в металлургии приобрело одно из приоритетных направлений: создавались крупнейшие металлургические комбинаты, ставились и выполнялись серьёзные планы по производству и обработке различных металлов. Эти металлургические комбинаты работают и в настоящее время, являясь одними из главных поставщиков стали во всём мире.

В первой тройке чёрных металлургов России сейчас находятся ОАО «Новолипецкий металлургический комбинат», ОАО «Магнитогорский металлургический комбинат», ОАО «Северсталь». Всего же в настоящее время около 60 комбинатов и заводов России производят металлопрокатные изделия как для российского потребителя, так и для экспорта в другие страны.

Сортамент - общая совокупность изделий, которые отличаются формой (профилем, который виден при срезе изделия), размером, а также дополнительно типом стали.

Сортовой металлопрокат - особенность состоит в том, что если к любой точке периметра поперечного сечения изделия проведена касательная, то она не пересекает данное поперечное сечение;

Изделия в свою очередь делятся на:

простые — полосы плоского сечения, круг, квадрат или шестигранник и тому подобные; арматурного типа — имеющие официальное назначение армировать бетонные конструкции, делая их железобетонными (что, конечно же, не мешает использовать арматурные изделия в строительстве прочих сооружений, в которых арматура не прячется в бетон).

Фасонный прокат - такой, у которого касательная хотя бы к одной точке периметра поперечного сечения пересекает данное сечение. Фасонные также различаются и бывают: общего (или массового) назначения — швеллер (П-образный профиль), различные уголки (L-образный профиль), балка или двутавр (H-образный профиль) и тому подобные;

Биметалл

Металлоизделие, состоящее из двух разнородных, прочно соединённых металлов и сплавов. Обычно основной слой биметаллов обеспечивает конструкционную прочность изделия, а другой – специальные служебные функции, например, коррозионную стойкость и прочее.

Биметалл часто классифицируют по назначению:

- коррозионно-износостойкий;
- антифрикционный;
- электропроводящий;

По виду металлоизделия:

- листовой;
- сортовой;
- трубный;

По способу изготовления:

- катанный;
- кованный;
- тянутый;
- прессованный.



**Биметаллические пластины
Латунь-сталь-латунь**

Катанный биметалл чаще всего изготавливают с использованием следующих способов соединения составляющих слоёв:

- горячая и холодная прокатка пакетов;
- литьё;
- сварка взрывом;
- электродуговая наплавка.

Дефект

Отклонение от предусмотренного техническими условиями качества готового металлоизделия или полу-продукта, частично или полностью нарушенной совокупностью свойств изделия данного вида (хим.состав, структура, сплошность и др.), которыми определяется его потребительская ценность.

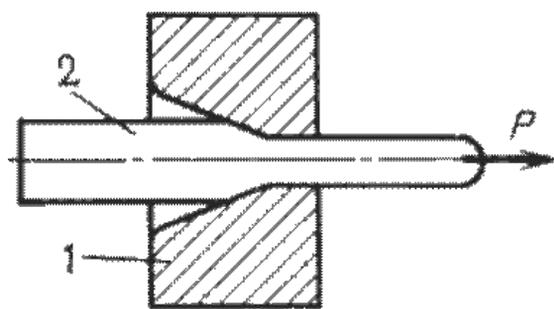
В зависимости от линейных размеров(l) различают 3 вида дефектов металла:

- макродефекты ($l > 50$ мкм);
- микродефекты ($l = 10/50$ мкм)
- субмикродефекты ($l < 10$ мкм).

Волочение

Пластичная деформация металла, заключающаяся в протягивании заготовки через отверстие волоки, размеры которого меньше размеров поперечного сечения заготовки.

Различают волочение черновое (заготовительное) и чистовое (заключительная операция для придания готовому изделию требуемых формы, размеры и качества);



Волочение труб

одно- и многократное (с несколькими последовательными переходами волочения одной заготовки); одно- и многоточное (с кол-вом одновременно протягиваемых заготовок 2,4,8) через неподвижную и вращающуюся относительно продольной оси волоку; холодное и теплое (с нагревом заготовки до температуры меньше либо равной).

Жаропрочность

Комплекс свойств конструкций материалов (металлических, керамических, полимерных) обеспечивающих работоспособность деталей при повышенных температурах без существенной пластичной деформации и разрушения в заданное время.

Жаростойкость

Способность материала противостоять химическому разрушению поверхности под действием воздуха или другой окислительной среды при высоких температурах.

Заготовка

Полуфабрикат (слиток или сляб, подвергнутые горячей прокатке или ковке, непрерывнолитая заготовка) для последующей обработки и превращения его в готовые прокат или изделие.

Закалка

Термическая обработка изделий (полуфабрикатов) из металлов или сплавов – нагрев их выше температуры фазовых превращений, выдержка и последующее быстрое охлаждение для получения неравновесной структуры.

Износостойкость

Способность материалов или изделий сохранять форму и размеры в условиях повторяющегося механического взаимодействия, преимущественно трения с другими телами или веществами.

Износостойкость зависит не только от свойств поверхности материала, но и от характеристик системы износа (от материалов сопряженного и промежуточного тел, участвующих в процессе изнашивания, от условий их взаимодействия, характера взаимного движения и нагружения и т.п.).

Износ характеризуется длительностью работы до определённого заданного износа и оценивается при испытаниях на стенде или в эксплуатационных условиях.

Калибрование

1. Волочение с небольшими обжатиями катанных профилей в холодном состоянии для придания им точных размеров и улучшения качества поверхности.
2. Повышение точности размеров труб по диаметру прокаткой на калиброванном стане или раздачей внутренним гидравлическим давлением в замкнутых цилиндрических матрицах.
3. Отделочная обработка давлением порошковой прессовки или спеч.заготовки для получения заданных размеров, формы и качества поверхности.

Ковкость

Способность металлов и сплавов подвергаться ковке и др. видам обработки давлением (прокатка, волочение, прессование, штамповка). Ковкость характеризуется двумя показателями – пластичностью, т.е. способностью металла подвергаться деформации под давлением без разрушения и его сопротивлением деформации. У ковких металлов (сталь, латунь, дюралюминий и некоторые другие медные, алюминиевые, магниевые, никелевые сплавы и прочие) относительно высокая пластичность сочетается с низким сопротивлением деформации.

Лигатура

Промежуточный сплав для введения в жидкий основной сплав летучих, сильно окисляющихся, тугоплавких добавок и компонентов.

Обычно лигатура представляет двойной сплав, состоящий из большей части основного сплава и одной или нескольких добавок (легированных элементов), содержание которых в несколько раз больше чем в основном сплаве.

Лигатуру используют для более надёжного и быстрого усвоения легированных элементов, чем при введении их в чистом виде.

Легирование

Целенаправленное изменение состава металлических сплавов введением легированных элементов для изменения структуры и физико-химических и механических свойств.

Легированием создаются металлические сплавы с разнообразными свойствами, значит отличающиеся от свойств чистых металлов.

Легированные элементы в сочетании с основным элементом (растворителем) в зависимости от соотношения их атомных диаметров и электрохимических свойств образуют новые фазы:

- твердые растворы,
- промежуточные фазы,
- химические соединения.

Легирование подразделяют на :

- объёмное, как правило, сплавлением легированных элементов с легированным металлом (обычно в жидком виде),
- поверхностное – введением легированных элементов каким либо способом только в поверхностный слой легированного материала.

Метизы

Стандартизированные металлические изделия разнообразных номенклатуры и назначения. К метизам промышленного назначения условно относят стальную холоднокатаную ленту, стальную проволоку и изделия из неё (гвозди, канаты, сетки, металлокорд для шин, сварочные электроды), крепёжные детали (болты, гайки, шпильки, винты, шурупы, пружинные шайбы, разводные шплинты), заклёпки, железнодорожные костыли, противоугоны, телеграфные и телефонные крючья и прочее.

К метизам широкого назначения относят стальные, помольные шары для мельниц, железные вилы, поперечные, продольные, рамные, круглые пилы, ножи разных видов и прочее.

Производство метизов – самостоятельная область черной металлургии и металлообработки. До 95% проволоки, 92% стальных катанов, 30% ленты, 40% крепёжных изделий производится на специализированных метизных заводах.

Основные технологические операции при производстве метизов:

- травление,
- холодная прокатка,
- холодное одно- и многократное волочение,
- холодная и горячая высадка,
- накатка;
- сварка;
- плетение;
- термическая обработка;
- нанесение защитных покрытий.



Мишметалл

Сплав РЗЭ, содержит 40-50% Ce, 20-25% La, 15-17% Nd и 8-10% других элементов, до 5 % Fe и 0.1-0.3% Si.

Мишметалл применяют для раскисления и модифицирования стали, чугуна и сплавов цветных металлов.

Присадка мишметаллов повышает качество чугуна; нержавеющей, быстрорежущих, жаропрочных, электротехнических и других сталей.

Добавки РМЗ к сплавам Al и Mg увеличивают их прочность при высоких температурах.

Профессиональный сленг

металлоторговца 1

Акт списания (акт происхождения)

Официальный документ, как правило, не имеющий строго определённой формы. Он подтверждает решение о ликвидации вышедших из эксплуатации трубопроводных магистралей и коммуникаций, а также юридическое право конкретного лица на проведение демонтажа, транспортировку и последующую продажу составных частей ликвидированных объектов. Выдаваться может уполномоченными советами или предприятиями – бывшими владельцами трубопроводов и магистралей, подлежащих демонтажу. Входит в договор купли-продажи объекта.

Апельсиновая корка (целлюлит труб)

Термин, употребляющийся для описания шероховатости, бугристости поверхности труб. По аналогии с обычным целлюлитом: поверхность целлюлитных труб напоминает апельсиновую корку.



«Апельсиновая корка»

Бесшовка, Катанка

Этим термином называются бесшовные трубы (катанные, без шва), полученные методом холодной (ГОСТ 8734) или горячей (ГОСТ 8732) формовки из отдельных заготовок.

Банан (сабля)

Характерный для бывших в употреблении труб дефект. Выражается он в искривлении. Может появляться при недобросовестном демонтаже, когда плохо закреплённая или излишне длинная труба вынималась экскаватором. Хотя чаще всего б/у трубы искривляются ещё во время эксплуатации.



«Банан»

Бамбук

Так называется цельная труба, состоящая из нескольких сегментов. Бамбук может получаться и при стыковании во время монтажа, и непосредственно при производстве, то есть этот признак присущ как б/у трубам, так и новым. Сегменты могут быть одинаковыми или разной длины.

Военка (военная труба)

Термин обозначает трубопровод сборно-разборного типа ПМТ и ПМТП, чаще всего использующийся при обустройстве временного лагеря.

Воздушка

Название трубопроводов, проложенных над землёй. Соответственно, так же называются и полученные после демонтажа таких конструкций трубы. Отличительная особенность воздушки – состояние поверхности (такие трубопроводы, как правило, окрашивают).



«Воздушка»

Восстановлённая труба (реставрированная, сделанная)

Бывшая в употреблении труба, подвергшаяся полному восстановлению. Реставрация заключается в очистке от изоляции, внутренней и внешней пескоструйной обработке, нанесении фаски.

Восьмисотка (и другие производные от чисел)

Этот термин употребляется для обозначения труб больших диаметров. Пример: диаметр восьмисотки – 820, тыщёвки – 1020 и так далее.



«Восьмисотка»

Профессиональный сленг металлоторговца 2



«ВЭГЭПэшк
а»

ВЭГЭПэшк

Труба стальная водогазопроводная по ГОСТ 3262-75.

Горячка

Труба горячекатаная, она же **бесшовка** по ГОСТ 8731-74 : ГОСТ 8732-78. Иногда имеют ввиду **Лист горячекатаный**, или любой другой металлопрокат изготовленный методом горячей прокатки.

Гнутик

Швеллер гнутый , имеющий в сечении П-образный профиль, который изготавливается на профилегибочных станках из стального штрипса. ГОСТ 8278-89 – швеллер гнутый равнополочный; ГОСТ 8281-80 – швеллер гнутый неравнополочный.



«Гнутик
»

Гээсовская сталь (ГээС)

Используемая при производстве труб для магистральных трубопроводов низколегированная сталь (09Г2С, 17Г1С, 17ГС, 17Г1С-У, 13Г1С-У).

Дорожка

Дефект труб в виде продольной внутренней ложбинки (дорожки).

Кассеты или спецконики

Особые виды коников, использующиеся при транспортировке труб определённого диаметра: кассеты – для 820, 1020, 1220; спецконики – для парной перевозки труб диаметром 1420.

Коники

Используемые для закрепления труб при их транспортировке рёбра жёсткости и деревянные прокладки особой конструкции.



«Коники
»

Коники ригельные (рога, ригеля)

Металлические коники определённой формы. Напоминают букву П, крепятся поперечной планкой вниз. Высота ригельных коников может достигать до 2,2 м. Количество рогов, необходимых для транспортировки труб, зависит от длины изделий, однако минимальное – 2 ригельных коника.

Гнутик

Швеллер гнутый , имеющий в сечении П-образный профиль, который изготавливается на профилегибочных станках из стального штрипса. ГОСТ 8278-89 – швеллер гнутый равнополочный; ГОСТ 8281-80 – швеллер гнутый неравнополочный.

Косичка

Дефект в виде неровностей на поверхности профнастила, гофролиста, и других профилей из за некачественного оборудования или несоответствующей толщины заготовки (оцинкованного листа в в рулонах или с полимерным покрытием).

Корж или коржик

Так называется слой известкового налёта, скопившийся внутри водопроводных труб б/у. Высокий процент минерализации коржа и диффузное его сцепление с трубами существенно затрудняет процесс очистки внутренней поверхности.



«Корж
»

Кругляк

Разновидность сортового металлопроката, имеющая круглое сечение.

Профессиональный сленг металлоторговца 3

Лежалая

Термин применяется к трубам, не бывшим в употреблении. Лежалая труба не подвергалась монтажу или демонтажу.



«Лежалая»

Матрёшка (кукла)

Наиболее рациональный способ транспортировки труб разного диаметра: в большую вкладывается меньшая. При таком способе погрузки для транспортировки труб можно использовать многотоннажный транспорт, существенно сократив количество рейсов.



«Матрёшка»

Магистралка

Бывшая в употреблении труба, эксплуатировавшаяся под давлением. Обычно магистралки получают в процессе монтажа нефтяных или газовых магистралей. Характеристики таких труб диаметром до 820 регламентируются ГОСТ 20295, свыше 820 – ТУ.



«Магистралка»

Необработанные трубы

Полученные в процессе демонтажа трубопроводов трубы, не подвергавшиеся обработке и очистке.



«Необработанные»

Нефтянка, водянка, газовка

Название бывших в употреблении труб, указывающее на специфику их эксплуатации. То есть водянка – труба из водопроводной магистрали, по нефтянке перекачивалась нефтепродукты, газовка служила для транспортировки газа.

Обечайка

Обод цилиндрической или конической формы, использующийся при сварном соединении труб. Применение обечаек даёт возможность существенно повысить прочность трубопроводов и их долговечность.



«Обечайка»

Отводы стальные

Так называются фрагменты труб, загнутые под 40, 60, 90 °, которые используются для соединения трубопроводов в местах их поворотов. Диаметр отводов должен в точности совпадать с диаметром основных труб. Соединяют отводы сварным методом, так как именно он позволяет обеспечить прочность трубопровода.



«Отводы
Стальные»

Пенал (пенальные трубы)

Пенальные трубы используют в качестве «футляра» для хранения труб меньшего диаметра.

Пескоструй, отпескоструить (пескоструйная обработка, песок)

Наиболее эффективный способ очистки бывших в употреблении труб. Пескоструй позволяет полностью избавиться от загрязнений, ржавчины, старой краски, а также обезжиривает поверхности. Дальнейшая покраска обработанных пескоструем труб возможна без другой подготовки. Образовавшаяся на поверхности металла шероховатость усиливает сцепление слоя краски, что обеспечивает более длительный срок его службы: защитный слой краски служит в несколько раз дольше, чем на трубах, не прошедших пескоструйную обработку.



«Пескоструй»

Профессиональный сленг

Металлоторговца 4

Плѐнка (ПВХ, плѐночная изоляция)

Полимерная рулонная лента с самоклеющимся основанием. Используется в качестве антикоррозийного изоляционного слоя, чаще всего для подземных трубопроводов. Наматывается на трубы, предварительно покрытые слоем грунтовки.

Поперечка

Так называют кольцевой шов на трубе. Обычно он присутствует в харьковских трубах большого диаметра (1020), но при помощи поперечки соединяются любые другие трубы из составных частей. Поперечка может быть как производственной – труба соединялась на предприятии-изготовителе, так и полевой – швы сваривались в процессе монтажа.



«Поперечка»

Праймер

Специальная грунтовка, которой покрываются трубы для нанесения на них в дальнейшем изоляционного слоя. Может быть разных видов. Например, битумный праймер, использующийся для антикоррозийной защиты хранящихся под открытым небом труб, представляет собой смесь нефтяных битумов.

Пробная вода (продавка, просветка швов)

Такие термины чаще всего употребляются для того, чтобы подчеркнуть малый срок эксплуатации труб б/у. То есть подразумевается, что трубы почти не использовались.

Промытая (пропаренная) труба

Термин означает, что труба прошла процесс очистки от нефрепродуктов.

Просечка

Лист просечно-вытяжной (ПВЛ).



«Просечка»

Прямошовка

По-другому – прямошовная труба, 10704 (имеется в виду ГОСТ 10705-80: 10704-91) или п/ш. Изготавливается из прямоугольного штрипса (стальной полосы) путѐм продольного сваривания. Для этого используют высокочастотную электродуговую сварку. Тело трубы-прямошовки имеет всего один продольный сварной шов.

Разморозка (размороженные трубы)

Дефект, появляющийся в результате замерзания воды внутри трубы: лед, увеличившись в объеме, приводит к появлению трещин и разрывов.

Резерв (госрезерв)

Такие трубы не были в употреблении, так как хранились определенное время в качестве резервных на предприятиях для использования в чрезвычайных ситуациях (незапланированные перебои снабжения, форсмажор, внезапно возникший дефицит и так далее). По истечении установленного нормативами срока хранения резерв полностью обновляется, а списанные трубы продаются как б/у или лежалые.



Именно язык, на котором говорит менеджер, какую использует терминологию- выдает в нем профессионала или дилетанта.

Профессиональный сленг металлоторговца 5



«Рога
(стойки)»



«Спиралка»

Рога (стойки)

С помощью таких металлических сварных конструкций увеличивается вместимость кузова автомашин для перевозки труб большого диаметра.

Свайные трубы

Тонкостенные трубы невысокого качества, использующиеся при установке буронабивных (буроинъекционных) свай.

Спиралка

Спиральношовная труба, изготавливаемая из рулонной стали при помощи высокочастотной электродуговой сварки (ГОСТ 8696-74). Другие названия: спираль, с/ш труба.

С поля (с демонтажа)

Термин обозначает место приобретения бывших в употреблении труб. То есть подразумевается, что покупались они без какой-либо предварительной обработки, в том же состоянии, в котором находились при демонтаже. Трубы с поля самые дешёвые.

Сухарь (сухой демонтаж, с/д, монтаж-демонтаж)

Таким термином обозначаются трубы, практически не бывшие в употреблении. То есть смонтированный из них трубопровод не использовался до самого процесса демонтажа.

Тело трубы (анг – pipe body)

Если речь идёт о бесшовной трубе, то вся она – тело. В случаях же со сварными трубами телом трубы принято называть бесшовные участки.

Труба с хранения (длительного хранения)

Можно сказать, что это те же лежалые трубы, но хранились они в идеальных условиях: с использованием противоосадочных заглушек, предотвращающих затекание внутрь воды, с регулярной антикоррозийной обработкой и проведением других мероприятий, позволяющих сохранить первоначальные характеристики изделий. Во избежание деформации трубы длительного хранения периодически перекадываются.

ТэУшка

Некондиционные трубы, не соответствующие требованиям ГОСТа. Не следует путать ТэУшки с трубами, изначально изготавливаемыми по ТУ (они используются для магистральных нефтегазовых трубопроводов и в отличие от ТэУшек не имеют дефектов).



«ТэУшка»

Фаска торцовка

Обычно бывшие в употреблении трубы после процесса монтажа имеют неровные (рваные) края, препятствующие их дальнейшему соединению. Фаска является обязательной частью восстановительных мероприятий. Процесс заключается в обрезании неровностей торцевым инструментом. Торцевая кромка при этом скашивается на 25-45°. Образовавшийся довольно острый край фаски притупляют (рюмочное притупление).

Допишите термины, которые используют в вашей компании



Профессиональный сленг

Фаска торцовка

металлоторговца б

Обычно бывшие в употреблении трубы после процесса монтажа имеют неровные (рваные) края, препятствующие их дальнейшему соединению. Фаска является обязательной частью восстановительных мероприятий. Процесс заключается в обрезании неровностей торцевым инструментом. Торцевая кромка при этом скашивается на 25-45°. Образовавшийся довольно острый край фаски притупляют (рюмочное притупление).

Фаска орбитой

Обработка краёв бывших в употреблении труб при помощи газовой сварки. Орбита по качеству существенно уступает торцовке, да и сами трубы при такой обработке несколько теряют в прочности.

Футеровка

Так называется особая обработка труб, обеспечивающая их внутреннюю защиту от повреждений любого характера (механических, термических, коррозионных, физических). Футеровка также позволяет предотвратить износ труб и пролить срок их эксплуатации. Проводится она с применением разных материалов и может быть цементной, резиновой, керамической, композитной и т.д.



«Футеровк



«Цветняк

»

Цветняк

Цветной металлопрокат.

Черняга, чернуха

черный металлопрокат.

Холодняк

Труба холоднокатаная, она же **бесшовка** по ГОСТ 8733-74 : ГОСТ 8734-75, Чаше подразумевают лист стальной или нержавеющей холоднокатаный. Реже другой прокат, производимый с помощью холодной прокатки.

Экспортная труба б/у (на экспорт)

Так называются бывшие в употреблении трубы, предназначенные для поставок за рубеж. Чаше всего экспортные трубы проходят полное или хотя бы частичное восстановление. Наибольшим спросом в качестве экспортных пользуются дешёвые водопроводные или спиральношовные трубы.

Эллипс

Дефект торца, образующийся в процессе демонтажа труб, если они не надрезались, а переламывались. В таком случае торец приплюскивается и принимает форму эллипса (0).

Японка (немка, чешка)

Термины, указывающие на страну-производителя ввезённых из-за рубежа труб (чаще всего горячедеформированных).

Допишите термины, которые используют в вашей компании



Фактический и теоретический вес металлопроката.

Существует два вида веса металлопроката: фактический и теоретический. **Фактический вес** определяют взвешиванием изделий на специально предназначенных для этого весах, как правило – электронных. Весы должны быть сертифицированы, проверены, иметь паспорт, куда внесены данные о пределе измерения, погрешностях, о результатах последней поверки.



Теоретический вес определяют расчетным методом. При расчетах пользуются таблицами, в которых указаны марки стали, габариты изделий. Таблица веса металлопроката позволяет узнать размер изделия по массе, а также массу проката по его размеру. Производить расчет массы металлопроката по таблице достаточно сложно, поэтому можно для простоты пользоваться специальным калькулятором металлов, который позволяет вычислить массу проката по размерам и метражу.

Теоретический же вес является величиной справочной. На практике, различия между теоретически и фактически высчитанному весу, составляют 5 % в любую сторону. Хотя в идеале теоретический вес проката должен соответствовать фактическому. Разница в расчетах объясняется тем, что производственное оборудование – металлопрокатные станы – допускают некоторую погрешность по толщине изделий. Также плотность металла может отличаться от табличной. Масса труб может варьировать, в отличие от теоретически полученной, в зависимости от размера сварных швов, так как они могут добавить к весу до 2 %. В случае, если фактический вес отличается от теоретического значительно и в меньшую сторону, нужно перепроверить качество изделия. Так, например, недобросовестные производители соблюдают заявленную толщину изделия только по краям, где производятся замеры, а в середине сталь тоньше положенного.

Расчет массы металлопроката

1. Вес уголка. Самым ходовым является уголок равнополочный. Расчет веса уголка производится в соответствии с таблицей весов металлопроката.

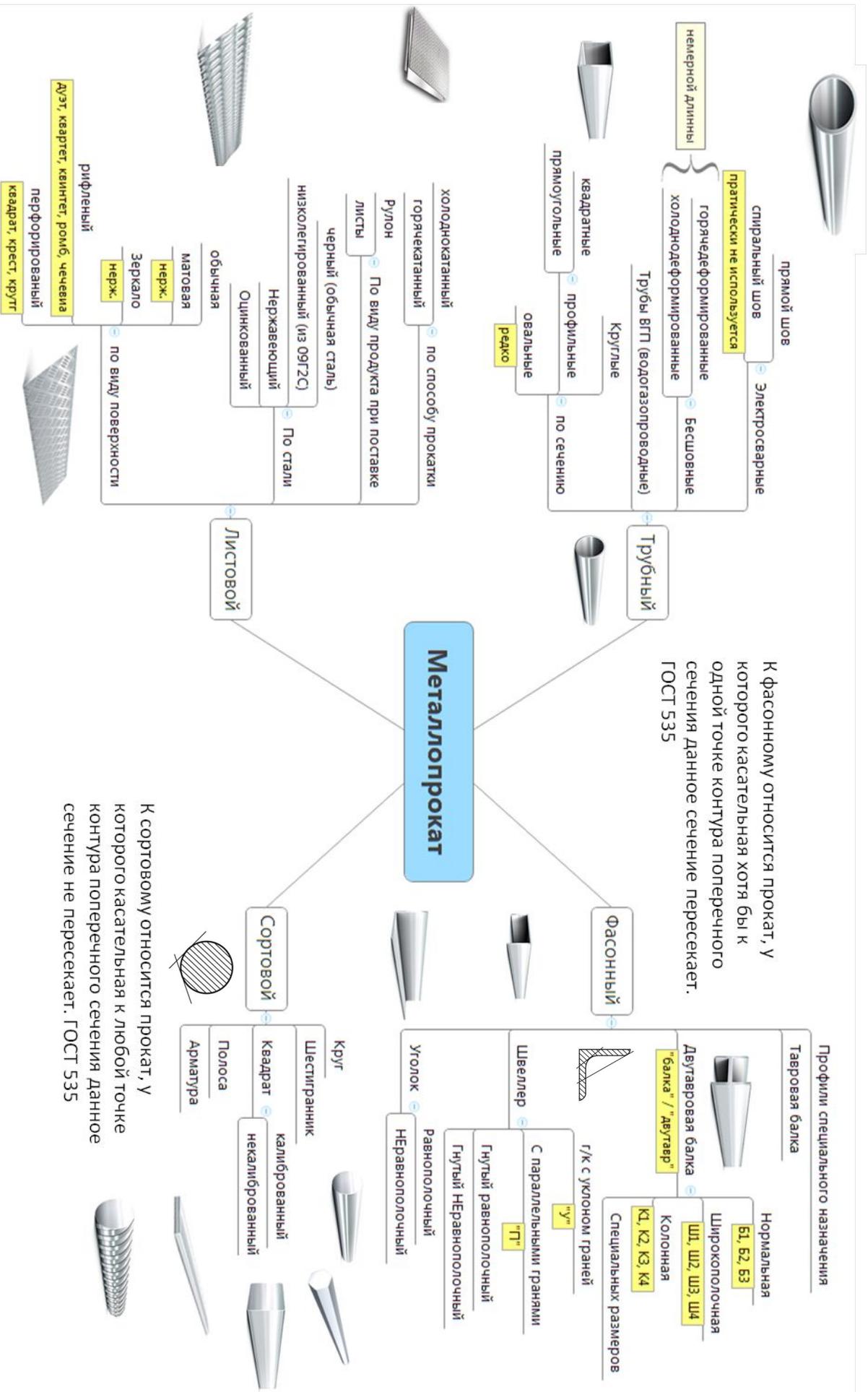
2. Вес швеллера и балки двутавровой. В связи со сложной формой сечения и швеллера, и балки, необходимо точно указать данные изделия в калькуляторе, добавить метраж, после чего вы получите вес изделия.

3. Вес трубы профильной. Если высчитывать площадь сечения трубы, а затем умножать ее на метраж, получится результат, значительно меньше реального веса. Гораздо лучше производить расчет по таблицам веса.

4. Вес трубы круглой. Вес круглой трубы, а также вес металлического круга рассчитать проще всего, так как сечение их правильной формы. Результат расчета будет максимально приближен к фактическому весу. Соответственно, если это будет не так, то мы имеем дело с недобросовестным производителем. Таким образом, сопоставление фактического и расчетного веса позволяет выявить качество изделия, а значит – обеспечить устойчивость здания, оборудования, безопасность людей.



Ассортиментная матрица металлопрокат



Заводы производители

металлопроката



Необходимые ресурсы для менеджеров по продажам металлопроката.



<http://www.metalinfo.ru> - Журнал о продажах металлопроката. События, новости на рынке металлопроката, аналитики, поставщики, объявления, форум.



<http://metal100.ru> - Единый металлургический портал. Цены, поставщики, объявления.



<http://23met.ru> - Цены на металлопрокат крупнейших поставщиков, ежедневная актуализация информации, удобная система фильтров и справочная информация, калькулятор для вычисления массы, длины, площади и количества изделий.



<https://www.metalbulletin.ru/> - Новости, аналитика, цены на металлы, видео, справочники



<http://www.metaltorg.ru/> - Новости, аналитика, компании.



Российский Союз Поставщиков
Металлопродукции

<http://www.rspm.ru/> - Российский Союз Поставщиков Металлопродукции



<http://www.snabsz.ru/> - Региональный информационный портал Северо-Запад и Санкт-Петербург. Новости, аналитика, цены, компании.

Нержавеющий Металлопродукт.

ЖЕЛЕЗО

Мягкий и гибкий металл выплавляется из руды.



+

УГЛЕРОД

Чтобы получить сталь, в железо добавляют **0,04-2,14% углерода**.



=

СТАЛЬ

В результате добавления к железу углерода получается прочная и гибкая сталь.



+



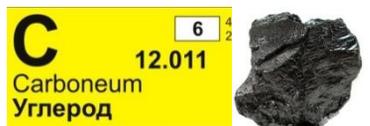
ХРОМ

При добавлении в сталь **12-20% хрома**

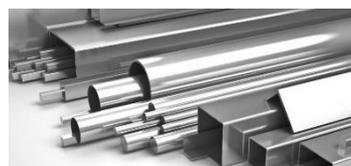
=

УГЛЕРОД

При добавлении большего количества (**>2,14%**) углерода .



=



НЕРЖАВЕЮЩИЕ СТАЛИ

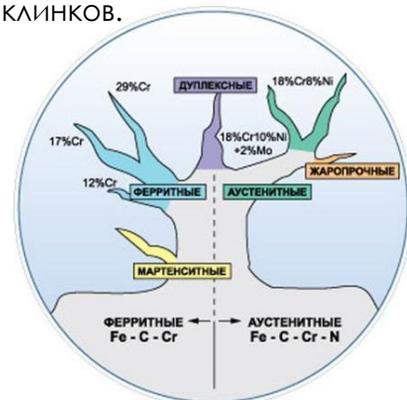
Получается **ЧУГУН**
Твердый и хрупкий металл.



Аустенитные - не магнитные и в дополнение к хрому содержат никель (обычно на уровне 18%), который увеличивает сопротивление коррозии. Эта группа нержавеющих жаропрочных сталей с повышенным присутствием никеля (10% - 20%) и хрома (20% - 25%) имеет лучшее сопротивление к окислению при высоких температурах и может применяться в частях печей, топках, муфельных печах. Это самая широко используемая группа нержавеющих сталей.

Ферритные - магнитные, имеют низкое содержание хрома (в основном на уровне 13% - 17%) и содержание углерода. Используется в промышленном строительстве, в стиральных машинах, декоративных комнатных элементах и домашнем хозяйстве.

Дуплексные:
Применяются в судостроительстве, в нефтехимической и целлюлозно-бумажной промышленности.
Мартенситные:
В основном для производства турбин и клинков.



Аустенитные и ферритные сорта составляют приблизительно 95% всех используемых нержавеющих сталей.

Нержавеющая сталь 2

Использование нержавеющей стали:

Нержавеющую сталь используют во всех сферах деятельности человека, начиная от тяжелого машиностроения, заканчивая электроникой и точной механикой. Наиболее большее применение она нашла в:

- Строительстве и архитектуре;
- Промышленности;
- Бытовых приборах;
- Химической и нефтехимической промышленности;
- Целлюлозно-бумажном производстве;
- Электроэнергетике;
- Охране окружающей среды;
- Транспортном машиностроении;

Строительство и архитектура:

Нержавеющая сталь появилась впервые около ста лет тому назад, но в строительстве и архитектуре ее начали массово применять недавно. Она была использована при строительстве и дизайне крупнейших торговых центров - La Defense в Париже, Canary Wharf в Лондоне, Sony Center в Берлине и Petronas Towers в Куала-Лумпур.

Нержавеющая сталь - это сплав железа с хромом. Её антикоррозийные свойства появляются благодаря наличию на поверхности металла слоя оксида хрома. Этот защитный слой очень устойчив и даже после механического или химического повреждения быстро приобретает свой прежний вид и антикоррозийные качества металла остаются без изменений.

Нержавеющая сталь - это материал очень практичный, одновременно благородный и эстетичный. Благодаря разнообразию марок и видов поверхности он в состоянии удовлетворять разные условия, которые появляются перед строительными и отделочными материалами.

Кроме антикоррозийного свойства у нержавеющей стали следует отметить следующие качества:

- разнообразие изделий (лист, труба, профиль, пруток, уголок, сетка);
- большой выбор видов поверхности (шлифованная, полированная, матовая, декоративная, а также цветные поверхности);
- множество марок обладающих различными качествами;
- легкий процесс обработки, формирования и сборка выполненных из нее деталей
- долговечность материала;
- высокая температура плавки;

Надежность элементов из нержавеющей стали намного выше, чем у других отделочных материалов. Их вид не изменяется в течении десятков лет. Нержавеющая сталь имеет намного более высокие жаропрочные свойства, чем другие стали.

Нержавеющая сталь используется в строительстве чаще всего как материал для перилл, оконные и дверные проемы, противопожарные двери, из нее изготавливают бассейны и лифты.

Также она является хорошим декоративным для оборудования для ресторанов, офисов, пабов, дискотек и станций метро. Все чаще из нее производится мебель для офисов и магазинов. Комбинируя нержавеющую сталь со стеклом, деревом или камнем получаем красивые и элегантные изделия.

Нержавеющая сталь 3

Существуют декоративные листы из нержавеющей стали. Эти листы имеют ряд свойств дающих им преимущество над традиционными листами - шлифованными или полированными:

Важным их свойством является устойчивость к царапинам.

На декоративных листах не остаются отпечатки пальцев.

Следует заметить эстетические свойства листов, особенно цветных. Цвет листа устойчив и не меняется даже при изгибе.

Существует ошибочное мнение, что нержавеющая сталь является дорогим материалом. На самом же деле, поскольку это красивый и долговечный материал, его стоимость не является большой, особенно если возьмем во внимание огромный период эксплуатации.

Пищевая промышленность:

Нержавеющая сталь является сегодня, вместе со стеклом и некоторыми другими синтетическими материалами, практически незаменимым материалом для изготовления оборудования для обработки, хранения и транспортировки пищевых продуктов. Это связано с высокими гигиеническими, эстетическими и токсикологическими требованиями. Гигиена имеет важное значение в пищевой промышленности.

Существуют конкретные требования, касающиеся смываемости тяжелых металлов с оборудования, которое находится в постоянном контакте с пищевыми продуктами. Согласно с европейскими нормами количество хрома и никеля, смываемого с нержавеющей стали в стандартном тесте ISO 6486/1, составляет максимум 2 мг/дм³. С аустенитных сталей количество этих металлов меньше чем 0,02 мг.дм³, одним словом около 1% от допустимой нормы.

Марками нержавеющей, стали используемыми в пищевой промышленности, являются AISI 304 и AISI 316, в сталях с большим количеством составляющих в сплаве редко бывает необходимость. Огромное значение имеет хороший вид поверхности. Для этого хватает стандартной поверхности 2В, но иногда бывает необходима полировка.

Бытовые приборы:

Дом - это место, где каждый впервые сталкивается с нержавеющей сталью. Нержавеющая сталь является идеальным материалом для кухонной посуды. Сталь - это материал, связанный с высоким уровнем жизни и поэтому ее использование в быту будет расти вместе с повышением уровня жизни.

Химическая и нефтехимическая промышленность:

Практически все емкости, баки, реакторы, трубы и иное оборудование химической промышленности изготовлено из аустенитной нержавеющей стали. Минимально-допустимой маркой, здесь является AISI 316L, часто используются сталь с содержанием молибдена, до 6%. Выбор марки нержавеющей стали - это трудная задача и требует глубоких знаний.

Целлюлозно-бумажное производство:

Большая часть оборудования используемого в бумажной - целлюлозной промышленности изготовлена из нержавеющей стали. Используется здесь марка стали AISI 316, а также стали с содержанием молибдена 3-6%. Современные предприятия и заводы этой отрасли используют 3.000-5.000 тонн нержавеющей стали в год.

Электроэнергетика :

Сегодня во всем мире электроэнергия производится путем сжигания угля, нефти или газа. Здесь также необходима нержавеющая сталь. Начиная от добычи нефти и газа заканчивая энергетическими комплексами, нержавеющая сталь нужна везде.

Нержавеющая сталь 4

Охрана окружающей среды:

Современное общество старается не загрязнять окружающую среду. Старые заводы и электростанции закрывают или переоборудуют. Новые заводы строятся согласно с требований к охране окружающей среды. Расходный материал - это нержавеющая сталь.

Транспортное машиностроение:

В последнее время необходимость перевозки грузов и материалов значительно возросла. Чтобы обеспечить максимальную безопасность груза во время транспортировки необходимы специальные контейнеры. Сейчас производятся контейнеры из нержавеющей стали пригодные для перевозок как пищевых продуктов, так и других грузов. Здесь используется марка стали AISI 316L. Транспортная промышленность - это огромный потребительский рынок на нержавеющую сталь. В автомобилестроении нержавеющая сталь используется при изготовлении катализаторов и выхлопных труб. Применяются ферритные и аустенитные марки, на один автомобиль необходимо 10-20 кг нержавеющей стали.

| Марки стали | Назначение |
|-----------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 20X13, 08X13, 12X13, 25X13H2 | Для деталей с повышенной пластичностью, подвергающихся ударным нагрузкам; деталей, работающих в слабоагрессивных средах. |
| 30X13, 40X13, 08X18T1 | Для деталей с повышенной твердостью; режущий, измерительный, хирургический инструмент, клапанные пластины компрессоров и др. (у стали 08X18T1 лучше штампуемость). |
| 06XH28MT | Для сварных конструкций, работающих в средне агрессивных средах (горячая фосфорная кислота, серная кислота до 10% и др.). |
| 14X17H2 | Для различных деталей химической и авиационной промышленности. Обладает высокими технологическими свойствами. |
| 95X18 | Для деталей высокой твердости, работающих в условиях износа. |
| 08X17T | Рекомендуется в качестве заменителя стали 12X18H10T для конструкций, не подвергающихся ударным воздействиям при температуре эксплуатации не ниже - 20 гр. С. |
| 15X25T, 15X28 | Аналогично стали 08X17T, но для деталей, работающих в более агрессивных средах при температурах от - 20 до 400 гр. С (15X28 - для спаев со стеклом). |
| 20X13H4Г9, 10X14АГ15, 10X14Г14Н3 , | Заменитель сталей 12X18H9, 17X18H9 для сварных конструкций. |
| 09X15H8Ю, 07X16H6 | Для высокопрочных изделий, упругих элементов; сталь 09X15H8Ю - для уксуснокислых и солевых сред. |
| 08X17H5M3 | Для деталей, работающих в сернокислых средах. |
| 20X17H2 | Для высокопрочных тяжелонагруженных деталей, работающих на истирание и удар в слабоагрессивных средах. |
| 10X14Г14Н4Т | Заменитель стали 12X18H10T для деталей, работающих в слабоагрессивных средах, а также при температурах до 196 гр. С. |
| 12X17Г9АН4, 15X17АГ14 03X16H15M3Б, 03X16H15M3 | Для деталей, работающих в атмосферных условиях (заменитель сталей 12X18H9, 12X18H10T) Для сварных конструкций, работающих в кипящей фосфорной, серной, 10 %-ной уксусной кислоте. |
| 15X18H12C4ТЮ | Для сварных изделий, работающих в воздушной и агрессивной средах, в концентрированной азотной кислоте. |

Нержавеющая сталь 5

| Марки стали | Назначение |
|---------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 08X10H20T2 | Немагнитная сталь для деталей, работающих в морской воде. |
| 04X18H10, 03X18H11, 03X18H12, 08X18H10, 12X18H9, 12X18H12T, 08X18H12T, 06X18H11 | Для деталей, работающих в азотной кислоте при повышенных температурах. |
| 12X18H10T, 12X18H9T, 06XH28MДТ, 03XH28MДТ | Для сварных конструкций в разных отраслях промышленности Для сварных конструкций, работающих при температуре до 80 гр. С в серной кислоте различных концентраций (не рекомендуются 55 %-я уксусная и фосфорная кислоты). |
| 09X16H4Б | Для высокопрочных штамповарных конструкций и деталей, работающих в контакте с агрессивными средами. |

Выгоды использования и применения нержавеющей стали

Срок службы

Когда рассматриваются полные затраты цикла жизни, нержавеющая сталь - часто наименее дорогой выбор

Низкие Затраты Обслуживания

Нержавеющая сталь обычно лишь требует периодической очистки, с использованием домашних моющих средств и воды. Поверхности должны быть вымыты повторно водой и протерты. Следует использовать мягкую губку, не применяя абразивных паст.

Простота Изготовления

Современные методы металлообработки подразумевают, что Нержавеющая сталь может быть порезана, сварена, сформована и обработана так же как традиционные стали и другие материалы.

Сопrotивление Коррозии

Более низкие сорта сопротивляются коррозии в нормальных атмосферных и водных средах, в то время как более высокие сорта могут сопротивляться коррозии во многих кислотах и щелочах, и некоторых хлористых растворах, присущих окружающим средам, типичных для многих обрабатывающих заводов.

Прочность

Механические свойства Нержавеющих сталей позволяют снизить толщины используемых материалов, таким образом сокращая вес без риска снижения прочностных характеристик. Аустенитные и Дуплексные сорта не теряют прочности и при низких температурах, при учете меньших толщин по сравнению с традиционными сортами. Таким образом достигается существенная экономия по отношению к альтернативным материалам.

Гигиена

Нержавеющая сталь признанна как наиболее гигиеническая поверхность для подготовки пищевых продуктов. Уникальность поверхности Нержавеющей стали в том, что она не имеет пор или трещин для проникновения грязи или бактерий. Это свойство простой очищаемости по отношению к другим поверхностям, делает Нержавеющая сталь первым выбором в строгих гигиенических условиях, например, больницах, общественных кухонь, скотобойнях, пищевого оборудования, перерабатывающих предприятиях АПК.

Эстетичный внешний вид

Яркая, легко обслуживаемая поверхность нержавеющей стали обеспечивает привлекательный и современный внешний вид изделий, является идеальной для широкого и растущего диапазона архитектурных и декоративных приложений.

Отличия нержавеющей стали от обычной

К сталям нержавеющей категории относятся сплавы, в химическом составе которых содержится значительное количество (до 27%) хрома. Этот элемент способствует формированию окисной пленки, которая обеспечивает нержавейке высокую коррозионную устойчивость.

Разновидности нержавеющих сталей относительно содержания в них хрома

| тип стали | соотношение элементов | свойства стали |
|---------------------------|----------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Хромистые | от 12% до 14% Cr до 0,45% C | Хорошая устойчивость к химической коррозии в среде с повышенным содержанием водяного пара, азотной и уксусной кислоты. |
| | от 16% до 18% Cr около 0,1% C | Повышенная коррозионная стойкость, которая сохраняется при высоких температурах, не превышающих 900°C. Проявляется устойчивость к парам серы, холодным растворам органических кислот, мыла и пр. |
| | От 18% до 28% Cr | Антикоррозионные свойства сохраняются при температурах до 1150°C. |
| Хромникелевые | 18% Cr, 8% Ni | Устойчивость к действию азотной кислоты, концентрированной серной, фосфорной и др. кислотам. |
| | + 1,5-2,5% Mo | Добавка молибдена способствует повышению устойчивости к действию серной и уксусной кислот. |
| | + 3% Cu | Добавка меди помогает противостоять коррозии, которая возникает в малоагрессивных средах при нагрузках растяжения. |
| | + 2-3% Si | Добавка кремния помогает противостоять действию серной и соляной кислот. |
| Хромо-марганцевоникелевые | Cr, Ni, Mn | Хорошая устойчивость к действию молочной, уксусной и кислот, которые могут присутствовать в фруктовых соках. Широко применяются в молочной промышленности. |

Чтобы наделить нержавеющей сталь требуемыми эксплуатационными характеристиками, в ее состав, кроме хрома, вводят и другие химические элементы – никель, молибден, титан и др. Так, если изделия из нержавейки, в составе которой содержится 13–17% хрома, могут успешно эксплуатироваться только в слабоагрессивных средах, то стальные сплавы с повышенным содержанием данного элемента (свыше 17%), а также с никелем и молибденом уже способны противостоять воздействию растворов солей и даже более агрессивных сред.

Характеристики основных марок нержавеющей стали

Разделение нержавеющей стали в определенные группы осуществляется в зависимости от входящих в состав сплава легирующих элементов и маркируется следующим образом:

- хромистая сталь – 400 группа;
- хромоникелевая – 300 группа;
- хромоникельмолибденовая – 300 группа;
- хром-никель-марганцевая – 200 группа.

В каждую из перечисленных групп входит несколько марок стали, индивидуальные свойства которых зависят от процентного содержания легирующих элементов.

НЕРЖАВЕЮЩАЯ СТАЛЬ

СЕРИИ 200

Основными легирующими элементами этой марки стали является хром, никель и марганец. Группа стали 200 разрабатывалась как бюджетная альтернатива хромоникелевым сплавам и предназначена для применения в определенных сферах. Сплавы обладают высокой прочностью, хорошей свариваемостью и формруемостью. Коррозионно устойчивы в умеренно агрессивной окружающей среде.

Нержавеющая сталь 200 группы не рекомендована для наружной эксплуатации, а также для хранения и перевозки кислот и прочих агрессивных веществ.

Эта серия применяется для изготовления кухонной посуды и приборов, резервуаров для воды, упаковочного оборудования и т. п. Ограждения из нержавеющей стали этой серии достаточно редки и устанавливаются лишь внутри помещений, которые гарантированно защищены от повышенной влажности и других агрессивных факторов. Как вы сами можете догадаться - таких помещений не так уж много, однако и стоимость Aisi 2XX порою в разы ниже более коррозионно устойчивых сплавов, поэтому при необходимости сэкономить средства такие условия можно попытаться создать. Одним словом, применяемость нержавеющей стали серии 200 в качестве материала для ограждений сугубо индивидуальна.



AISI 201 (12X15Г9НД)

Сталь нержавеющая марки **AISI 201** значительно дешевле аналогичной по свойствам нержавеющей стали других серий. В ней дорогой никель частично заменен марганцем и азотом.

НЕРЖАВЕЮЩАЯ СТАЛЬ

СЕРИИ 300

Хромоникелевые сплавы нержавеющей стали имеют высокую прочность, пластичность, свариваемость. Входящий в сплав никель обеспечивает превосходную антикоррозионную стойкость в агрессивных средах и улучшает внешнюю поверхность материала.

Сплавы **300** группы пользуются повышенным спросом и успешно применяются во многих областях: химической и пищевой промышленности, строительстве, медицине, ракетостроении, судостроении, авиации, машиностроении, нефтехимической промышленности и т.п.

Нержавеющая сталь AISI 3XX является самым распространенным материалом для изготовления ограждений уличного типа и элементов конструкций эксплуатирующихся в агрессивных условиях.

AISI 304 (08X18H10)

Аустенитная, с низким содержанием углерода. Легко поддается сварке, устойчива к межкристаллитной коррозии. Высокая прочность при низких температурах. Поддается электрополировке. Является наиболее универсальной и широко используемой из всех марок нержавеющей стали.

ОБЛАСТИ ПРИМЕНЕНИЯ: Используется в установках для пищевой, химической, текстильной, нефтяной, фармацевтической и бумажной промышленности.



Пищевая промышленность



НефтеХим завод



Фармацевтическая фабрика

AISI 316 (10X17H13M2)

Улучшенная версия AISI 304 (с добавлением молибдена), что делает ее особенно устойчивой к воздействию коррозии. Технические свойства этой стали при высоких температурах гораздо лучше, чем у аналогичных сталей, не содержащих молибден. (Молибден (Mo) делает сталь более защищенной от питтинговой коррозии в хлористой среде, морской воде и парах уксусной кислоты).

AISI 316L

Сталь аналогичная AISI 316 с очень низким содержанием углерода. Особенно подходит для изготовления сварных конструкций. Обладает высокой устойчивостью к межкристаллитной коррозии, применяется в температурных режимах до 450°C.

ОБЛАСТИ ПРИМЕНЕНИЯ: AISI 316 и 316L используются для химического оборудования, инструментов, вступающих в контакт с морской водой и атмосферой, при изготовлении оборудования для проявления фотопленок, в установках для переработки пищи, емкостях для отработанных масел.

AISI 316T (10X17H13M2T)

Наличие титана (Ti), в пять раз превышающее содержание углерода, обеспечивает стабилизирующий эффект в отношении осаждения карбидов хрома (Cr) на поверхность кристаллов.

ОБЛАСТИ ПРИМЕНЕНИЯ: Детали, обладающие повышенной устойчивостью к воздействию высоких температур и к среде с присутствием новых ионов хлора. Лопасты для газовых турбин, баллоны, сварные конструкции, коллекторы. Также применяется в пищевой и химической промышленности.

AISI 321 (12-08X18H10T)

Хромоникелевая сталь с добавкой титана (Ti), особенно рекомендуется в изготовлении сварных конструкций и для использования при температурах между 400°C и 800°C. Устойчива к коррозии.

ОБЛАСТИ ПРИМЕНЕНИЯ: Оборудование для нефтеперерабатывающей промышленности, химическое оборудование и оборудование, устойчивое к высоким температурам. Также применяется для изготовления сварного оборудования в разных отраслях промышленности (трубы, детали печной арматуры, теплообменники, муфелы, реторты, патрубки и коллекторы выхлопных систем).

НЕРЖАВЕЮЩАЯ СТАЛЬ СЕРИИ 400

Свойства стали этой группы зависят от процентного соотношения входящего в состав сплава хрома, которое варьируется от 13% до 27%. Нержавеющая сталь **400 серии** пластична, хорошо поддается сварке и штамповке, обладает повышенной прочностью и твердостью. Успешно эксплуатируется в условиях высокотемпературного режима. Применяется в архитектуре и строительстве, в различных отраслях промышленности, в том числе пищевой и перерабатывающей, в качестве декоративного материала для внутреннего оформления зданий.

Однако следует учесть, что подавляющее большинство фасонных элементов и комплектующих для ограждений изготавливаемые крупными сериями, а следовательно - наиболее распространенные, выполняются из стали AISI 3XX (чаще всего AISI 304). То есть в целом металлоконструкция будет иметь устойчивость ограниченную характеристиками наиболее слабого звена. Как следствие - применение дорогой нержавейки серии **AISI 4XX** достаточно часто бывает нецелесообразно или избыточно.

AISI 410

Базовая мартенситная нержавеющая сталь. Обладает высокой ударной вязкостью, хорошей коррозионной стойкостью и жаропрочностью.

ОБЛАСТИ ПРИМЕНЕНИЯ: Успешно применяется в изделиях, подвергающихся воздействию слабоагрессивных сред (атмосферные осадки, водные растворы солей органических кислот) при комнатной температуре. Стали типа **AISI 410** могут использоваться в изготовлении деталей машин и аппаратов для винодельческой промышленности. Эти стали разрешено применять в непосредственном контакте с суслом, коньячным спиртом, продуктами переработки отходов пищевой промышленности.



Танки для варения пива



Спиртовой завод



Архитектурные сооружения

AISI 420

Мартенситная нержавеющая сталь обладает высокой износостойкостью, пластичностью, устойчива к высоким температурам и коррозии. По сравнению с базовой мартенситной маркой AISI 410, сталь AISI 420, обладая высоким содержанием углерода, имеет более высокую твердость и износостойкость.

ОБЛАСТИ ПРИМЕНЕНИЯ: Применяется в тех случаях, когда необходимо сочетание высокой прочности и хорошей коррозионной стойкости.

AISI 430 (12X17)

Это нержавейка с высоким процентом хрома и низким – углерода. Такое соотношение способствует высокой прочности и одновременно пластичности. AISI 430 хорошо гнется, сваривается, штампуется. Сохраняет свои свойства в коррозионно опасных и серосодержащих средах, устойчива к резким перепадам температуры. Используется в нефтегазовой промышленности, а также в качестве декоративного материала для отделки зданий и помещений.

Крупнейшие продавцы нержавеющей металлопроката в РФ

1. Континенталь, Екатеринбург и РФ www.kontinental.ru
2. Глобус-Сталь, Жуковский www.globus-stal.ru
3. Феррит, Тольятти и РФ www.ferrit63.ru
4. Металлсервис, Москва и РФ www.mc.ru
5. Объединение Салют, Москва www.salutsteel.ru
6. Илеко, Аша и РФ www.ileko.com
7. Ориннокс, Нижний Новгород www.orinnox.ru
8. Инокспойнт, Москва и РФ www.inoxpoint.ru
9. Инокстрейд, Москва и РФ www.inoxtrade.ru
10. Специальные Стали и Сплавы, Щелково и РФ www.russteels.ru
11. Стилберг, Москва и РФ <http://stellberg.ru/>
12. Салют Сталь, Москва, <http://www.salutsteel.ru/>

Заводы поставщики. Иностранные производители нержавеющей стали



Iltinox S.p.A.

Один из лидеров в производстве пищевой нержавеющей трубы. Италия.
www.arvedi.it/iltax



YUEN CHANG STAINLESS STEEL

Yuen Chang Stainless Steel Co., Ltd.
Известный поставщик сварной нержавеющей листового проката. Тайвань. <http://www.yuenchang.com>



Padana Tubi S.p.A.

Известный производитель нержавеющей круглой и профильной трубы. Италия.
www.padanatubi.it



Chandan Steel Ltd

Ведущий поставщик сортового нержавеющей металлопроката. Индия.
www.chandansteel.com



Jindal Ltd

Крупный азиатский производитель листового проката. Индия.
www.jindalstainless.com



Итальянский производитель нержавеющей фитингов под приварку с самым большим ассортиментом.
www.berinox.it



S-More Steel Materials Co., Ltd

Поставщик нержавеющей листового проката. Тайвань
www.smoresteel.com



Aperam - глобальный производитель нержавеющей стали с производственными мощностями в Бразилии, Бельгии и Франции www.aperam.com



Outokumpu — финская компания, один из ведущих производителей нержавеющей стали в мире
www.outokumpu.com



Valbruna — итальянский крупный производственный холдинг нержавеющей металлопроката.
www.valbruna-stainless-steel.com



Ratnesh Metal Industries Ltd

Производитель сортового нержавеющей металлопроката. Индия.
www.ratneshmetal.com

Наиболее популярные марки нержавеющей стали и сферы их применения

| Марка стали | Описание и применение |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>10X17H13M2T и 10X17H13M3T</p> <p>AISI 316H, 316Ti, 318, S31635</p> | <p>Стали, которые отличаются хорошей свариваемостью и отличной устойчивостью к коррозии. Свойства сталей данных марок формируются за счет наличия в их химическом составе следующих элементов: хрома (16–18%), молибдена (2–3%), никеля (12–14%), углерода (0,1%), кремния (0,8%), меди (0,3%), серы (0,02%), фосфора (0,035%), марганца (2%), титана (0,7%). Если существует необходимость в выборе нержавеющей сталей данных марок, то следует иметь в виду, что на отечественном рынке можно приобрести и их зарубежные аналоги, а именно: SUS316Ti (Япония), 316Ti (США), 0Cr18Ni12Mo2Ti (Китай), Z6CNDN17-12 (Франция).</p> <p>Нержавеющие стальные сплавы данных марок успешно используют для производства изделий, которые в процессе своей эксплуатации постоянно подвергаются воздействию высокой температуры и агрессивных сред.</p> |
| <p>08X18H9 и 08X18H10</p> <p>AISI 304</p> | <p>Нержавеющие стальные сплавы, из которых делают трубы как круглого, так и любого другого сечения. В химическом составе сталей данных марок содержатся следующие элементы: хром (17–19%), углерод (0,8%), титан (0,5%), никель (8–10%).</p> <p>Используют эти материалы для производства различных конструкций, эксплуатируемых в машиностроительной и химической промышленности, а также для производства элементов трубопроводов и печных устройств.</p> |
| <p>10X23H18</p> <p>310S</p> | <p>Сталь этой марки характеризуется высоким содержанием никеля (17–20%) и хрома (22–25%), а также марганца (2%) и кремния (1%) в своем составе. Такое сочетание элементов наделяет сплав требуемыми характеристиками и формирует повышенную склонность к отпускной хрупкости. Следует отметить, что сплав данной марки относится к нержавеющей сталям жаропрочной категории.</p> |
| <p>08X18H10T</p> <p>AISI 321</p> | <p>Нержавеющий сплав данной марки отличается высокой устойчивостью к процессам окисления, а также хорошей свариваемостью, причем для получения качественного соединения по данной технологии изделия можно не подвергать предварительному нагреву, а также не выполнять их термическую обработку после сварки. Чтобы улучшить прочностные характеристики изделий, изготовленных из такой стали, их необходимо подвергнуть закалке, что оговорено в соответствующем нормативном документе.</p> |
| <p>06XН28МДТ</p> <p>AISI 904L</p> | <p>Сплав данной марки оптимально подходит для создания сварных конструкций, которые будут в дальнейшем эксплуатироваться в агрессивных средах. В химическом составе этой стали содержатся следующие элементы: хром (22–25%), никель (26–29%), медь (2,5–3,5%).</p> |
| <p>12X18H10T</p> <p>321, 321H, S32100, S32109</p> | <p>Изделия, изготовленные из стали данной марки, преимущественно используются для оснащения предприятий химической, целлюлозно-бумажной, строительной, пищевой и топливной отраслей. Этот металл отличается термической стойкостью, хорошей ударной вязкостью и практичностью использования.</p> |

Наиболее популярные марки нержавеющей стали и сферы их применения

| Марка стали | Описание и применение |
|----------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 12X13, 20X13, 30X13 и 40X13 AISI 420S | Нержавеющие стальные сплавы данных марок практически не поддаются свариванию, но есть у них и положительные свойства. Последние заключаются в том, что эти стали не имеют склонности к отпускной хрупкости, а их внутренняя структура не поражается дефектами, которые на профессиональном языке называются флокенами . Из нержавеющей сталей данных марок изготавливают режущий и измерительный инструмент, а также рессоры и пружины различного назначения. |
| 08X13, 08X17, 08X18T1 AISI 439 | Это нержавеющие стальные сплавы ферритной группы, из которых производят изделия, не испытывающие в процессе своей эксплуатации ударные нагрузки, а также воздействие низких температур. |

Маркировка нержавеющей сталей, правила формирования которой оговариваются положениями нормативных документов, несет в себе следующую информацию: число, стоящее на первом месте, указывает на количественное содержание в составе сплава такого химического элемента, как углерод (например, в стали марки 08X17 углерод содержится в количестве 0,08%, а в 40X13 – 0,4%); после букв в маркировке, каждая из которых обозначает соответствующий химический элемент (X – хром, Н – никель, М – марганец), проставляются цифры, указывающие на его содержание в целых процентах.

0,05% углерода

18% хрома

X5CrNi18-10

10% никеля

| | | | | |
|--------------|--------------|-------------|--------------|--------------|
| М - молибден | Ю - алюминий | Е - селен | В - вольфрам | Ц - цирконий |
| А - азот | Б - ниобий | Х - хром | П - фосфор | С - кремний |
| Д - медь | Т - титан | Ф - ванадий | Г - марганец | |
| Н - никель | Р - бор | У - углерод | К - кобальт | |



Все это лишь незначительная часть информации о **МЕТАЛЛОПРОКАТЕ** (черном и нержавеющей). Еще больше информации ищите в справочниках и на специализированных ресурсах сети интернет. Необходимо постоянно повышать свои профессиональные знания в области металлопроката.

Рынок металлопроката Москвы

На рынке металлопроката существует 6 типов поставщиков:

1. Крупные федеральные металлотрейдеры, с развитой филиальной сетью металлобаз по России: «Металлсервис», «ДипОс», «Брок-Инвест-сервис», «Стальинтекс», «Евраз», «Мечел», «ТД ММК», «А-групп», «Ариэльметалл», «Металлокомплект-М», «Металлоторг», «Сталепромышленная компания».

Все они являются либо торговыми домами заводов («ТД ММК» – завод «ММК»; «Мечел» – группа «Мечел», «Евраз» – группа «Евраз»), реализующими продукцию своих комбинатов, либо дилерами всех известных в стране комбинатов («Северсталь», «НЛМК», «ММК» и т.д.)
Занимают 45% рынка.

2. Мелкие металлотрейдеры: «Стальинтекс-Трейд», «Мосглавснаб», «Вестмаркет Металл», «Омега металл», «Рязанский трубный завод», «Королевский трубный завод», «Русметпром», «МК Промстройметалл», ГК «МеталлРесурс», «Сталь Про».

Все они отличаются от предыдущих тем, что не представлены одной – двумя базами с разным ассортиментом продукции.
Занимают 14% рынка.

3. Узкоспециализированные поставщики: «Химмаш Металл», «Шельда», «Кармет», «МСК», «МТК», СК) ТМК», «Уралтрубосталь», «Сетка Инфо», «Салют».

Как правило на складе держат один тип продукции. Например Трубы разных диаметров, Сетка, Нержавейка. Занимают 10% рынка.

4. Мелкие производители: «Стальинвест», «Спецатомконтакт», Завод «Стройпрофиль», ТПК «Союз», «Фахман», «Мосстрой-31», «МеталлПрофиль», «Стальпрофиль», «ВестаПарк», «ТулМет» и т.д.

Имеют производственные линии и делают трубы определенных диаметров, профнастил, сэндвич-панели и другие изделия из рулонного и листового металлопроката.
От общего объема рынка занимают 10%

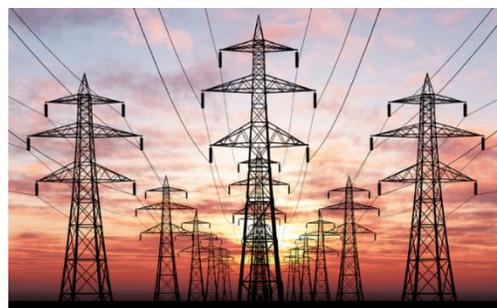
5. Крупные перекупщики: «Гриф-р», «Руспромсталь», «СтальСитиСервис», «Металлист», «МеталлСК», «Московский дом Металла», «Юнистальпром», «ЧерметКом», «СтройМеталл», «Беталл», «КрафтМеталл».

Отличаются гибкостью, скоростью роста, сервисом, уровнем контакта с клиентом, амбициями, есть склад, но продукции минимум (держат только самое основное под постоянных клиентов), имеют несколько направлений, есть что предложить клиентам. Активно наращивают долю на рынке.
Занимают 14% рынка, активно растут.

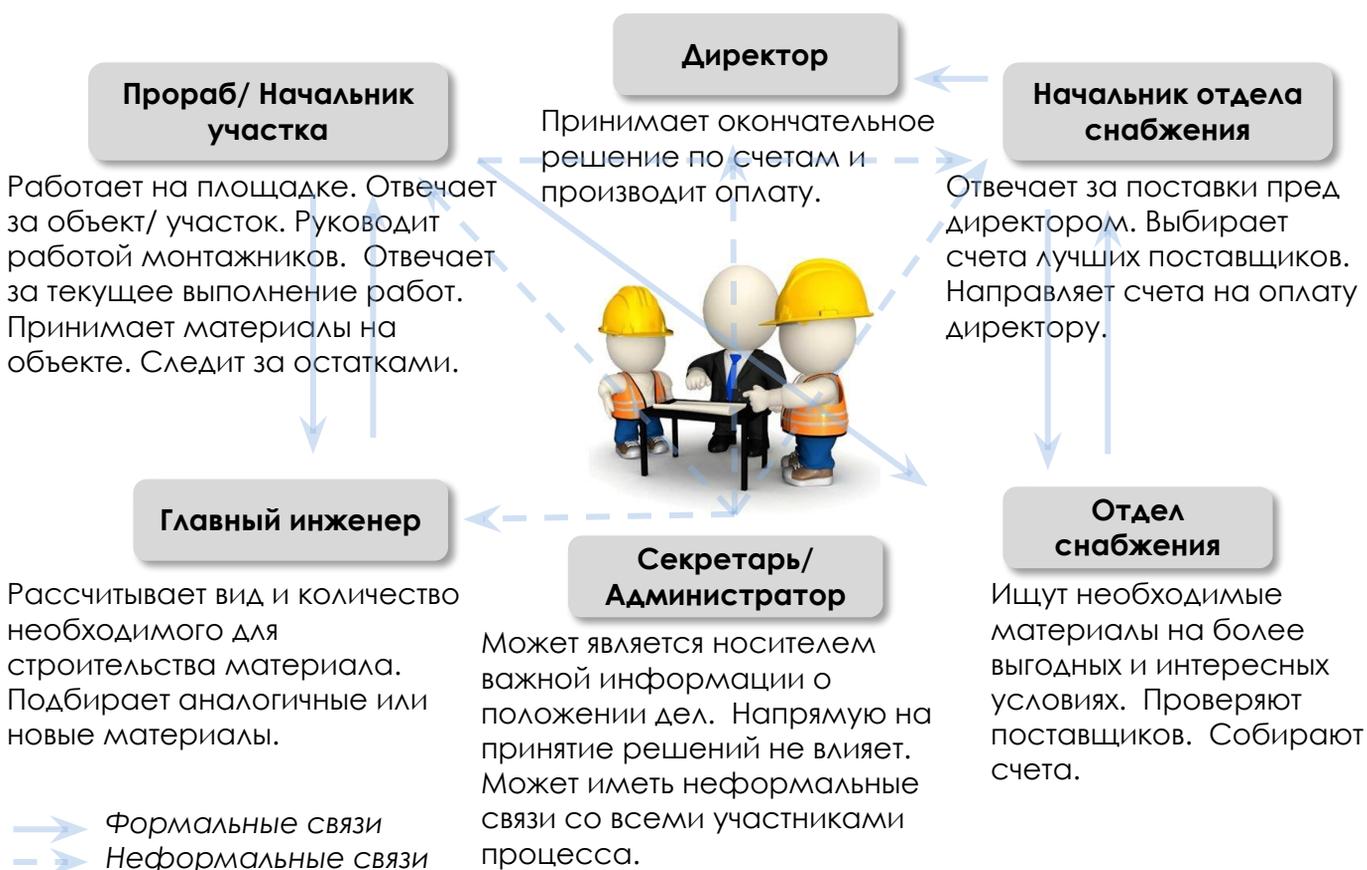
6. Мелкие перекупщики. Их сотни. Как правило, компании, созданные под одного клиента, проект. Живут один два года и чаще всего закрываются с долгами перед клиентами. Достаточно часто мошенничают, предлагают нерыночные заниженные цены, потом не привозят продукцию и закрываются. Таких тысячи в стране. Более тысячи только в Москве.
Занимают 6% - это в основном те деньги, которые теряет клиент от работы с ними

Основные отрасли, потребляющие металлопрокат через дистрибуционную металлоторговую систему страны:

| Строительство и реконструкция | Предприятия машиностроения и металлообработки: | предприятия по изготовлению металлоконструкций |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>1. Строительство и реконструкция инженерных сооружений и комплексов (аэродромов, систем водогазонефтеснабжения, очистительных сооружений, ангаров, культурно-развлекательных, спортивных и торговых комплексов).</p> <p>2. Промышленное строительство и реконструкция (заводы, фабрики)</p> <p>3. Жилищно-гражданское строительство (жилые дома, общественные здания): крупнопанельное домостроение, сборно-монолитное каркасное домостроение, кирпичное домостроение, панельно-каркасное домостроение, монолитное домостроение</p> <p>4. Транспортное строительство (дороги, мосты, тоннели)</p> <p>5. Гидротехническое строительство (плотины, дамбы, каналы, берегоукрепительные сооружения и устройства, водохранилища)</p> <p>6. Гидромелиоративное строительство (системы орошения, осушения)</p> | <p>1. Машиностроение и металлообработка, в том числе сельскохозяйственное машиностроение (производство зерноуборочных комбайнов, культиваторов, кормораздатчиков, сушильных камер, бункеров, перегородок, водонапорных башен)</p> <p>2. Тракторостроение</p> <p>3. Вагоностроение, производство электровозов</p> <p>4. Производство гидравлических прессов</p> <p>5. Производство экскаваторов</p> <p>6. Производство оборудования для легкой, целлюлозно-бумажной, пищевой промышленности</p> <p>7. Производство вентиляционного оборудования, торгового и складского оборудования, воздухопроводов, поддонов, транспортеров, ангаров, дверей</p> <p>8. Мебельное производство</p> <p>9. Химическая и нефтехимическая промышленность</p> | <p>1. Энергетическая промышленность. Производство опор линий электропередач;</p> <p>2. Производство вышек связи;</p> <p>3. Производство металлоконструкций для предприятий машиностроения и металлообработки, в том числе, для заводов и предприятий агропромышленного комплекса, автомобилестроения, вагоностроения, котлостроения: фундаментов, опор и ферм перекрытий, смотровых площадок, лестничных маршей и переходов.</p> |



Система должностных взаимоотношений в строительной подрядной организации



Нормы расхода строительных материалов при строительстве на 1 м².



Бетон

0,5 кубических метра на 1 м² строительства



Цемент

340 кг на 1 кубический метр бетона для жилья. 450 кг на 1 кубический метр бетона для коммерческих проектов



Песок, щебень, гравий

340 кг на 1 кубический метр бетона для жилья. 450 кг на 1 кубический метр бетона для коммерческих проектов



Металл

30 кг на 1 квадратный метр строительства

Таким образом, зная объемы строительства, вы можете прогнозировать потребность в строительных материалах металлопрокате. Делитесь информацией с клиентом. Будьте для клиента консультантом.

Портрет нашего клиента (customer profiling)

**Начальник отдела снабжения
Закупщик производственного
предприятия**

Возраст:
30-50 лет

Пол:
Мужчины 86%
Женщины 14%

Уровень дохода

Зависит от размера компании.
50-70 тыс. + возможные откаты и бонусы от поставщиков

Характер и навыки

Интроверт- 64%
Экстраверт- 36%
Хорошие аналитические данные.
Способность к обработке больших объемов информации.

Хобби/ Увлечения

Традиционные виды спорта и увлечения.
Чаще всего, рыбалка/футбол.

Что делает его счастливым?

Деньги. Спокойствие.
Уверенность в завтрашнем дне.
Отсутствие раздражителей.

Желания:

Угодить руководству.
Избежать «косяков в работе»
Съездить с семьей в отпуск.
Купить новый автомобиль.

Задачи

Общаться с поставщиками.
Искать и находить новых с более лучшими и выгодными условиями.

Образование

Высшее 82%
Средне- специальное 18%

Семейный статус

Женат – 76%
Холост- 24%

Социальное положение

Работник по найму.
Автомобиль уровня Skoda или Ford.
Квартира в спальном районе.
Отпуск 1 раз в год.

Окружение

Руководители среднего и высшего звена.
Предприниматели.
Коллеги по работе.

Страхи / опасения

Допустить ошибку при выборе поставщика. Потерять деньги. Потерять время. Быть пойманным руководством при получении бонусов от поставщиков



Как правило, руководители и начальники отделов снабжения очень занятые люди. Они много общаются с поставщиками. Хорошо знают ситуацию на рынке. Знают цены на материалы основных поставщиков. Заинтересованы в поиске новых форм и условий сотрудничества. Ценят свое время.

Потребности закупщиков.



1. Минимальные цены при отсутствии других преимуществ.
2. Правильно оформленные документы.
3. Поставка качественной продукции.
4. Соответствие фактического веса- весу, указанному в документах.
5. Своевременная доставка.
6. Адекватность , внимание, ответственность менеджера.

Снабженцы говорят:

- Мне нужен металлопрокат. Я готов рассматривать различные предложения, готов общаться с поставщиками. Но у меня нет ни времени не желания общаться с дилетантами, которые просто в сезон решили заработать на поставках металлопроката.

- Я хочу общаться с профессионалами. Которые знают продукцию, рынок, особенности этого рынка, которые пытаются понять меня как клиента. Но к сожалению, на рынке много компаний, людей, которые не совсем понимают зачем пришли сюда.

- Я прекрасно знаю, что помимо крупных трейдеров, существует масса мелких коммерсантов или «перекупов», как их иногда называют. Которые берут в Металлсервисе, Броке, ДипОсе, Сталинтексе- делают наценку и привозят мне. В принципе, я готов у них брать. Потому что и у Брока и у МС свои проблемы. И с ними не всегда удобно. Но нам важно чтобы продукцию привезли вовремя и надлежащего качества. Чтобы с документами был порядок. Чтобы менеджер был вменяемый, активный, внимательный. Да, цена важна. Но я готов переплачивать если все будет сделано четко и ровно. Я же понимаю что сервис стоит денег.

Но, бесит, когда звонит менеджер из очередной, извините, конторы, ничего толком не объяснив, пытается мне впарить метал по предоплате. Я их еще знать не знаю, а уже должен деньги перечислить. Ну на что они рассчитывают?

**Из интервью со снабженцем одной строительно- подрядной организации.*

Читайте статью «Поставщики глазами снабженца» на сайте: www.salesmetall.ru

Закупщики и снабженцы хотят и заинтересованы в работе и общении с менеджерами по продажам металлопроката- это факт.

Но снабженцы, как и все покупатели, у которых существует потенциальная потребность в приобретении продукции, желают общаться исключительно с профессионалами. А если они слышат по телефону неуверенную речь дилетанта – то сразу возникает масса отговорок. Закупщики и снабженцы не готовы тратить время на разговоры с дилетантами.

НЕ БУДЬТЕ ДИЛЕТАНТОМ, БУДЬТЕ ПРОФЕССИОНАЛОМ

Профессионал

- Хорошо одет;
- Здоров и позитивен;
- Уверен в себе;
- Знает продукцию, свойства и особенности;
- Хорошо говорит
- Вежлив и любезен
- Имеет чувство юмора



VS

Дилетант

- Не уверен в себе
- Чрезмерно навязчив
- Пытается неудачно шутить
- Использует слова паразиты
- Настроен на негатив
- Не разбирается в продукте



Справочная информация. Основные потребители металлопродукции

| Потребители продукции | Предлагаемая продукция |
|--------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Гражданское строительство | |
| Монолитное домостроение | Арматурный прокат на все здание, мерные стержни, гнутые элементы каркаса, сетки; Каркасы колонн, пилонов, балок, ригелей, ростверков, закладные детали. Запорная и трубопроводная арматура. Трубы ВГП. |
| Панельное домостроение | Арматурный прокат на фундамент: мерные стержни, гнутые элементы каркаса, сетки, каркасы ростверков, армопояса фундамента, закладные детали. Запорная и трубопроводная арматура. Трубы ВГП. |
| Кирпичное домостроение | Арматурный прокат на фундамент: мерные стержни, гнутые элементы каркаса, сетки, каркасы ростверков, армопояса фундамента, закладные детали. Запорная и трубопроводная арматура. Трубы ВГП. |
| Домостроение по технологии КУБ-2,5 | Арматурный прокат на фундамент: мерные стержни, гнутые элементы каркаса, сетки, каркасы ростверков, армопояса фундамента, закладные детали. Запорная и трубопроводная арматура. Трубы ВГП. |
| Промышленное строительство | |
| Сооружение зданий на металлокаркасе | Несущие колонны, фермы, балочные перекрытия из фасонного проката, арматурные изделия на ростверки, сетки на покрытие пола, закладные детали; |
| Промышленное строительство | Детали металлокаркаса для промышленного оборудования, балочные перекрытия из фасонного проката, арматурные изделия на ростверки, сетки на покрытие пола, закладные детали; |
| Другое | |
| Берегоукрепление | Элементы армокаркаса для устройства стены в грунте, сетки для армирования площадок, закладные элементы. |
| Устройство буронабивных свай | Каркасы буронабивных свай из арматурного проката, навесные элементы на каркас: вальцованные распорные кольца, направляющие фонари, сетки. |
| Мостостроение | Тяжелые сетки из арматурной стали, гнутые элементы армокаркасов, армокаркасы, элементы несъемной опалубки из листовой стали, закладные элементы. |
| Дорожное строительство | Тяжелые сетки из арматурной стали, гнутые элементы армокаркасов, армокаркасы, закладные элементы, элементы «оперения» инфраструктуры дороги. |
| Шахтостроение/Туннелестроение | Арматурные элементы каркасов, арматурные каркасы для устройства «стены в грунте», несущие конструкции из фасонного проката, закладные элементы. |

Справочная информация. Основные потребители металлопродукции 2.

| Потребители продукции | Предлагаемая продукция |
|-----------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Производство ЖБИ | Мерные стержни, гнутые элементы каркаса, сетки; Каркасы всех железобетонный изделий, каркасы забивных свай, закладные детали. |
| Автомобилестроение | Элементы несущих конструкций рам, заготовки из листового проката, заготовки для механической обработки, мелкие элементы конструкций |
| Судостроение | заготовки и элементы конструкции судов в основном из листовой стали и полосульба, заготовки из фасонного и сортового проката. |
| Машиностроение, станкостроение | Широчайшая спецификация заготовок, элементов и деталей металлокаркасов из фасонного и листового проката, обечайки, заготовки для мех-обработки. |
| Строительство газопроводов Инженерные сети и коммуникации. | Заготовки для несущих конструкций из фасонного проката: эстакады, кронштейны, заготовки труб для устройства компенсаторов, фланцы, заглушки. Запорная и трубопроводная арматура. Трубы ВГП. |
| Инжиниринговые компании | Прокладка нефтепроводов, теплопроводов и других кабелей. |
| Бурение скважин для воды | Труба с резьбой, 133, 159 диаметр. Обсадные трубы. (С резьбой). |

Металлоконструкции

| | |
|---------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Крупные производители металлоконструкций | Широчайшая спецификация заготовок, элементов и деталей крупногабаритных металлоконструкций из всех видов металлопроката, обечайки. |
| Малые и средние производители металлоконструкций | Заготовки, детали, элементы ответственных металлоконструкций, из всех видов металлопроката, заготовки для механической обработки. |
| Монтаж металлоконструкций | Заготовки, детали, элементы ответственных металлоконструкций, из всех видов металлопроката, заготовки для механической обработки. |



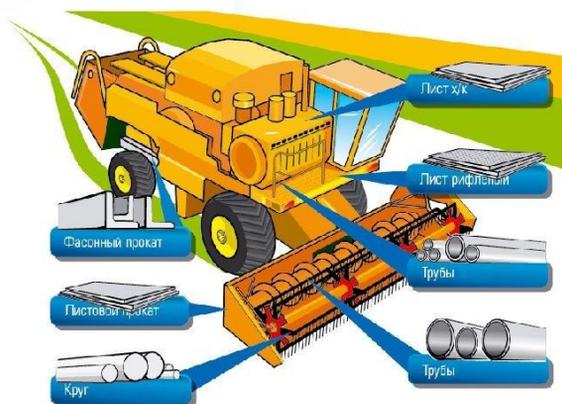
Применение и использование металлопродукта

Строительная индустрия



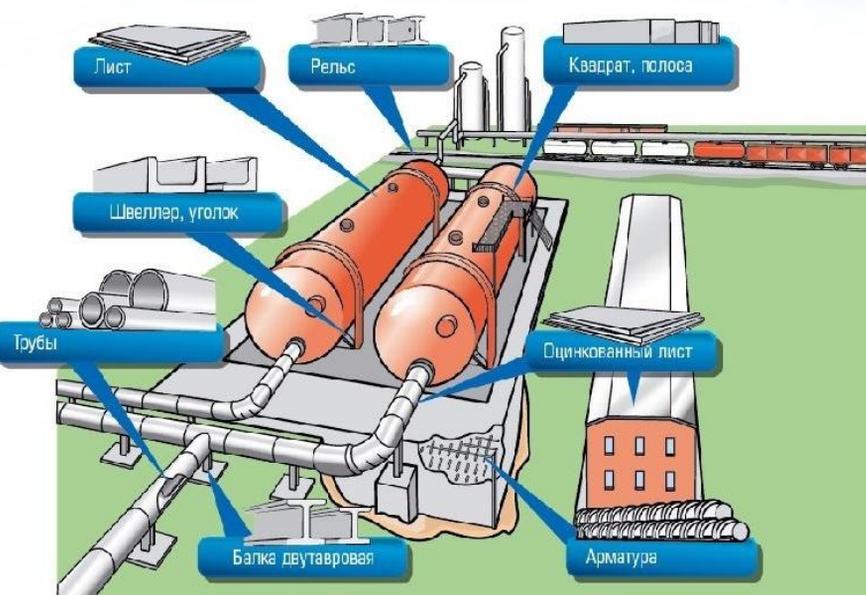
Строительство

Машиностроение



Машиностроение

Топливо-энергетический комплекс



Топливо- энергетический комплекс

Кто такой менеджер по продажам?

Менеджер по продажам — специалист, профессионально занимающийся торговой деятельностью. Осуществляет связь между покупателями, торговыми и производящими организациями.

Выделяют следующие специализации менеджеров по продажам в зависимости от вида объекта продажи:

- потребительские товары;
- продукция промышленного назначения;
- услуги.

Суть работы менеджера по продажам – организация процесса сбыта товаров или продукции компании.

Для того чтобы поток сбываемого товара был равномерным и постоянным, необходимо установить и поддержать партнерские отношения с клиентами. После того, как подписан договор, следует проконтролировать поставку товара и выполнение участниками договора взятых на себя обязательств.

Одним словом, необходимо, сделать все, чтобы клиенты не пожалели о сделанной покупке и обращались в Компанию снова и снова. Может показаться, что такая работа – сплошные телефонные звонки, обзвон «холодной базы», поиск потенциальных клиентов и переговоры.

На самом деле, менеджер по продажам даже на начальных позициях, прежде всего, занимается сбором и анализом информации, презентацией сервиса компании, разработкой документации, заключением договоров, работает на отгрузках, отслеживает, чтобы товар был доставлен вовремя.

Работа менеджера по продажам является идеальным стартом для любой карьеры.

Работая менеджером по продажам, вы формируете и развиваете в себе необходимые для успешного построения карьеры, навыками. Такими как: постановка цели, планирование, навыки презентации и др.. И самые главные, навыки эффективного общения, благодаря которым, вы выстраиваете отношения с необходимыми Вам людьми.

После двух-трех лет работы на начальной позиции, можно стать руководителем отдела продаж. Организовывать и планировать работу отдела, контролировать объем продаж, вести переговоры с VIP клиентами. Основная задача все та же – увеличить объемы реализации, найти новых клиентов, продвигать свой товар или услугу на рынок, добиваясь наиболее выгодных условий сотрудничества. Но подход уже иной – стратегический. А это анализ рынка и выработка тактики расширения продаж, оценка потенциальных партнеров и конкурентов, бизнес-планирование.

Таким образом, знание закономерностей процесса продажи, изучение техник продаж и приемов их реализации помогут вам реализовать собственные амбиции и планы, повысить уровень материального благосостояния и получить заветный карьерный рост.

Для того, чтобы успешно продавать товары или услуги, **менеджер по продажам должен знать этапы продаж, а также обладать профессиональными знаниями и навыками в следующих областях:**

1. Менеджер по продажам перед началом работы должен ознакомиться с Книгой продаж компании и со Стандартами работы. Стандарты работы нужно обязательно прочесть до конца, так как это основной документ, по которому вы будете работать. Если вам что-то будет непонятно, задавайте вопросы своему руководителю. Именно от понимания того, чего от вас ждет Компания, зависит ваша результативность, ваш имидж и будущий карьерный рост.

2. **Менеджер по продажам должен уметь психологически настраивать себя на результат.**

3. Необходимо ознакомиться с историей отрасли и направлением работы своей компании.

4. Необходимо выучить информацию о Компании, знать все ее преимущества и выгоды для покупателей от сотрудничества с компанией.

5. Необходимо выучить основные продуктовые направления работы компании. Разбираться в основных продуктовых линейках.

6. Получить навыки общения, уметь разбираться в психологических типах покупателя и «подстраиваться» под его тип поведения.

Качества личности менеджера для достижения успеха.

Большинство успешных менеджеров по продажам обладают качествами, которые перечислены ниже. У каждого из нас присутствует большинство из этих качеств (а у некоторых и все !). Понятно, что в зависимости от нашей личности и нашего опыта все эти качества у каждого из нас выражено по-разному.

1. Умение ставить цели, целеустремленность.

Как только вы решите, чего хотите достигнуть, к чему стоит стремиться, для саморазвития личности мысленно представьте себе, что вы уже всего этого достигли и подумайте о том, что «вы сделали для достижения результата». Повторюсь, если вы будете четко видеть цель, тогда вам легче будет себя мотивировать, заставляя себя предпринимать действия на пути к цели. Чем важнее для вас ваша цель, чем сильнее вы ее хотите, тем больше будет ваш успех в результате пути.

2. Огромное желание работать, самодисциплина.

Желание получить желаемое обладает огромной силой. Оно может заменить отсутствие опыта и подготовки, оно движет нами и заставляет работать. Если у вас есть цель и вы замечаете, что ваша активность снижается, мысленно разжигайте желание в себе, думайте о своей цели, думайте о том, как вы ее хотите, как стать успешным, думайте о том, как изменится ваша жизнь!

3. Трудовой энтузиазм, уверенность в себе.

Запомните, ваша удача зависит от вашего умения подпитывать в себе энтузиазм! Энтузиазм можно сравнить со спокойной уверенностью в себе, которая возникает на основе знаний и подтверждается опытом, основанным на противостоянии жизненным сложностям.

4. Умение пользоваться знаниями.

Если вы обладаете багажом знаний, значит ими обязательно нужно пользоваться, иначе эти знания будут тяготить вас как лишний груз. Поэтому, старайтесь воспринимать только ту информацию, которой вы будете пользоваться в дальнейшем, дружите с людьми, у которых вы можете многому научиться.

5. Приятная внешность.

Скажите, вам ведь приятнее разговаривать с доброжелательным и улыбчивым человеком, который с готовностью отвечает на ваши вопросы? В продажах, как нигде, очень важно уметь производить приятное впечатление на собеседника, быть открытым к общению, улыбаться, показывать свою заинтересованность потребностями покупателя.

6. Вера в лучшее, позитивный настрой.

Сама по себе работа менеджера по продажам сравнима с качелями: то нет продаж, то очень много. Поэтому, продавая, вам необходимо всегда верить в свою счастливую звезду, в Бога, в удачу, во что хотите, главное, верить в лучшее!

7. Готовность отдавать.

Исходя из опыта, можно сказать, чтобы получить лояльного клиента и завоевать его доверие, необходимо что-то ему дать (отдать). Это может быть ваше время, которое вы потратили на решение вопросов клиента, может быть грамотная профессиональная консультация, телефонные звонки, поиск необходимой клиенту информации... Не бойтесь потратить свое время, ведь только в том случае, если вы решите проблему клиента, он полностью проникнется к вам доверием и будет готов с вами работать (зачастую работать именно с вами, как с ответственным и надежным человеком).

8. Упорство.

Если ваши дела не идут, никогда не опускайте руки, всегда идите вперед, всегда боритесь, боритесь до самого конца, чтобы в конце вы не сожалели о потерянном шансе, а с уверенностью могли сказать, что сделали все, что могли!!!

9. Инициативность.

Инициативу лучше всего проявлять по отношению к своим результатам, смотря и сравнивая, какие же ваши действия действительно работают. А уж рассказывать или нет о вашем успехе руководству или коллегам — это решать вам, но перед принятием решения подумайте хорошенько.

10. Творческое воображение.

Да, да, вам обязательно понадобится творческое воображение, чтобы на основе выслушанного рассказа покупателя «придумать» проблему и предложить средство (ваш товар) для ее решения.

11. Умение получать урок из неудач.

Обдумывайте причины неудачных сделок, анализируйте свои ошибки без лишних эмоций, как бы со стороны. Если вы одна или несколько ошибок часто повторяются, в таком случае необходимо незамедлительно заняться самообразованием.

12. Эмпатия.

Для менеджеров по продажам очень важно уметь понять точку зрения другого человека, уметь представлять себя на его месте. Таким образом, профессиональный менеджер по продажам сможет понять, что чувствует клиент и на основе выявленных эмоций клиента вести продажу.

Причины неудач менеджера по продажам.

Если вы никак не можете добиться запланированных результатов в продажах, значит этому есть причины. И у каждого эти **причины коммуникативных неудач** свои, причем они имеют свои психологические особенности. Ниже приведены основные причины неудач в торговле.



1. Ошибки планирования.

Если вы не планируете рабочий день или недостаточно это делаете, стоит обратить особое внимание на планирование, так как это может быть основной причиной недостаточной результативности в продажах. Заведите привычку планировать свою работу, старайтесь для начала строить общие планы на месяц, делить их на недели и на рабочие дни.

Ежедневно вы должны знать, сколько продаж вы должны сделать, чтобы выполнить план. Планированием нужно заниматься самостоятельно, даже если ваше руководство не требует этого. Планируя свой рабочий день, вы задаете четкое направление по достижению цели и сами создаете удобные вам обстоятельства, сами управляете судьбой. Работая без плана вы в течение дня действуете хаотически, как получится, поддаваясь обстоятельствам.

Планировать в продажах нужно все: желаемое количество продукции для продажи, рабочее время, количество телефонных звонков, встреч, а также все, что вы будете говорить и делать на встречах.

2. Неправильный эмоциональный настрой.

Для успешной работы и реализации поставленных задач профессиональному менеджеру по продажам нужно уметь контролировать свое настроение. Например, за день вы провели несколько встреч, на всех из этих встреч вы получили отказы. Очень важно продолжать поддерживать все тот же позитивный настрой в последующих встречах. Нужно научиться мысленно разделять каждую ситуацию и не связывать каждый отказ между собой. Очень важно выработать умение управлять своим настроением, не поддаваться стрессу, контролировать свои эмоции, научиться настраивать себя на позитив и удачу, а также тренировать свою реакцию на критику и отказы.

3. Недостаточная профессиональная подготовка.

Вспомните, как давно вы читали профессиональную литературу, слушали аудиокниги, посещали курсы повышения квалификации? Давно? Очень важно постоянно повышать квалификацию, постоянно профессионально расти. Это важно как раз для вас, а не для вашего руководства и не для поддержания имиджа. Не думайте, что обучение новым навыкам не даст вам ничего нового. Возможно, вам не стоит в десятый раз посещать курсы, которые вы много раз посещали, а вот посетить занятия по новым навыкам есть смысл, тем более, если ваш



работодатель их оплатит. Запомните, люди, которые состоялись в жизни, постоянно стремились узнать что-то новое, получить новые навыки, занимались самосовершенствованием и самообразованием сами, без чьей-либо помощи.

4. Неверное планирование времени.

Секрет удачно потраченного времени в умении правильно распоряжаться каждым днем. Помните о том, что каждая минута вашего времени — это, в итоге, деньги, и не стоит ими разбрасываться и тратить свое время попусту.

5. Неверная постановка целей.

Поймите, если вы еще не решили, куда вы движетесь, значит, вы не сможете туда попасть. А если вы уже распланировали свой путь, установили конечный результат, поставили ориентиры, тогда вы обязательно добьетесь всего того, к чему стремитесь. Этим и отличаются успешные люди — они умеют правильно ставить цели. А если у вас не будет цели, тогда чем вы сможете себя мотивировать, побуждать и воодушевлять?

6. Плохая самодисциплина.

Самодисциплина всегда помогает работать, идти вперед, добиваться поставленных целей, даже в ситуациях, когда энтузиазм иссяк. Самодисциплина — это один из основных механизмов, который заставляет нас работать, выполнять определенные действия.

7. Привычка «тянуть время».

Часто ли вы откладываете выполнение каких-либо действий до более удобного случая? А может быть вы стараетесь избежать выполнения дел, которые вам попросту неприятны? Вы испытываете страх, когда не знаете, чем закончатся неприятные дела? Самое простое средство побороть страх неизвестности — это делать то, чего вы опасаетесь.

8. Отсутствие умения проигрывать.

Чем больше вы общаетесь с людьми, тем чаще вы получаете отказы. Конечно, процент остается приблизительно одинаковым, но количество отказов постоянно увеличивается с количеством контактов. Чтобы быть успешным менеджером по продажам, необходимо научиться стойко переносить отказы и не испытывать негативных эмоций по этому поводу.

9. Недостаточно развитое творческое воображение.

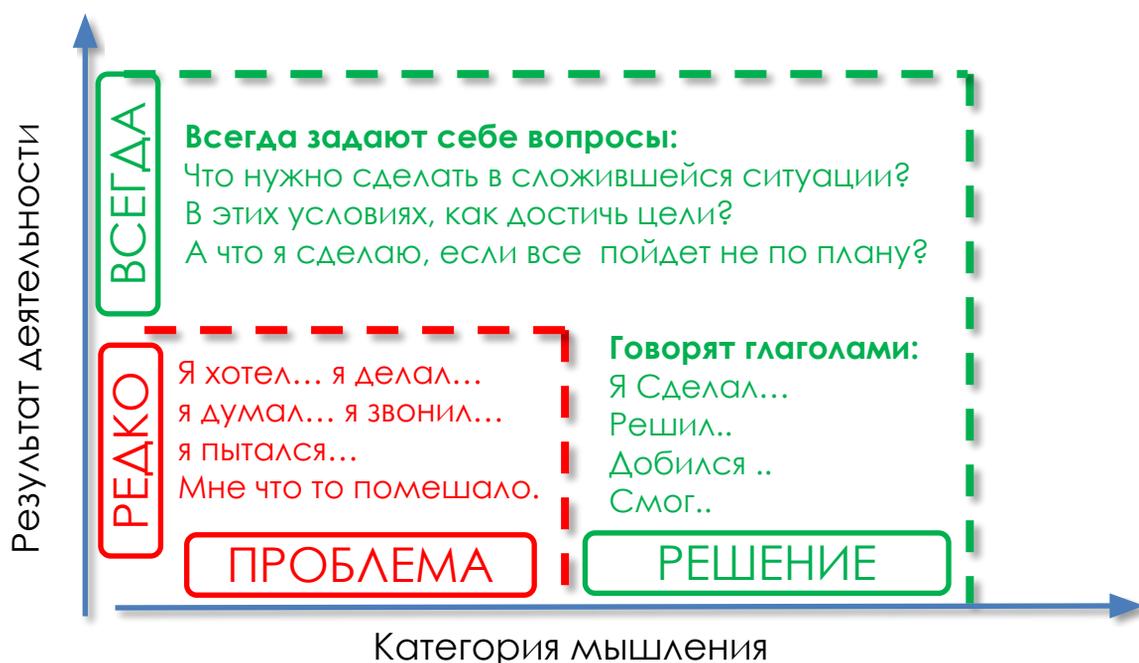
Если вы давно работаете в продажах, меняли ли вы свои способы продавать? Развиваете ли вы свое творческое воображение? Или вы уже многие годы продаете все по одному и тому же шаблону?



Что отличает успешного/эффективного менеджера от не успешного

Есть тип людей, которые в любых обстоятельствах находят оправдание своим неудачам. Это люди процесса. Они постоянно что-то делают, но результата достигают редко. У них постоянно кто то виновато или что то им помешало. Они оправдываются и объясняют, что они делали, звонили, писали, но все время им что то мешало.

Другой тип, в самых казалось бы безвыходных ситуациях, не ищут причины, а задают себе вопрос, что можно/нужно сделать в создавшихся условиях для достижения результата. **Учитесь мыслить категориями решений и результата.**



Категория ПРОБЛЕМА. Виноваты все, но только не Я.

- Я звонил, но ЛПР на обеде.
- Я разговаривал с начальником отдела снабжения, им ничего не нужно.
- Я уже двадцать раз звонил им, у них же есть поставщики.
- Я хотел им отгрузить продукцию но нет нужного металла на складе.
- Я бы отгрузил им, но они берут только в кредит.
- Я отправлял им счет, они сказали скоро оплатят.
- Я им звонил, они сказали перезвонят, если что то будет нужно.

Категория РЕШЕНИЕ.

- Я дозвонился ЛПР не смотря на то, что он редко бывает на месте.
- Я позвонил им более 20-ти раз, и я все же попаду в тот период, когда их поставщик не сможет им привезти.
- Они берут в кредит, тем не менее у нас есть, что им предложить.
- И т.д.

Руководитель должен постоянно мыслить категориями результата. И также требовать подобного образа мышления от своих сотрудников. Если кто-то из сотрудников упорно продолжает оставаться в зоне бесконечных проблем, лучше заменить такого сотрудника для здоровья всего коллектива.

Технологии, которые помогут выстроить отношения с клиентом.

Начнем с того, что **не нужно делать во время продажи. Далее перечислены самые распространенные ошибки, которые делают продавцы, и которые категорически нельзя делать:**

- нельзя постоянно говорить, превращая продажу в лекцию;
- нельзя перебивать клиента;
- нельзя демонстрировать свое пренебрежение к клиенту;
- нельзя монотонно говорить;
- нельзя договаривать за клиента его фразы;
- нельзя проявлять нетерпение;
- нельзя спорить;
- нельзя разговаривать без остановки, без пауз;
- нельзя проводить презентацию без выявления потребностей, предварительно не задавая вопросов;
- нельзя давить на клиента;
- нельзя презентовать сотрудничество без указания преимуществ и выгод.



Конечно, менеджеры и продавцы делают и другие ошибки, например, не соблюдают этапы продаж, стараются слишком быстро завершить сделку. **Но самая большая ошибка — не обращать внимание на совершенные ошибки, не делая анализа процесса продажи.**

1. Доверие. Получить доверие клиента — 50% успеха сделки.

Доверие — это принятие вас клиентом, соответствие его эмоциональным запросам, уверенность клиента в вашей компетентности и ответственности. Доверие объединяет вашу надежность в глазах клиента, ваше дружелюбие и понимание потребностей клиента, ваша искренность, честность, открытость, ваше желание помочь. На самом деле, от вас не требуется чего-то особенного, достаточно просто проявлять внимание и человечность. Вроде все понятно, но есть одно но... У каждого ощущение доверия свое. Для некоторых основа доверия — это конфиденциальность, для других — честность и искренность. Задача менеджера по продажам как раз дать клиенту именно тот индивидуальный уровень доверия, которые ему необходим. **Уделяйте внимание каждому клиенту, внимательно его слушайте, старайтесь быть полезным — вот он, ключ к доверию каждого человека.**

2. Чуткая реакция — проявление готовности решить проблему клиента.

Встречаясь с клиентом, будьте к нему предельно внимательно, активируйте все органы чувств. Ваша задача не в том, чтобы навязать клиенту свою идею, а в том, чтобы после встречи клиент остался доволен. Помните — желания и потребности клиента превыше всего. Также обратите внимание на планирование времени. Никогда не говорите клиенту, что спешите или вам некогда. Будьте готовы уделить время каждому клиенту, с каждым поговорить и улыбнуться.

3. Знание людей - способность предсказать их поведение.

Помните, чем лучше вы знаете людей, тем быстрее вы оцените клиента, тем легче вам под него подстроиться. Настраивайтесь на то, что ваш собеседник будет к вам доброжелателен, и через некоторое время вы заметите, что так и есть. То, во что вы верите, обязательно произойдет. Поэтому, очень важно настраиваться на позитив и верить в это. Попробуйте периодически представлять такие «картинки», так называемый ментальный тренинг. Наблюдайте за изменениями, которые происходят в людях. Помните, то, что вы подсознательно предполагаете в человеке, то в действительности и происходит, так как положительные ожидания успеха управляют нашим поведением. Постепенно, применяя психологию продаж, вы накопите приемы установления контакта, выработаете свои варианты подхода. Поэтому, набираясь опыта, очень важно заранее готовиться к встрече.

4. Приводите такие доводы, чтобы убедить клиента сделать покупки.

Если вы используете действительно действенные аргументы, следовательно вы выиграли во всем. Вы добились полного доверия клиента, он готов прислушаться к вашим словам. Поэтому, не жалейте своего времени на то, чтобы убедить собеседника приобрести ваш продукт, однако не вздумайте уговаривать, обмануть или давить на клиента! Для того, чтобы убедить клиента, нужно, как ни странно, больше слушать собеседника, ставить себя мысленно на его место. Чем больше информации дает вам клиент, чем больше вы слушаете и анализируете, тем более веские и точные доводы вы сможете привести.

5. Заботимся о клиенте — поддерживаем контакты с клиентами.

Деловые контакты требуют постоянного внимания, постоянной поддержки, но дают гарантию повторных продаж. Помните, что поддерживать контакт и делать повторные продажи намного легче, чем создавать новые. Долгие контакты основаны на доверии, которое так сложно завоевать первично.

6. Личность притягивает — будьте позитивны и обаятельны!

Менеджер, излучающий позитив, доброжелательность, компетентный и увлеченный работой, притягивает все новых и новых клиентов. Весомее слов могут быть ваши невербальные сигналы: голос, интонация голоса, темп вашей речи, мимика лица, жесты, даже одежда — все это «считывает» ваш собеседник. Помните об этом и уделяйте большое внимание своему имиджу, тому, какое впечатление вы производите на собеседника, совершенствуйте свои достоинства и работайте над недостатками. Ваше умение производить нужное впечатление позволит вам влиять на клиента.

7. Имя — возьмите за правило запоминать имена.

Обязательно запоминайте имена клиентов во время диалога. Помните, запоминая и повторяя имена, вы повышаете уровень доверия к себе. Повторяйте свое и чужое имя четко и внятно.

8. Контроль своего поведения во время встречи.

Беседуя с клиентом, отмечайте про себя фазы разговора:

1. детство — формирование доверия;
2. молодость — приведение преимуществ;
3. зрелость — оформление договора.

Помните, очень сложно заставить клиента подписать договор, пока не прошли все фазы разговора. В любом случае, сначала необходимо установить доверительные отношения, затем убедить клиента — все это требует времени. Используйте спокойный тон, проявите внимание к собеседнику, заранее продумайте убедительные аргументы и запаситесь терпением — сформируйте у клиента чувство уверенности и доверия.

Психологический настрой на достижение результата

Знания различных техник продаж, умения продавать, опыт — все это, безусловно, важно, но не являются основными для успеха. **Основное — это ваша установка!**

Помните об этом ежедневно. Помните о том, сколько людей добились успеха только благодаря своему позитивному настрою, хотя множество людей говорили им, что успех невозможен. **Сначала настрой, потом способности и умения!**

Помните, все мы находимся в одинаковых условиях. Все наши действия измеримы, ограничены во времени, и только от нас зависит, насколько эффективно мы будем его использовать, насколько качественно и целеустремленно мы будем работать. Помните об этом и, спустя установленный отрезок времени, не позволяйте никому быть впереди вас. Ставьте для себя цели на неделю, на месяц, на год и добивайтесь их!

Помните: то, что нас ждет — успех или неудача — зависит только от нас!

Структура работы менеджера по продажам металлопроката

1. **Подготовка1.** (Изучение особенностей продукции и материалов, компании, рынка).
2. **Подготовка2.** (Поиск потенциальных клиентов. Формирование клиентской базы. Сбор информации о клиентах. Постановка целей. Составление плана работы на неделю, на день)
3. **Подготовка к телефонному звонку.** Написание сценария.
4. **Телефонный звонок** или серия телефонных звонков.
4. **Получение заказа** от клиента.
5. **Обработка заказа.** В зависимости от сложности заказа, либо самостоятельно, либо силами отдела снабжения. Решение принимает руководитель отдела.
6. **Выставление счета** клиенту.
7. **Дальнейшая работа** в соответствии с планом на день.

Структура телефонного разговора

1. Подготовка (Сбор информации о клиенте. Написание сценария. Психологическая подготовка (Эмоциональный настрой)).
2. Телефонный звонок:
 - Приветствие и установление контакта.
 - Привлечение внимания, вызывание интереса.
 - Выявление текущих и потенциальных потребностей.
 - Презентация себя и услуг компании.
 - Работа с возражениями.
 - Завершение телефонного разговора, прощание.
3. Анализ телефонного разговора.

Обозначение результата.



Структура встречи

1. Телефонный звонок (Я назначаю встречу клиенту).
2. Постановка цели на встречу. Встреча:
 - Приветствие. (С улыбкой на лице, Кто я, откуда я, зачем я пришел и чем я могу быть вам полезен).
 - Установление контакта (Маленький разговор «ни о чем», комплимент, погода, спорт).
 - Общение. (Вопросы о потребностях должны чередоваться с рассказом о своей компании. Каждый факт о компании заканчивать выгодной для клиента и вопросом).
 - Определение текущих и потенциальных потребностей в продукции и в сервисе.
 - Презентация себя и услуг компании с выгодами для клиента.
 - Работа с возражениями.
3. Завершение встречи.
4. Анализ встречи. **Определение результата.**

Всегда должен быть результат. (Договоренность о подписание договора. Заказ. Информация, которую вы сможете использовать в будущем).

Подготовка к телефонному звонку.

Соберите информацию о потенциальном клиенте

Гораздо легче вступать в общение с потенциальным клиентом, если вы что-то знаете о его компании, бизнесе и о нем самом. Собирайте и анализируйте информацию, готовясь к звонкам. Благодаря этому, число результативных звонков у Вас значительно увеличится.

*Источники поиска потенциальных клиентов и информации о клиентах, вы найдете в соответствующем разделе настоящей **Книги Продаж**.

Сбор информации должен происходить не спонтанно, от случая к случаю, а должен стать частью вашего ежедневного рабочего плана.

Перед телефонным разговором желательно знать:

- Профиль компании
- Размер компании
- Планы развития
- Ее место на рынке
- Лицо, ответственное за принятие решения по Вашему вопросу

КАК ПРЕДСТАВЛЯТЬСЯ КОГДА ЗВОНИТЕ КЛИЕНТУ?

- Менеджер по продажам 
- Руководитель направления
- Начальник отдела;
- Директор по развитию; 

1. Посетить сайт компании. Определить основные характеристики и возможные потребности. Подготовить сценарий звонка. Продумать, что говорить и чем мы можем быть полезны **именно этой компании**.
2. Подготовьте сценарий звонка.
3. Приготовьтесь делать записи.

Во время звонка.

| Действие | Описание |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Сидите прямо | Когда вы «лежите» на столе, ваш голос меняется. |
| Говорите громко, но не кричите | Исходите из того, что ваш собеседник вас хорошо слышит. Повышенная громкость вызывает дополнительное напряжение. |
| Не суетитесь | Ваша речь должна быть спокойной, уверенной, но вместе с тем энергичной. |
| Не производите ненужных шумов, не делайте лишних движений (не чешите затылок, не жуйте жев.резин) | Телефон усиливает и искажает все звуки, поэтому все посторонние шумы будут мешать вашему общению. |
| Сконцентрируйтесь | Рассеянное внимание сразу чувствуется и производит неприятное впечатление |
| Дышите глубоко | Спокойный размеренный ритм дыхания придаст больше веса вашим словам |
| Поставьте перед собой зеркало | Отслеживая свою мимику, вы будете говорить доброжелательнее, менее напряженно, избегая негативных реакций. |

Подготовка к телефонному звонку. Управление

Найдите приятное звучание своего голоса.

Основные способы воздействия на собеседника – это содержание вашего сообщения и звучание вашего голоса. Снятая телефонная трубка – это своего рода открытая дверь. С первых же секунд общения собеседник по звучанию голоса начинает представлять себе ваше лицо. Симпатичным оно будет или нет - зависит от вас. А ведь известно, что симпатичным людям мы склонны доверять больше, вот почему важно оценить, насколько приятно звучит ваш голос по телефону, и постараться изменить нежелательные черты.

Голосовые характеристики.

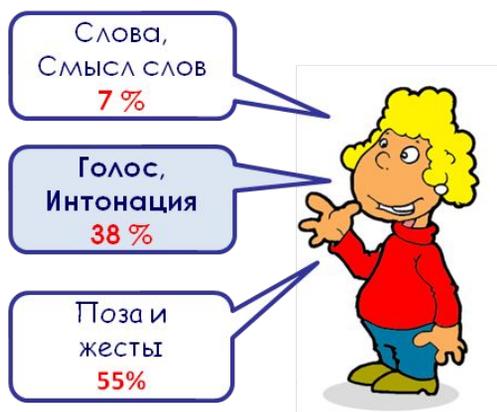
Каждый человек обладает своим индивидуальным диапазоном голоса. Телефон искажает верхние диапазоны, поэтому нередко по телефону голос может казаться слишком высоким или визгливым. Важно определить самый низкий, но естественный для вас диапазон голоса и стараться говорить в этом диапазоне.

Нередко говорят о «гнусавом» (неприятном) голосе или грудном (приятном). Это качество голоса зависит от того, где возникает резонанс: в носовой полости, гортани или грудной клетке. Поупражнявшись, можно добиться «грудного» звучания вашего голоса.

«Монотонный», то есть звучащий на одной ноте голос вызывает быстрое утомление. Чтобы собеседник не заснул, надо уметь менять высоту вашего голоса хотя бы в пределах одной октавы. Приятно звучащий голос отличается легкими «подъемами» и «спусками» в интонации. Темп речи также очень важен для эффективного общения. Слишком быстрая или слишком медленная речь создает коммуникативные барьеры. Нормальным считается темп около 125 слов в минуту.

Важнейшая голосовая характеристика – энергичность звучания. Вялый, пассивный голос вызывает ответную апатию.

Количество передаваемой информации по различным каналам коммуникации



Контролируйте свой голос.

| Приятный голос | Неприятный голос |
|-------------------------------------------------|-------------------------------|
| Доверительный | Подозрительный |
| Тональность меняется | Монотонный |
| Нормальная скорость речи | Слишком быстрый или медленный |
| Громкость голоса меняется | Слишком тихий |
| Отчетливое произношение | Неразборчивый |
| Энергичный | Неуверенный |
| Выразительный (правильно расставляются акценты) | Бесцветный |
| Низкого тембра | Визгливый |
| Наличие пауз | Гнусавый |
| Спокойный | Напряженный |



Как тренировать голос, читайте в статье на сайте www.SalesMetall.ru

Волшебные слова

Крайне **ВАЖНО** как и что мы говорим нашим клиентам по телефону. Часто клиенты нас просто не слышат. Не из за того, что плохая связь, а из за того, что думают о другом. Делают вид, что внимательно слушают, а в действительности не слышат. В это время их мозг выхватывает из нашей речи ключевые слова, смысл которых читает подсознание и которые влияют на решение собеседника.

Ниже приведены слова, использование которых в своей речи, повышает доверие к вам собеседника. Старайтесь использовать их в своих диалогах с клиентами и при составлении скриптов.

Слова-усилители

- - Поверьте;
- - Действительно;
- - Абсолютно;
- - На самом деле;
- - Важно;
- - Крайне необходимо;
- - Самое из всех возможных;
- - Наилучшим образом;
- - Это и вправду так;
- - Ключевой момент;
- - Решающее значение;
- - Стратегическое решение;
- - Это крайне критично;
- - Совершенным образом.

Слова- присоединители

- - Для нас с вами важно;
- - Наше совместное решение;
- - Наша с вами мысль;
- - Наша общая цель;
- - Наши с вами общие задачи;
- - И у нас, и у вас;
- - Наша с вами единая концепция;
- - Ценовые условия, которые мое руководство определило для нас с Вами.

Доверительные слова

- - Знаете...
- - Поверьте...
- - Правда...
- - Откровенно говоря...
- - По правде сказать...
- - Не буду скрывать...
- - Я скажу открыто...
- - Хотел поделиться с вами...



Подготовка к телефонному звонку. Постановка цели.

Общие цели холодного звонка:

1. **Знакомство.** Заявить о себе, как о надежном, стабильном поставщике металлопродукции. Рассказать о своей компании, услугах и конкурентных преимуществах.
2. **Сбор информации:**
 - Информация о компании. (Чем занимаются? Существует ли потенциальная потребность в металлопрокате и других строительных материалах?)
 - Что закупают и в каком объеме.
 - Имя Лица Принимающего Решение (ЛПР. Кто влияет на принятие решения. Снабженец, главный инженер, прораб, закупщик, директор по строительству, генеральный директор).
 - С кем сотрудничают в настоящее время.
 - Порядок оплаты. (Отсрочка, предоплата).
 - Как часто возникает потребность в металлопрокате.
3. **Произвести/ оставить хорошее впечатление о компании и о Вас как о менеджере.**

Перед каждым звонком спрашивайте себя: «Какова цель моего звонка? Чем он должен закончиться? Если не удастся добиться намеченного, какой промежуточный результат меня устроит?»

Цель телефонного разговора с :

| Секретарем | Лицом принимающим решение |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> - Добиться разговора с ответственным лицом; - Узнать имя ответственного лица - Создать благоприятный имидж своей компании. - Создать Ваш благоприятный имидж. | <ul style="list-style-type: none"> - Познакомиться; - Создать благоприятный имидж своей компании; - Получить информацию о конкурентах; - Рассказать о своей компании; - Довести сведения о новой продукции вашей компании; - Назначить встречу; - Продать свой продукт; |

Как настроить себя на совершение телефонных звонков

Позитивное мышление

Утренний разгон

Внутренний драйв

Ставьте конкретные достижимые цели

Соревнование

Занимайтесь спортом



Заряжающая музыка

Делайте перерывы, отдыхайте

Не ставьте себе цель «СРАЗУ ПРОДАТЬ»

Уменьшить алкоголь и сигареты

Где искать клиентов? Источники поиска клиентов.

| Источник | Как использовать |
|------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Интернет 1 | <p>Поисковые системы Яндекс, Google, mail.ru, rambler.ru, Спутник. Ключевые слова для поиска: #Строительство, #Производство, #Монтаж, #Изготовление + энергосистемы, металлоконструкции, теплосети, быстровозводимые здания, монолитные здания. Новая поисковая система 2gis.ru Проявите фантазию и «включите» воображение. Например изготовление лопат, гаражей, декораций, велосипедов, инвалидных кресел, мебели на металлокаркасе и т.д. и т.п. Формулируйте запросы насколько это возможно точно и развернуто.</p> |
| Интернет 2 | <p>Всевозможные базы строительных, производственных, монтажных организаций. Разделяйте по географическому признаку и специализации. А также различные форумы и специализированные ресурсы. Например: База производственных компаний Краснодарского края. База Электромонтажных организаций Воронежской области или центральной России. А также сайт Госзакупки.ру- компании подрядчики и субподрядчики.</p> |
| Интернет (неочевидные источники 1) | <p>Поиск компаний на неспециализированных ресурсах. Социальные сети, Сайты профессиональных сообществ. www.linkedin.com, E-executive.ru, Профessionалы.ру А также, прямой поиск людей занятых в отрасли на сайтах.</p> |
| Интернет (неочевидные источники 2) | <p>Ресурсы, размещающие информацию о вакансиях. Нас интересуют Компании, ищущие сотрудников в отдел снабжения. Это, потенциально наши клиенты. Например: HH.ru, Job.ru и т.д.</p> |
| Интернет (неочевидные источники 3) | <p>У любой компании, в разделе партнеры есть компании с которыми они сотрудничают. Они могут быть нам интересны. Обращайте на это внимание.</p> |
| Выставки | <p>Специализированные выставки. Прямое посещение. Компании, на сайте организаторов, в разделе партнеры.</p> |
| Конференции | <p>Специализированные конференции. Прямое посещение. Сайт организаторов, в разделах спикеры и партнеры.</p> |
| Периодика | <p>Специализированные газеты и журналы. Не только «Строительство и ремонт».</p> |
| Клиенты, друзья, знакомые | <p>Все, кого вы знаете, должны знать, то чем вы занимаетесь. И в случае чего, должны порекомендовать обратиться именно к Вам.</p> |
| Прямой поиск | <p>Проходя или проезжая по городу, смотрите вокруг, ищите потенциальных клиентов. Строительные площадки- подрядчик и субподрядчик.</p> |

Сбор информации должен происходить не спонтанно, от случая к случаю, а должен стать частью вашего ежедневного рабочего плана.

Основное правило общения с клиентом по телефону.

Для того, чтобы эффективно общаться с клиентами по телефону и всегда добиваться поставленных целей, необходимо строить свой диалог по определенному алгоритму.

Любая фраза менеджера должна содержать выгоду от сотрудничества и заканчиваться вопросом! технология: **Выгода-вопрос**©

Ниже приведен пример сценария диалога менеджера с клиентом.

Фраза: - «Как я могу к Вам обращаться» избита и вызывает у клиентов негативные эмоции.
Вместо этого лучше просто спросить: - «Как Вас зовут? И какая Ваша должность?»

Менеджер: - Добрый день! Меня зовут Алексей Смирнов

Клиент: - *Добрый день! Слушаю Вас.*

Менеджер: - Скажите пожалуйста, как ВАС зовут? (сделать акцент и ударение не на слове «зовут», а на слове «ВАС»!)

Клиент: - *Иван Петрович.*

Менеджер: - Приятно с Вами познакомиться.

- Иван Петрович, наша компания занимается прямыми поставками нержавеющей стали.

- Мы реально помогаем нашим клиентам экономить на поставках, за счет применения инновационных решений в логистике

Выгода от сотрудничества.

- Скажите пожалуйста, вы закупаете нержавеющую сталь?

Вопрос.

Клиент: - *Да, бывает иногда.*

Менеджер: - Иван Петрович, вы знаете, мы действительно

работаем напрямую с заводами производителями. Благодаря этому мы всегда имеем на складе полный ассортимент продукции и минимальные цены.

Выгода от сотрудничества.

- Скажите пожалуйста, что кроме цены для вас является важным в работе с поставщиками?

Вопрос.

Клиент: - *Качество продукции и сроки поставки.*

Менеджер: - Отлично! ведь сервис это то, что мы ставим во главу угла при работе с нашими клиентами. Благодаря нашему исключительному сервису и жестким требованиям к срокам поставки с нами работают такие крупные компании как ТехноПрофиль и АльфаГрупп

Выгода от сотрудничества.

- Иван Петрович, скажите пожалуйста, что нам нужно сделать чтобы стать Вашими поставщиками?

Вопрос.

Клиент: - *А что у вас с доставкой?*

Менеджер: - У нас свой автопарк, который включает в себя 2 КАМаза, и 3 ГАЗели, поэтому своим клиентам мы всегда гарантируем своевременную доставку и Вам не придется ждать и беспокоиться.

Выгода от сотрудничества.

- Скажите у вас сейчас есть текущие заявки?

Вопрос.

- Мы могли бы уже завтра привезти вам на объект с оплатой по факту. Вас устроит такая форма расчета?

Вопрос.

Исключить из речи:

Менеджер по продажам..
Я хочу предложить..
Сотрудничество ..
И т.д.



Таким образом, менеджер не продавая, а только за счет аргументированных выгод для клиента пробуждает в клиенте желание начать сотрудничество. И за счет вопросов управляет всем ходом диалога подводя клиента к правильному решению.

Технология **Выгода-вопрос**© - является авторской разработкой компании SalesMetall

**Совершение телефонного звонка. Классический пример.
Связь с ЛПР через секретаря.**

| Этап | Речевой модуль | Комментарии |
|--------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Приветствие | -Добрый день! /Утро, Вечер | Лучше использовать такую терминологию вместо «Здравствуйте». |
| Установление контакта | Для вступления в разговор с секретарем использовать: -Как вы поживаете? / Как у вас дела? Пауза, говорит секретарь. -Спасибо, я тоже хорошо. | Подобные фразы снимают блок и настраивают на позитивный тон разговора. |
| Представление | -Меня зовут Алексей Смирнов, Я руководитель направления компании МеталСнаб. Пауза, говорит секретарь. - Да, что Вы хотели? | Быть с секретарем приветливым, любезным и доброжелательным. |
| Разговор с секретарем | - Соедините меня пожалуйста с отделом снабжения. Вариант 2. -Скажите пожалуйста, с кем я могу поговорить по поводу поставок металлопроката? - Спасибо, а кто там? Кого мне спросить? - Начальник отдела – Виктор Михайлович! - Спасибо! | Спросите, как зовут человека, с которым Вас сейчас соединят. |
| Соединили с отделом снабжения. | - Виктор Михайлович, добрый день! - Пауза, говорит клиент. - Меня зовут Алексей Смирнов. Я руководитель направления компании МеталСнаб. - Пауза, говорит клиент. - Виктор Михайлович, Мы занимаемся Комплексными поставками металлопроката, металлоконструкций и других строительных материалов. - Пауза, говорит клиент. -Хотели бы сотрудничать с Вашей компанией, скажите пожалуйста, что для Вас важно в работе с поставщиками? Пауза, говорит клиент. -Очень хорошо! Наша компания, во главу угла ставит исключительный сервис, ориентированный на клиента. Благодаря этому, все заказы исполняются точно и в срок. -Вы можете сами у в этом убедиться, у вас сейчас есть текущие заказы на материал? | Когда Вас соединят с ЛПР, называйте его по имени. Будьте уверенным и доброжелательным. Будьте умеренно настойчивы. Говорите о выгодах для клиента от сотрудничества с нашей компанией. Вопросы чередуйте с фактами о компании и выгодах для клиента. |

Совершение телефонного звонка. Варианты прохождения секретаря.

Основные подходы к общению с секретарем:

1. Подружиться с секретарем, взять секретаря в союзники.
2. Минимум информации – максимум настойчивости и уверенности.

В первом случае необходимо постараться построить отношения с секретарем, во втором – миновать не задерживаясь. В любом случае речь менеджера должна быть уверенной, доброжелательной и четкой.



| Метод | Содержание | Комментарии |
|--------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Подружиться | <p>-Добрый день! - Вы же самый главный человек в компании! Помогите мне пожалуйста! - Подскажите, с кем лучше мне переговорить по поводу поставок металлопроката?</p> <p>- Татьяна, уверен, что Вы лучше всех в компании знаете тонкости внутренних процессов в Вашей компании. - Посоветуйте пожалуйста, с кем мне лучше обсудить отправку образцов, с главным инженером или с начальником отдела снабжения?</p> | <p>Когда вы советуетесь с секретарем, вы поднимаете ее чувство собственной значимости.</p> <p>Будьте любезны и обходительны.</p> |
| | <p>-Татьяна, думаю, что только Вы сможете мне подсказать, как лучше поступить в моей ситуации. У кого лучше узнать особенности процедуры, принятой в вашей компании для привлечения подрядных организаций?</p> <p>- Татьяна, спасибо Вам большое за помощь и совет!</p> | <p>Таким образом Вы не просите ее соединить с ЛПР, чего ей запретили делать. А просите помочь с затруднительной ситуацией.</p> |
| Альтернативный метод | <p>Менеджер называет две должности на выбор.</p> <p>- Татьяна, соедините меня пожалуйста с руководителем отдела закупок или с главным инженером.</p> | <p>При такой постановке, секретарь переключает значительно чаще, чем при назывании одной должности.</p> |
| «Ваш самый красивый» Лучше всего подходит для менеджеров девушек | <p>Сделать звонок, настроившись на позитив и с улыбкой на лице проговорить:</p> <p>-А ваш самый прекрасный и замечательный начальник отдела снабжения на месте?</p> | <p>Данный прием, несмотря на всю его внешнюю простоту, дает очень хорошие результаты.</p> |

Совершение телефонного звонка. Варианты прохождения секретаря 2.

| Метод | Содержание | Комментарии |
|-------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Компетенции | <p>-Меня зовут Алексей Смирнов, компания «МеталСнаб».</p> <p>-В сферу моей компетенции входит комплексное снижение затрат производственных/строительных компаний при поставках металлопроката. Соедините пожалуйста меня с начальником отдела снабжения.</p> | <p>Таким образом, менеджер повышает своей статус, что увеличивает шансы на переключение.</p> |
| Детали | <p>-Я звоню, чтобы уточнить у начальника отдела снабжения, имеет ли смысл отправлять образцы нашей продукции по почте?</p> <p>-Мне нужно узнать мнение директора о перспективах использования технологии ОНЛАЙН отслеживания поставок металлопроката на объекты.</p> <p>-Я хочу прояснить, какова в Вашей компании процедура привлечения подрядных организаций. Соедините меня пожалуйста с начальником отдела снабжения.</p> | <p>Обозначая цель своего общения с ЛПР менеджер ни в коем случае не должен упоминать о продаже, сотрудничестве и т.д.</p> <p>Стоит произнести одно подобное слово и секретарь откажется переключать. Вместо этого следует говорить о том, что нужно обсудить некие детали.</p> |
| Опасные методы | <p>-От Вас был звонок, коллеги записали номер и сказали, что звонили из отдела снабжения.</p> <p>-Полгода назад ваш руководитель интересовался нашей продукцией на выставке «Металлоснабжение» - я хотел бы продолжить наше общение.</p> | <p>Метод связан с некоторой степенью неправды, поэтому использовать его следует крайне аккуратно и только в исключительных случаях когда остальные методы не работают.</p> |
| Когда остальные методы не работают | <p>Использовать с особой осторожностью и в крайнем случае, когда никакие другие не работают.</p> <p>-Татьяна, правильно ли я понимаю, что в Вашей организации вопросами закупки металлопроката занимается секретарь? Нет? Ну так переключите меня на того, что принимает решение!</p> | <p>Этот прием обостряет диалог и обращает внимание секретаря на его некомпетентность в обсуждаемом вопросе. Нужно быть готовым к негативной реакции секретаря.</p> |
| Манипулирование | <p>-Что же мне все таки нужно сделать, чтобы услышать руководителя отдела снабжения?</p> <p>-А как можно обойти правила, о которых Вы говорите и все таки пообщаться с Вашим начальником?</p> | <p>Данный прием срабатывает даже в самых безвыходных ситуациях.</p> |

Совершение телефонного звонка. Варианты прохождения секретаря 3

| Метод | Содержание | Комментарии |
|----------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>Максимум настойчивости- минимум информации</p> | <p>-Добрый день! - Соедините меня пожалуйста с начальником отдела снабжения! - А кто его спрашивает? - Алексей Смирнов! - А по какому вопросу? -Компания МеталСнаб. - Так по какому Вы вопросу? -Скажите что звонит Сергей Филиппов, из компании МеталСнаб.</p> | <p>Тон голоса и степень настойчивости должна быть такими, чтобы секретарь не понял, важный вы человек для ее шефа или нет.</p> <p>И не пожелав разбираться в сложной ситуации соединит вас с АПР.</p> |
| <p>Соединить через отдел продаж</p> | <p>-Добрый день! - Соедините меня пожалуйста с отделом продаж.</p> <p>-Это отдел продаж? Добрый день! -Меня зовут Сергей. Помогите мне пожалуйста!</p> <p>- Это отдел снабжения? - Нет, это отдел продаж. - Странно! Видимо меня случайно соединили с Вами! А вы бы не могли бы меня переключить на отдел снабжения? -- Или скажите пожалуйста, какой у них добавочный?</p> | <p>В отделе продаж у вас есть два варианта.</p> <p>1. В отделе продаж работает такой же менеджер как и Вы. По честному объясните ситуацию и спросите как Вам попасть в отдел снабжения.</p> <p>2. Скажите, что Вас случайно соединили с отделом продаж и в действительности Вам нужен отдел снабжения. Спросите какой у них добавочный.</p> |
| <p>Соедините с Иван Ивановичем</p> | <p>-Добрый день! -А соедините меня с Сергеем Петровичем! - А у нас такой не работает! - Видимо я ошибся. -Просто мне звонили из Вашей компании , просили посчитать заявку на металлопрокат. -Вы не знаете, кто бы это мог быть?</p> | <p>Таким образом, с высокой долей вероятности, секретарь соединяет Вас с отделом снабжения.</p> |
| <p>Позвонить плюс минус два номера.</p> | <p>В случае, когда секретарь вообще ни с кем не соединяет и настроен крайне агрессивно и категорически.</p> <p>Например телефон секретаря 599 60 84 – значит нужно набрать 599 60 85 (83). И дальше спросить куда Вы попали. И просить перевести на Отдел снабжения или спросить их добавочный.</p> | <p>В больших компаниях, стоит мини АТС, где номера разных отделов отличаются последними цифрами.</p> |

Приемы и методы работы с ВОЗРАЖЕНИЯМИ секретарей.

| Возражение | Речевые модули |
|---------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>Вышлите Ваше предложение по электронной почте</p> | <p>-Татьяна, да я не с предложением! Мой звонок носит более повествовательный характер. Соедините пожалуйста с начальником отдела снабжения!</p> <p>-Татьяна, тут такое дело, предложение не сможет ответить на вопросы Вашего руководителя, а я смогу! Три минуты разговора будут гораздо полезнее трех листов документа. Соедините пожалуйста.</p> <p>-Конечно же, я вышлю предложение, но разве это мешает нам поговорить с Вашим руководителем? Соедините пожалуйста.</p> <p>-Да, конечно, я отправлю предложение, как только Ваш руководитель скажет: «Нам это интересно, присылайте!» А иначе, сами понимаете, спама в компьютере Вам и без меня хватает. Скажите, что разговор займет не более трех минут. Кстати, как его зовут?</p> |
| <p>Не интересно</p> | <p>Согласен, мое предложение не интересно лично Вам, но означает ли это, что и у Вашего руководителя будет такая же реакция? Уверен, что нет! Соедините меня с ним пожалуйста.</p> |
| <p>У нас уже есть поставщики.</p> <p>Работаем с другими</p> | <p>Придайте голосу игривую, шутливую интонацию и скажите:</p> <p>-Думаю, что Ваш начальник берет самое лучшее для своей компании. А как ему быть, если он не узнает о нас? Соедините пожалуйста! Позвольте ему сделать выбор!</p> <p>-Поставщик – это тот, чье предложение выгоднее. Давайте дадим вашему руководству возможность сравнить. Соедините пожалуйста!</p> <p>-Я вовсе не говорю, что Ваша компания должна все бросить и переключиться на работу только с нами, я предлагаю возможность сравнить и выбрать. Получив еще одного поставщика, Ваше руководство только выиграет. Соедините пожалуйста.</p> |
| <p>Вы уже сотый человек, кто звонит с подобными предложениями</p> | <p>-Это же очень хорошо, что за право работать с Вашей компанией борются сотни поставщиков?</p> <p>-А представляете бы Вам никто не звонил? Что бы вы тогда делали?</p> <p>-Скажите, как Вас зовут?</p> <p>-Ирина?! А меня Алексей! – Очень приятно! И т.д.</p> |
| <p>Дополнительные приемы</p> | <p>-Татьяна, уверен, что Ваш руководитель выдаст Вам премию, после того как оценит, с каким важным поставщиком вы его соединили! – эту фразу необходимо произносить с игривой шутливой интонацией.</p> <p>-Татьяна, представьте, что Вы – начальник отдела снабжения Вашей организации и только что узнали, что упустили возможность снизить издержки на поставку металлопроката на 8% по инициативе секретаря, который не перевел звонок. Как вы отреагируете?</p> <p>-Татьяна, а вдруг мы те самые, предложения которых он ждет?</p> <p>-Татьяна, вряд ли найдется человек, который откажется от выгодных и перспективных предложений. Ведь так? Спросите, пожалуйста, у начальника отдела снабжения- что он думает по этому поводу?</p> |

Совершение телефонного звонка. Классический пример . Связь с ЛПР.

| Этап | Речевой модуль | Комментарии |
|--------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Приветствие | -Добрый день! /Утро, Вечер | Лучше использовать такую терминологию вместо «Здравствуйте». |
| Установление контакта | Для вступления в разговор можно использовать: -Как вы поживаете? / Как у вас дела? Пауза, говорит клиент. -Спасибо, я тоже хорошо. Но смотрите по интонации и по настрою собеседника. Готов ли он к подобному тону общения. | Подобные фразы снимают блок и настраивают на позитивный тон разговора. |
| Представление | -Меня зовут Алексей Смирнов, Я руководитель направления компании МеталСнаб. -Пауза, говорит клиент.. -А Вас как зовут? / Как я могу к Вам обращаться? -Иван Петрович! -Рад знакомству с Вами! | Будьте уверенным и доброжелательным. |
| Соединили с отделом снабжения. | Иван Петрович, Мы занимаемся Комплексными поставками металлопроката, металлоконструкций и др. строительных материалов. - Пауза, говорит клиент. -Иван Петрович, в работе с клиентами, мы хотим стать компанией номер один по оказываемому сервису. - Скажите пожалуйста, что для Вас важнее, цена или гарантии и стабильность работы? Пауза, говорит клиент. -Мы работаем на рынке уже более 10 лет. Все наши клиенты достаточно высоко оценивают оказываемый нами сервис. Кроме того, работая напрямую от заводов производителей, мы имеем возможность привозить Вам материалы по достаточно низким ценам. - У Вас есть сейчас текущие, актуальные заявки? | Когда Вас соединят с ЛПР, называйте его по имени. Будьте настойчивы. Говорите о выгодах для клиента от сотрудничества с нашей компанией. |

Если Вам говорят НЕТ, используйте приемы **работы с возражениями**, приведенные ниже. Если же клиент отказывается с Вами работать по объективным причинам, ничего страшного. Запишите результат этого звонка и через несколько недель позвоните снова. Ситуация может измениться.

Сразу же переключайтесь на другого потенциального клиента, набирайте новый номер.

Помните!!!

«10 неудачных звонков – это всего лишь прелюдия к одиннадцатому – удачному!»

**Совершение телефонного звонка. Беседа с ЛПР.
Представление и привлечение внимания.**

| Метод | Содержание | Комментарии |
|---------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Потребности | <p>Менеджер сразу же обозначает проблемы, с которыми сталкиваются закупщики и снабженцы.</p> <p>- Я хочу поговорить с Вами о поставках металлопроката, благодаря которым Вы всегда сможете получать продукцию точно в срок, надлежащего качества, экономить на доставке так еще и по минимальным ценам.</p> | <p>Это позволяет зацепить его внимание и сразу определить наиболее острую потребность.</p> |
| Крючок | <p>-Иван Петрович, Вы руководите отделом снабжения, у вас, наверняка, есть интерес к снижению затрат на поставках металлопроката. Это так? Высока вероятность, что клиент ответит ДА. -Именно поэтому я Вам и звоню.</p> | <p>Этот метод позволяет связать занимаемую собеседником должность с темой разговора. Получить «ДА» и опираясь на согласие, двигаться дальше.</p> |
| Важное | <p>-Для того, чтобы я начал с самого важного для Вас, скажите, каким Вы видите начало сотрудничества с новым поставщиком? -Что для Вас наиболее важно?</p> | <p>Этот подход позволяет сразу получить точку опоры. Понять по каким критериям человек выбирает поставщиков.</p> |
| Гвоздь | <p>В Данном случае, нужно спрашивать не о себе, а о гипотетическом поставщике, который мог бы дать определенную ценность. -Скажите пожалуйста, если бы у вас появился поставщик, который смог бы гарантировать качество поставляемой продукции, Вам это было бы интересно?</p> | <p>Таким образом менеджер привлекает интерес и получает ДА уже в самом начале разговора.</p> |
| Вот именно поэтому | <p>-Виктор Сергеевич, Вы используете в строительстве полимерные трубы? -Нет! -Именно поэтому, я к Вам и обращаюсь!</p> <p>-Иван Федорович, Ваши объекты находятся в Краснодаре? -Да! -Ну собственно поэтому, я Вам и звоню!</p> <p>Скажите пожалуйста, Вы закупаете металлопрокат? -Да! -Именно поэтому мы к Вам и обращаемся!</p> <p>У Вас есть поставщики по (такой-то) товарной категории? -Да! Именно поэтому мы к вам и обращаемся!</p> | <p>После того, как мы поздоровались и представились, мы задаем вопрос и на любой ответ из которого мы говорим, что именно поэтому мы к Вам и обращаемся.</p> <p>Таким образом у клиента создается ощущение исключительности момента.</p> |

**Совершение телефонного звонка. Беседа с ЛПР.
Представление и привлечение внимания 2.**

| Метод | Содержание | Комментарии |
|------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Конкретно | <p>Менеджеры часто пренебрегают этим методом или просто забывают про него. И совершенно напрасно.</p> <p><i>-Иван Петрович, скажите пожалуйста, как нам начать с Вами работать?</i></p> <p><i>-Что нужно сделать для того, чтобы стать Вашим поставщиком?</i></p> | <p>Как показывает практика, этот метод позволяет в 7 случаях из 10, построить конструктивный диалог с ЛПР.</p> |
| Просто так | <p><i>-Мы новая компания, мы выходим на рынок Вашего региона и я звоню, чтобы рассказать Вам о нашей компании.</i></p> <p><i>-Я не буду Вам ничего продавать, а тем более навязывать. Наша компания открывает новое направление и я звоню чтобы рассказать о Вам о нем.</i></p> | <p>Метод позволяет сразу снять опасения, что сейчас начнется продажа.</p> |
| Использование сложных слов | <p><i>-Давайте я сразу обозначу один факт. Наша компания специализируется только на «нишевых» поставках...</i></p> <p><i>-Не думайте, что я буду Вам навязывать нашу продукцию, наш отдел занимается только «контурными» заявками...</i></p> <p><i>- Давайте поговорим не о том, что мы готовы продавать Вам, а о том, что такое «факторы» поставки...</i></p> | <p>При правильном исполнении, нормальной клиентской реакцией, после подобных слов будет удивленный вопрос клиента «какими такими поставками???...». Дальше нужно делать грамотное предложение с выгодами от сотрудничества.</p> |
| Программированные реакции клиента | <p><i>Иван Петрович, пожалуйста, никак не реагируйте, пока не выслушаете до конца...</i></p> <p><i>- Уверен, что, когда я перечислю все то, что Вы получите за эту цену, Вы придете в восторг!!!</i></p> | |
| Секундная конкретика | <p>Иногда работают фразы, когда менеджер говорит:</p> <p><i>- Мое дело займет 57 с половиной секунд.</i></p> | |
| Статусное представление | <p>Присваивайте себе хорошую должность. Можно представиться :</p> <p><i>-Я сотрудник департамента по работе с торговыми организациями.</i> По сути это отдел продаж, но звучит и воспринимается клиентом совершенно иначе.</p> <p><i>-Это звонят из оргкомитета городской конференции «Лучшие потребители металлопроката».</i></p> | <p><i>Совершенно точно Вас будут слушать внимательно.</i> <i>Задавайте вопросы-получайте информацию</i></p> <p><i>При этом, необходимо подготовить вопросы заранее.</i></p> |

Выявление потребностей у клиента.

Какую необходимо получить информацию о работе потенциального клиента.

1. ФИО лица принимающего решение.
2. Должность лица принимающего решение.
3. Род деятельности компании (чем занимается).
4. Какие компания ведет объекты.
5. Местонахождение строящихся объектов.
6. Где находится офис.
7. Какие виды материалов используют.
8. Как или для каких целей используется (если не очевидно).
9. Какие эксплуатационные условия.
10. Сколько примерное потребление в месяц.
11. Как осуществляются платежи. (регулярность, предоплата, отсрочка и пр.)
12. Есть ли в данный момент актуальные заявки?
13. Как давно заказывали какой либо металлопрокат?
14. Кто и как принимает решение об оплате счетов.
15. Точный адрес электронной почты.
16. Контактный номер телефона.



| Вопросы | Получаемая нами информация |
|--------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------|
| Скажите пожалуйста, чем занимается Ваша организация? | Род деятельности компании. |
| А какие Вы используете материалы при строительстве и т.д.? | Насколько компания интересна нам. |
| А с кем сотрудничаете? | Понимание цен и конкурентов. |
| Какие заявки на проработке есть в данный момент? | Текущие потребности. |
| Какие объекты в работе или на этапе согласования ? | Потенциальные потребности. |
| А как Ваши поставщики помогают развивать Вам Ваш бизнес? | Пошатнуть убеждение клиента, в том что существующие поставщики самые лучшие. |
| Какие шаги (действия) мне/нам необходимо предпринять, чтобы начать с вами работать ? | Понимание реальных условий сотрудничества. И необходимых Мер. |
| В каких видах материалов существуют потребности на данный момент? | Текущие потребности. |
| Как часто бывают заявки на материалы? | Потенциальные потребности. Условия работы. |
| Какие факторы работы с поставщиком для вас самые важные? | Понимание реальных условий сотрудничества. И необходимых мер |
| Какие проходные цены на эту заявку ? | Одни из условий сотрудничества |

Совершение телефонного звонка. Беседа с ЛПР. Как назначить встречу с клиентом.

Встреча является важным этапом в построении прочных деловых отношений с потенциальным клиентом. Многие менеджеры совершенно напрасно пренебрегают встречами. Хотя именно на встрече можно обсудить вопросы, которые по телефону клиент обсуждать не хочет. Встреча повышает к вам доверие и позволяет произвести впечатление на клиента. Ниже приведены примеры, как назначить встречу с клиентом. Встречаться с клиентами нужно обязательно.

| Метод | Содержание |
|-----------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | При назначении встречи всегда нужно помнить, что за встречу клиент расплачивается своим временем . Поэтому, предлагая встречу, обязательно сообщить, какую выгоду клиент получит от встречи с Вами. Соответственно, прежде чем предлагать клиенту встречу, менеджеру самому необходимо ответить на вопрос, какую выгоду получит клиент от встречи с менеджером? |
| Взаимное доверие | - Доверие играет ключевую роль между партнерами. И часто последнее слово за Ген. Директором. Было бы не уважительно не приехать, не познакомиться. Ведь речь идет о принятии непростых решений. |
| Ряд моментов | - Есть ряд моментов, которые невозможно отразить в коммерческом предложении и обсудить по телефону. Которые можно обсудить только на встрече. |
| Индивидуальное предложение | - После встречи, мы смогли бы сделать Вам индивидуальное предложение без лишней воды. Учитывающее все особенности работы Вашей компании. |
| Наши правила | - Встречи с клиентами входят в этику нашей компании. Т.к. мы и вы доверяем друг другу конфиденциальную информацию и было бы уместно узнать друг друга получше и обсудить аспекты, которые по телефону не обсуждаются. |
| Подарки | - В рамках проводимой в нашей компании, среди наших клиентов, лотереи вы выиграли приз. Когда было бы Вам удобно, чтобы я завез подарок? - У нас до сих пор лежит подарок для Вас (вашей компании) по случаю праздника (новый год, 23 февраля, день строителя, день производственника и т.д.). Когда Вам было бы удобно организовать встречу? |
| Документы и образцы | - Из бухгалтерии сообщили, что у нас документы оформлены не надлежащим образом. Мне надо приехать к вам переподписать. Было бы здорово в это время встретиться с Вами. Когда Вам было бы удобно? - Нужно передать сертификаты, образцы продукции и т.д. |
| Индивидуальные условия | - Встреча нужна, чтобы обсудить индивидуальные условия работы. Предоставление отсрочки. Скидки и т.д. |
| До встречи | - Многие клиенты до встречи с нами рассуждали подобным образом. Я уверен на встрече мне удастся Вас переубедить! |

**Совершение телефонного звонка. Беседа с ЛПР.
Как назначить встречу с клиентом 2.**

| Метод | Содержание | Комментарии |
|----------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Один день | <p>Менеджер называет конкретный день и предлагает встретиться.</p> <p>-Хорошо, скажите, а Вам удобно будет встретиться в четверг? Нет?</p> <p>При получении отрицательного ответа его следует интерпретировать не как отказ от встречи вообще, а как то, что предложенный день просто не удобен собеседнику.</p> <p>- А в какой день и в какое время нам лучше встретиться?</p> | |
| Еду к соседям | <p>-Иван Петрович, завтра во второй половине дня будут в Вашем районе (указать конкретный район), заеду к Вам. Буду рад познакомиться с Вами лично. Будет удобно, если я приеду к 16.00?</p> | <p>Это достаточно простой прием о котором уже многие знают. При этом он не утратил своей эффективности и по прежнему работает.</p> |
| Два варианта | <p>-Иван Петрович, Я предлагаю организовать встречу, которая займет не более 15 минут и на которой я расскажу, какую выгоду Вы получите от сотрудничества с нашей компанией.</p> <p>-Иван Петрович, Вам удобнее во вторник или в среду?</p> <p>- В пятницу в первой половине дня или во второй?</p> <p>-До обеда или после обеда.</p> <p>В таком случае, вопрос не стоит встречаться или не встречаться. Вопрос стоит о времени или дне.</p> | <p>Таким образом, мы предоставляем клиенту выбор между временем встречи, а не между решениями: встречаться/не встречаться. Этот метод, в некоторой степени является манипуляцией. К сожалению, опытные продавчики о нем знают.</p> <p>Поэтому применять его надо аккуратно , интонационно подчеркивая естественность вопроса.</p> |

Сценарий встречи с клиентом. Этапы и содержание

| Этап | Содержание |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>Приветствие/ Представление</p> | <p>Помните, что у вас никогда не будет второго шанса произвести первое впечатление. Подготовьтесь к приветствию. Подумайте что и главное как вы будите это говорить.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Добрый день! - Меня зовут Алексей Попов, менеджер компании МеталСнаб. - Очень приятно познакомиться с Вами лично. <p>-Пауза.</p> |
| <p>Small Talk / Установление контакта и Выстраивание отношений</p> | <p>Направлен на то, чтобы «растопить лед» первого знакомства и установить легкое, располагающее к деловому общению настроение.</p> <p>Для этого следует подготовиться заранее. Стоя на пороге, перед тем , как зайти к клиенту необходимо знать, что вы будите говорить.</p> <ul style="list-style-type: none"> -Скажите пожалуйста, как Вам удается оставаться одной из самых успешных компаний? - В чем секрет Вашего успеха? - А скажите пожалуйста, Я работаю менеджером по продажам, а Вы с чего начинали свою карьеру? <p>Придумайте несколько своих вариантов.</p> |
| <p>Выявление потребностей</p> <p style="text-align: center;">+</p> <p>Презентация, факты о компании и выгоды для клиента</p> | <p>Этап «выстраивания отношений» , уже является частью этапа «выявления потребностей». А этап «выявления потребностей» является продолжением этапа «выстраивания отношений».</p> <p>Далее необходимо сфокусировать ваше внимание на темах, связанных с поставках металлопроката и других материалов для строительства. И сотрудничеством с компаниями конкурентами.</p> <ul style="list-style-type: none"> -Скажите пожалуйста, у кого вы закупаете материалы? -Правильно ли я понимаю, что материалы вам поставляют несколько поставщиков? (обзорные вопросы на понимание принципов взаимодействия клиента с поставщиками). <p>-Наша компания занимается Комплексными поставками металлопроката, металлоконструкций и полимерных изделий. Что в свою очередь экономит время и снижает риски наших клиентов. (факт и выгода для клиента от сотрудничества с нашей компанией).</p> <ul style="list-style-type: none"> - Скажите пожалуйста, а где у вас находятся объекты? (Вопрос). - Спасибо. Наша компания имеет партнерские отношения с производителями металлопроката по всей России. Мы имеем возможность осуществлять доставку в самые удаленные уголки нашей страны по минимальным ценам. (Факт и выгода от сотрудничества). |

Сценарий встречи с клиентом. Этапы и содержание.

| Этап | Содержание |
|-------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>Презентация компании МеталСнаб</p> <p>Модель Х-П-В</p> | <p>Презентация, является продолжением и неотъемлемой частью этапа выявления потребностей. Плавный переход от вопросов, к рассказу о компании и выгодах, которые получит клиент от сотрудничества.</p> <p>Этап презентация является ключевым в диалоге с клиентом. От того, насколько вы будете убедительны и интересны, будет зависеть, желание клиента сотрудничать с вами.</p> <p>Любой факт о компании заканчивайте выгодами для клиента.</p> <p><i>* Примеры связок Х-П-В вы найдете в соответствующем разделе настоящей Книги продаж.</i></p> |
| <p>Завершение сделки</p> | <p>-Виктор Михайлович, я могу до бесконечности рассказывать про Ваши выходы от нашего сотрудничества.</p> <p>-Давайте лучше один раз попробуем, и вы убедитесь, что мы лучшие.</p> <p>- Итак, я приеду к вам завтра и привезу договор.</p> <p>- Я вижу Вам интересно. И Вы правы, это действительно хорошее предложение (с улыбкой).</p> <p>- Я сегодня же пришлю Вам договор и счет, по рукам?</p> |

Технологии активного слушания при общении с клиентом

| Навык | Пояснение |
|------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>Слушайте не только ушами</p> | <p>В роли слушателя все (и Ваше тело - невербальное поведение), должно показывать, что Вы внимательно слушаете.</p> |
| <p>Ваш ум должен быть открытым</p> | <p>Когда услышите что - то, с чем Вы не согласны, не оценивайте, а слушайте дальше. До ответа, Вы должны услышит все аргументы говорящего.</p> |
| <p>Не думайте вперед</p> | <p>Мы думаем быстрее, чем говорим. Хороший слушатель не позволяет себе отвлечься от того, что ему говорят, забегая вперед, вслед за своими мыслями.</p> |
| <p>Проверяйте</p> | <p>Хороший слушатель проверяет свое понимание услышанного, задавая вопросы, повторяя только что услышанное, либо парафразируя слова говорящего.</p> |
| <p>Умение услышат, то что сказано между словами</p> | <p>Для этого надо обращат внимание не только на слова, а и на контекст, интонацию, жесты, чувства. Это Вам даст боле четкое и глубокое понимание сказанного.</p> |
| <p>Умение подводить итоги</p> | <p>После каждой отдельной части дискуссии, слушатель должен подитожит главные пункты сказанного, принятие решения и перечень вопросов, которые обсуждались.</p> |

Ответы на возражения клиентов при продаже МЕТАЛЛОПРОКАТА

Именно по тому как менеджер ведет себя в момент получения возражения (отказа) – можно судить о его **профессионализме**. Что сделает менеджер: продолжит беседу или согласится с решением клиента, придумав для себя массу отговорок: «Наверное им действительно ничего не надо», «Он скорее всего сейчас занят а через месяц я ему перезвоню, вдруг он тогда будет помягче»; «Да пусть он все обдумает и сам со мной свяжется, я сделал все что мог».

Продажа начинается тогда, когда клиент (ЛПР) говорит НЕТ!



И если менеджер промедлил с ответом- ВСЕ! Вы можете дальше не продолжать. Клиент понял что разговаривает с дилетантом. А на разговоры с дилетантами у него **времени НЕТ**.

Важно понимать, что отказ полученный по телефону – это не возражение, а обычное сопротивление контакту: клиент стремится как можно скорее отделаться от очередной «назойливой мухи», отвлекающей его от повседневных дел. При этом, он даже толком не понимает, кто ему звонит и не осознает всех потенциальных выгод от ваших предложений.

| Метод | Содержание | Комментарии |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Возражение: У НАС УЖЕ ЕСТЬ ПОСТАВЩИКИ | | |
| <p>На 100 % Этот метод пришел из тренингов по пикапу. Молодой человек, познакомившись с девушкой- получает возражение: У меня уже есть молодой человек. На что «пикапер» говорит: а у вас с ним любовь, или как обычно?</p> | <p>-Иван Петрович, а Вы на 100 процентов довольны сотрудничеством с Вашими поставщиками, или как обычно?</p> <p>Большинство клиентов говорят: «Как обычно» или «Да, есть небольшие шероховатости».</p> <p>-А что бы Вам хотелось улучшить в их работе?</p> | <p>Обязательно говорить «Улучшить», а не «какие ошибки они допускают» или «что вас не устраивает в их работе».</p> <p>Только позитив. Никто не признается что работает с плохими поставщиками.</p> |
| <p>Такие же, но другие</p> | <p>-А если бы появился поставщик, который предложил бы Вам аналогичные условия (ассортимент, сервис, сроки поставки и т. д.), но немного дешевле (с более качественным сервисом и т.д.). -Вам это было бы интересно?</p> <p>-Предположим, что есть компания, которая предлагает такие же условия, но предоставляет более расширенный сервис. Вы бы хотели узнать о ней подробнее?</p> | <p>В этом речевом модуле менеджер говорит не о своей компании, а о некоем абстрактном поставщике.</p> |
| <p>Сравним условия</p> | <p>-Иван Петрович, ведь поставщик- это тот, кто предлагает лучшие условия. Не так ли? -Давайте сравним условия и Вы решите, с кем Вам выгоднее работать.</p> | <p>Очень действенный прием, который показал высокие результаты на практике.</p> |

Работа с возражениями клиента при продаже МЕТАЛЛОПРОКАТА 2

| Метод | Содержание | Комментарии |
|---------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Не мешает | - Иван Петрович, а как это может помешать нашей работе с Вами? -А разве это повлияет на наше возможное сотрудничество? | Расчет данного метода делается на здравый смысл. Ведь в действительности ничего не меняется. |
| Сравнение | -Очень хорошо! Я уверен, что у Вас надежные поставщики. -Тем не менее, мы способны помочь Вам расширить возможности того сервиса, который уже есть у Вас, и Вы на деле оцените, чьи услуги вам выгоднее. | Важно говорить с правильной, естественной интонацией. |
| Возможность выбора | -Проверенный поставщик – это отлично! Однако, согласитесь, возможность выбора тоже хорошо. - Я уверен, что мы с вами найдем точки взаимного интереса, как нашли их с (список компаний с кем уже работаете). - Подробнее этот вопрос, я предлагаю обсудить при личной встрече. Когда Вам будет удобнее встретиться? | Предложить возможность выбрать исходя из фактов и при этом предложение встречи. |
| Запасной поставщик | -Я не предлагаю Вам отказываться от сотрудничества с Вашими нынешними поставщиками. Мы готовы быть запасным вариантом. Согласитесь, всегда спокойнее, когда есть возможность подстраховаться. -Разумеется, у Вас есть поставщики. Но ведь, Вы все равно следите за ситуацией на рынке – хотя бы для того, чтобы иметь возможность влиять на Ваших нынешних партнеров и добиваться от них более выгодных условий. -Замечательно! А теперь у Вас еще будет запасной вариант на случай форс-мажора и дополнительный аргумент, позволяющий получить более низкую цену. | Перемены пугают. Данный речевой модуль позволяет снять неуверенность. У Вас все останется по прежнему, только мы Вас будем страховать. Очень хороший вариант работы с возражением. Почти всегда работает. |
| На практике | -Иван Петрович, как показывает практика, более 70% компаний Вашего уровня работают минимум с тремя-четырьмя поставщиками. -Такой подход снижает риски и позволяет получить более низкие цены, оптимальные условия и сроки. Это действительно выгодно! | В этом случае менеджер вызывает к здравому смыслу собеседника. |

Возражение- это желание собеседника разобраться в условиях работы. Понять то, чего он еще не понял. **Возражение**- это возможность еще раз рассказать клиенту о наших услугах и сервисе.

1. Не спорить с клиентом, быть позитивным.
2. Задавать открытые вопросы, детализировать возражение.
3. Конкретизировать проблему или сомнение
4. Использовать характеристики и выгоды сотрудничества с нашей компанией.

Работа с возражениями клиента при продаже МЕТАЛЛОПРОКАТА 3

| Метод | Содержание | Комментарии |
|------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Цитаты | <i>-Я вас понимаю Иван Петрович. Впрочем, думаю, что тут уместна поговорка «Кашу маслом не испортишь»! У вас будет еще одна компания, Вы сможете выбирать и как минимум получите доступ к дополнительным ресурсам.</i> | Использование в своих предложениях пословиц или цитат возвращает собеседника к вбитым в голову народным мудростям и часто действуют на собеседника гипнотически и меняют течение разговора. |
| Легкое сравнение | <p>В случае, если собеседник говорит о том, что давно работает со своим поставщиком и не хочет ничего менять, можно ответить:</p> <p><i>- Именно потому, что Вы хорошо знаете и давно с ними сотрудничаете, Вам будет очень легко сравнить нас и оценить различия.</i></p> | |
| Отговорка: НЕТ ВРЕМЕНИ НА ВСТРЕЧУ | | |
| Комплимент отказу | <p><i>-Приятно иметь дело с человеком, настолько дорожающим каждой минутой.</i></p> <p><i>-Именно поэтому я предлагаю сразу обозначить лимит нашей встреч ив 15 минут. Вам удобно завтра или послезавтра?</i></p> | Собеседник не ждет похвалы в ответ на свой отказ. Это позволяет застать его врасплох и назначить встречу. |
| В любое время | <i>- Я Вас прекрасно понимаю. Мы можем договориться о встрече в любое удобное для Вас время- даже рано утром или после окончания рабочего дня. Наша встреча займет не более 20 минут, а Вы сможете получить пример расчетов нашей поставки на Ваши объекты.</i> | Таким образом, Вы демонстрируете собеседнику Вашу решительность и настойчивость. Готовность встречаться в любое время. |
| Отговорка: НАДО ПОДУМАТЬ | | |
| Только правда | <p><i>- Иван Петрович, я знаю, что клиенты часто отказываются от встречи и говорят «мне надо подумать» или «я сам позвоню потом», стараясь не обидеть собеседника, хотя на самом деле, у отказа другая причина.</i></p> <p><i>- Скажите прямо, почему Вы не хотите встречаться?</i></p> <p><i>-Что мне нужно сделать чтобы начать с Вами работать?</i></p> | Такая откровенность часто подкупает и позволяет раскрыть собеседника. И он честно рассказывает, что нужно сделать и часто соглашается на встречу и даже на заявку. |
| Отговорка: НАМ НИЧЕГО НЕ НУЖНО | | |
| Или так? | <p><i>-Иван Петрович, а скажите Вы уже закупали металлопрокат?</i></p> <p><i>-Или на самом деле в том, что я неожиданно позвонил, и у Вас в настоящий момент нет полной информации о нашей компании, чтобы понять, чем она отличается от других поставщиков?</i></p> | |

Работа с возражениями клиента при продаже МЕТАЛЛОПРОКАТА 4

| Метод | Содержание | Комментарии |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|
| Отговорка: НЕТ ДЕНЕГ! ПРИВОЗИТЕ В КРЕДИТ, ОТСРОЧКА, БАРТЕР и т.д. | | |
| К счастью | <p>Улыбнитесь! Создайте позитивное настроение.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Иван Петрович, к счастью, мы, как и Ваша компания ориентированы на извлечение прибыли от сотрудничества. - И Вы лучше меня знаете, что бесплатный сыр бывает лишь в мышеловке. - Начав сотрудничество по предоплате, и исполняя условия договора, мы сможем в дальнейшем договориться с Вами об отсрочке платежа. | |
| Отговорка: ПРИСЫЛАЙТЕ ВСЮ ИНФОРМАЦИЮ НА ПОЧТУ | | |
| Интересные моменты | <p>Обязательно уточнить, когда можно перезвонить и узнать результат.</p> <ul style="list-style-type: none"> -Сегодня же подготовлю Вам письмо. Давайте обсудим список интересных Вам моментов, которые я отражу в письме? | |
| Большой объем | <ul style="list-style-type: none"> -Да, конечно, но у нас достаточно большой объем информации, давайте лучше организуем встречу, в рамках которой, я детально и конструктивно расскажу, какую пользу я могу принести Вашей компании. | |
| Созвонимся | <ul style="list-style-type: none"> -Давайте я Вам сейчас вышлю материал о нас и о нашем уникальном сервисе, а потом мы с Вами созвонимся и обсудим наши предложения, уверен, они обязательно Вас заинтересуют. | |
| Возражение: Мы работали с Вашей компанией и нам не понравилось! | | |
| Аргументы | <p>Задавайте открытые вопросы. Докопайтесь до истинной причины.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Когда работали? - Не вспомните, как звали менеджера? - А что же все таки случилось? - Вы знаете, у нас изменилось руководство компании и теперь оказание высокого уровня сервиса, является нашим приоритетным направлением развития. Уверен теперь, подобных ситуаций не случится. | |
| У вас дороже...У вас высокие цены... | | |
| Подвох | <p>Спросите насколько дороже? Дороже по сравнению с чем?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Иван Петрович, Вы же знаете, что на рынке одна цена. И если у кого то значительно дешевле, не вызывает ли это вопросов? - Кроме того, дешевле на одну позицию, не означает дешевле на остальные позиции. -Иван Петрович, наша цена, это цена нашего высочайшего сервиса и уровня обслуживания. Сотрудничая с нами, вы можете быть спокойны за своевременную и точную поставку необходимого Вам материала. | |
| Откаты. | | |
| <p>Если вы чувствуете потенциальную заинтересованность и откровенные намеки. Скажите, что готовы рассмотреть различные варианты сотрудничества и удовлетворения взаимных интересов. Для того, чтобы разговор был более конструктивным, предложите организовать встречу. Не говорите про откаты по телефону. Смотрите подробное видео про откаты на сайте www.SalesMetall.ru</p> | | |

Дополнительные ответы на вопросы, опасения и возражения закупщиков и снабженцев.

| Вопросы клиента | Уверенные ответы менеджера |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>У нас уже есть постоянные поставщики и нам ничего не надо...</p> | <p><i>Говорить с улыбкой</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Да мы собственно и не рассчитывали, что вы сидите и ждете нас, а работа стоит. - Конечно, у вас есть постоянные поставщики. Также как и у нас есть постоянные клиенты. Дело в том, что мы не поставляем металлопрокат в чистом виде. У нас несколько другой формат... Мне кажется это могло бы Вас заинтересовать... Ведь вы, так или иначе, обрабатываете металлопрокат? Могли бы Вы рассказать о Вашей первичной обработке металлопроката? |
| <p>У вас очень высокие цены...</p> | <ul style="list-style-type: none"> - Вы говорите о поставках металлопроката? Это не совсем так. У нас средние цены на металлопрокат. Мы тщательно следим за этим. Просто у каждого из поставщиков есть свои «коньки» у одного дешевле одно, у другого другое. - Впрочем, мы сейчас уходим от ПРОСТО поставок металлопроката. У нас другое ценностное предложение. Давайте его обсудим? (Металлообработка). |
| <p>Возражения против металлообработки</p> <p>Наши люди сами прекрасно справляются на объекте</p> | <ul style="list-style-type: none"> - Нисколько не сомневаюсь. Но разве вы не заинтересованы в повышении эффективности работы своих сотрудников? - Наше предложение позволяет направить классных, дорогих рабочих непосредственно на монтаж – более ответственное и важное дело, а со вспомогательным процессом мы готовы Вам помочь. - Вот посмотрите – что мы можем предложить и какое у нас оборудование... |
| <p>На данный момент ничего конкретного нет, проект в работе и поэтому смысла что-либо обсуждать нет...</p> | <ul style="list-style-type: none"> - Сергей Петрович, как показывает опыт, когда появляется конкретная работа, времени на обсуждения, чаще всего не остается. - Давайте обсудим потенциальную возможность работы в новом формате. Наверняка, же у вас есть вопросы. Если мы их решим сейчас, то когда появится потребность, мы сразу перейдем к делу. - Кроме того, наши предложения содержат некоторые аспекты, которые правильнее было бы обсуждать именно на стадии проектирования. Расскажите о вашем будущем проекте? |
| <p>У нас есть свое оборудование...</p> | <ul style="list-style-type: none"> - Могли бы вы рассказать о своем оборудовании: типы, насколько оно загружено, сколько людей у вас занято на этом оборудовании... - Вы знаете, многие наши партнеры, с которыми мы работаем, имеющие оборудование, регулярно обращаются к нам регулярно. - Посмотрите, что есть у нас. Наверняка, вам что-нибудь будет интересно. |

Дополнительные ответы на вопросы, опасения и возражения закупщиков и снабженцев (металлообработка) 2

| Вопросы клиента | Уверенные ответы менеджера |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>В проектной документации происходят изменения в процессе строительства, и приходится изготавливать детали прямо по месту...</p> | <ul style="list-style-type: none"> - Да, мы готовы работать в таком режиме. - У нас есть своя технологическая служба, и мы готовы подстроиться под ваши требования. - Кроме того, мы готовы работать с вашими проектантами и можем помочь конструктивными предложениями по вопросам изготовления укрупненных сварных узлов и конструкций в промышленных условиях. - Это бы значительно облегчило Вашу работу |
| <p>Не могу рисковать и зависеть от поставок сторонней организации...</p> | <ul style="list-style-type: none"> - Сергей Петрович, я вас очень прошу, найдите немного времени, посетите нашу компанию, наши склады и наш сервисный центр. Вы поймете – кто мы и что делаем. - Мы достаточно серьезная компания. У нас есть что показать, что точно вселит в вас уверенность. - Если вас беспокоит, что мы со временем начнем «выкручивать руки» (повышать стоимость услуг), то мы готовы рассмотреть возможность фиксации цен на арматурные изделия на весь период вашего строительства. Мы можем зафиксировать цену на наши услуги и подписать договор на год. Будем корректировать цены только на металл. |

Ваш клиент перестал покупать у вас и берет товар у конкурентов. На прямые вопросы «Почему?» или «Что мы сделали не так?» вы не получаете ответов. О чем стоит поговорить при встрече с этим клиентом?

Многие люди охотно дают советы. Попробуйте это использовать. «Жаль, что мы больше не сотрудничаем. Но я знаю, что вы, как и мы, всегда стараетесь улучшить сервис. Что вы посоветуете мне сделать, чтобы наш товар стал более конкурентоспособным и привлекательным?»

Примеры трансформации преимуществ компании в выгоды для клиента.

Именно благодаря аргументированным выгодам от сотрудничества клиент принимает решение о сотрудничестве с вами и вашей компанией. Напишите свои примеры трансформации преимуществ в выгоды для клиента.*

| Характеристика сотрудничества | Преимущество сотрудничества | Выгоды от сотрудничества |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Наша компания является многопрофильным холдингом. Мы поставляем металлопрокат, плиты ЖБИ, кирпич и др. строительные материалы. | -Мы имеем возможность поставлять нашим клиентам широкий ассортимент продукции. От фундамента до отделки. Вплоть до выключателей света. | -Таким образом, сотрудничество с нашей компанией позволит вам сэкономить время и силы на поиск других поставщиков. |
| Наша компания работает на рынке металлопроката уже более 5 лет. | -За это время, мы накопили уникальный опыт в решении самых нетривиальных задач и сложнейших ситуаций. Мы знаем как минимизировать риски и обеспечить высочайший уровень сервиса. | -Работая с нами, наши клиенты получают гарантии стабильности и надежности при проведении сделок. - Начав сотрудничество с нашей компанией, вы получите гарантии высочайшего сервиса. |
| Мы работаем с такими крупными строительными и инжиниринговыми компаниями как : «СУ 155», «ПИК», «Газпром», «РосНефть», Мосэнерго. | -Нам доверяют лидеры рынка, уверенные в нас, как в надежном и сильном поставщике. | -Начав работать с нами, вы получите партнера с именем и репутацией. |
| Наша компания имеет сеть партнерских центров в 55 регионах России. | -Мы покрываем большую часть России. | -Таким образом, вам не придется переплачивать за доставку продукции на свои объекты из других регионов . |
| Мы имеем собственный автопарк современных автомобилей различной грузоподъемности. | -Мы самостоятельно контролируем доставку грузов нашим клиентам. Что исключает возникновение непредвиденных ситуаций. | -А значит экономит ваше время. И гарантирует высочайший сервис работы с нашей компанией. |
| Мы работаем напрямую с заводами производителями. | -Имеем возможность получать продукцию только лучшего качества. | -Мы готовы удовлетворить самые требовательные запросы по качеству. |
| Кроме всего прочего, наша компания уделяет большое внимание корпоративной социальной ответственности. | -От каждого счета, мы направляем 1% в различные благотворительные фонды помощи больным детям. | -Сотрудничая с нами, наши клиенты разделяют социальную ответственность и тоже имеют возможность помогать детям. |

Рассказывая о компании, необходимо любую фразу заканчивать значимой выгодой для клиента. Таким образом пробуждая у клиента желание начать сотрудничество с вашей компанией или сделать заказ.

Примеры трансформации преимуществ компании в выгоды для клиента.

| Характеристика сотрудничества | Преимущество сотрудничества | Выгоды от сотрудничества |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>В своем автопарке мы имеем автотранспорт позволяющий доставлять груз на дальний расстояния.</p> | <p>- Благодаря этому, мы гарантируем доставку вовремя и в срок даже в самые отдаленные уголки нашей страны.</p> <p>- Кроме того, Вам не понадобится искать другие транспортные компании.</p> | <p>- Это значительно сокращает Ваши риски и экономит время на доставке.</p> |
| <p>Для наших постоянных клиентов действует накопительная бонусная система.</p> | <p>- Это единственная на рынке металлопроката программа лояльности.</p> <p>- Работая с нами, наши клиенты имеют возможность сэкономить до 20 % от суммы счета.</p> | <p>- При этом, вы можете вложить сэкономленные средства в развитие и реализацию других проектов.</p> |
| <p>Мы имеем возможность формировать сборные вагоны, вмещающие до 25 ти позиций сортового металлопроката.</p> | <p>- Это позволяет одной поставкой обеспечить Ваш объект необходимыми материалами.</p> | <p>- Таким образом, Вы экономите время, денежные средства на дополнительной доставке.</p> |
| <p>Нашим постоянным клиентам, мы предоставляем отсрочку платежа.</p> | <p>- Работая с нашей компанией Вы сможете планомерно распределять Ваши денежные средства.</p> | <p>- И при необходимости переориентировать денежные средства в более срочные проекты.</p> |
| <p>Менеджеры нашей компании проходят регулярное обучение.</p> | <p>- Они (Мы) являются(емся) настоящими профессионалами как в области металлопроката, так и в области клиентского сервиса.</p> | <p>- Таким образом, работая с нами, Вы получаете высококлассных консультантов, способных решать любые задачи.</p> |
| <p>Средний опыт работы наших менеджеров в области металлопроката, более 5-ти лет.</p> | <p>- Наши сотрудники имеют большой опыт работы в решении различных задач.</p> <p>- Наши клиенты работают с одним менеджером долгое время.</p> | <p>- Это значительно снижает риски и повышает уровень сервиса.</p> <p>- Что гарантирует постоянство и стабильность.</p> |
| <p>В нашей компании работают менеджеры, средний возраст которых 25 лет.</p> | <p>- Это обеспечивает необходимый уровень мобильности и быстроты обработки заказов.</p> | <p>- Это гарантирует Вам Быстрое решение Ваших задач, а также новые идеи для развития Вашего бизнеса.</p> |

*Если у Вас возникли сложности с трансформацией преимуществ Вашей компании в выгоды для Ваших клиентов, обратитесь в компанию Sales Metall. Мы Вам обязательно поможем.

Входящие звонки

Компания тратит значительные средства на обеспечение входящего трафика. На продвижение компании в интернете. В настоящее время, стоимость входящего звонка на рынке металлоторговли, может достигать до 200 рублей.

Поэтому ВАЖНО, чтобы каждый звонок был качественно обработан, получена необходимая информация и вся информация аккуратно внесена в CRM.



**Так общаться
НЕЛЬЗЯ!!!**

- Компания *МеталлСнаб*, добрый день!
- У вас труба ВПЭшка, 50-ка есть? Сколько стоит?
- Да, есть 60 тыс. тонна.
- Спасибо, я подумаю.....

Ошибки при работе с входящими звонками

| Ошибки | Комментарии |
|----------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Непонимание цели обработки звонка | Чаще всего менеджер заблуждается в цели разговора с клиентом. Он думает, что его главная задача - дать человеку необходимую информацию. Хотя цель обработки звонка - получение заявки или договоренность о следующих шагах. |
| Неумение перехватить инициативу | Неумение вести клиента по всему диалогу. Часто менеджеры неспособны взять контроль над разговором и поэтому идут на поводу у клиента. Чтобы этого избежать, необходимо задавать вопросы. Тот, кто задает вопросы – управляет беседой. |
| Режим автоинформатора | Клиент полностью управляет беседой, задавая вопросы, а продавец, подобно автоинформатору ждет вопрос, чтобы ответить на него. |
| Неполучение контактных данных | Даже если менеджеру не удалось договориться о следующем шаге, заявке, встрече и т.д. Но при этом звонящий оставил контактную информацию - не все еще потеряно. Можно будет перезвонить позже и продолжить диалог. Если же менеджер не попытался узнать контакты, то после окончания клиент потерян навсегда. |
| Отсутствие этапа сбора информации | Менеджер не уточняет важные дополнительные сведения – объемы, для чего, сроки поставок, условия использования и эксплуатации. И как следствие дает клиенту неверную информацию. |
| Неумение обходить вопросы цены | Цена по телефону называется только на третий прямой вопрос клиента. Первые два необходимо уводить в сторону. |
| Неумение работать с сопротивлением и возражениями | До сих пор большая часть менеджеров на вопрос «А почему у вас так дорого?» начинает говорить всякую ерунду о качестве и иных сомнительных преимуществах, которые вряд ли смогут убедить клиента, да еще и по телефону. |
| Отсутствие договоренности о следующем шаге | Также, большая часть менеджеров не предлагают клиенту каких либо конкретных дальнейших шагов. Встреча, отправить информацию о компании, созвониться и т.д. |

Как удержать клиента, если он просто интересуется ценой

Каждый день клиенты по телефону задают один и тот же вопрос: "Какая цена?" Чаще всего это последний вопрос, который мы слышим от клиента.

1. Цена от.

В ответ на такой вопрос можно сказать, что цена начинается от такой-то суммы. Здесь плюс в том, что клиент сразу слышит подходящую для него цену и продолжит с вами общаться. А товар, с какими характеристиками ему нужен и сколько он стоит, вы уже уточните в процессе общения.

2. Цена на выбор.

Можно назвать несколько цен одного и того же товара, но разных поставщиков и разного качества, начиная с наименьшей цены.

Например, квадрат 15 AISI 304 235 тыс. за т. Производитель Китай, а вот этот стоит 245 тыс. за т. руб., производитель Россия, а вот этот стоит 260 тыс. за т., производитель Италия. Ну или что-то в этом роде.

3. Цена клиента.

Можно назвать реальную цену, но при этом спросить у клиента, на какую цену он рассчитывает. Сказать, что цена будет зависеть от объемов, производителя, сроков поставки, формы оплаты.

4. Привести в пример другого клиента.

На утверждение, что это дорого, можно привести в пример, что с вами сотрудничают другие клиенты из нашей области и назвать двух-трех таких клиентов. Если конкуренты этого клиента сотрудничают с вами, значит ему есть о чем подумать.

5. Сделать уклон на условия сделки.

Можно подчеркнуть, что с этой ценой можно разговаривать об отсрочке платежа (если такое практикуется в вашей компании).

6. Обоснование цены.

Можно и нужно обосновывать свою цену. Почему именно такая цена?

Наша продукция сделана из более качественного материала. У нас гарантии поставки.

7. Выгоды.

Дорого или нет, но вы должны показать клиенту его выгоду после покупки вашего товара или услуги. Если вы ему это ясно покажете, вероятность заключения сделки будет намного выше.

- Дорого? Да, у нас дорого. Но при этом мы гарантируем качество и точность и сроки поставки.

8. Дорого по сравнению с чем или кем?

Задайте этот вопрос и пусть клиент приведет пример, у кого дешевле. Иногда бывает и такое, что он в ответ на этот вопрос даже не знает что и сказать. Клиент просто пытается сбить цену

9. Подключайте юмор. Если вы продаете действительно дорого по сравнению с конкурентами - подключайте юмор. Ничто так не вызывает доверие, как добрый юмор.

« - Дорого? Да, мы знаем, ведь у нас не нержавейка, а высоколегированная сталь! Самая красивая сталь!

Суть в том, чтобы после вопроса клиента не хлопать глазами и молчать, а подобрать тот ответ, который на ваш взгляд сможет удержать клиента и продолжить с ним беседу. А если продолжите беседу - шансы на продажу значительно увеличатся.

Скрипт обработки входящего звонка от частного лица и интересующегося ценой

| Этап | Речевые модули | Комментарии |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Клиент говорит, что он частное лицо | | |
| <p>Выявление потребностей</p> <p>Демонстрация решения</p> <p>Завершение диалога</p> | <p>Менеджер говорит:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Да, хорошо. - Скажите, а вам сколько надо и для каких целей? - Мне надо 50 метров. Говорит о целях. - Сергей Петрович, скажите, какие нужны дополнительные материалы? (например отводы, проволока, сварочные материалы) - Просто объем может повлиять на общую стоимость. - Клиент говорит о доп. материалах. - Сергей Петрович и последнее, скажите, где у Вас находится объект? - Клиент говорит о расположении объекта. - Сергей Петрович, смотрите, стоимость 50 метров, трубы сварной AISI 304 составит 10 тыс. рублей. - Мы сможем Вам привезти на объект уже завтра или послезавтра. Доставка будет стоить XXX руб. - Или вы сможете сами приехать забрать, у нас свой, удобный склад, который находится в г. ХХХ и оплатить на месте. У нас быстрая загрузка, поэтому Вам не придется ждать. Как нам с Вами лучше поступить? | <p>Для нас важен каждый клиент.</p> <p>Конечно, если речь не идет об одном метре трубы.</p> <p>В любом случае, необходимо спросить клиента о дополнительных материалах, которые ему наверняка нужны.</p> <p>Говорим клиенту о стоимости материала и доставке.</p> <p>Упаковываем цену.</p> <p>Подводим к правильному решению.</p> |
| Если клиент просто интересуется ценой и прямо сейчас не готов приобретать продукцию. | | |
| <p>Выявление потребностей</p> <p>Презентация компании и выгод от потенциального сотрудничества</p> | <ul style="list-style-type: none"> - Я вас понимаю. Нам всем хочется найти оптимального поставщика. - Сергей Петровичи, а скажите, с кем то уже работали/работаете? Что нравится/ не нравится? Что вообще для Вас важно в работе с поставщиками? - Нам нужны минимальные по рынку цены, своевременная доставка и правильно оформленные документы. <p>Далее необходимо привести примеры ХПВ за счет чего у нас получаются минимальные цены, всегда своевременная доставка и как мы следим за правильно оформленными документами. Обязательно договориться о дальнейших шагах. Когда у них будет заявка. Договориться о встрече и т.д.</p> | <p>Даже если клиент просто интересуется ценой, он все равно является потенциальным клиентом. И поэтому необходимо получить от него максимум информации.</p> <p>На основании полученной информации и выявленных потребностей продемонстрировать выгоды которые получит клиент, если пример решение в пользу нашей компании.</p> |

Правильные и неправильные фразы, используемые при телефонном разговоре

| Неправильно | Правильно говорить |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> - Подождите.. - Одну секунду.. - Не вешайте трубку, оставайтесь на линии.. | <ul style="list-style-type: none"> - Мне нужна всего минута, чтобы... . - Вы можете подождать на линии или мне лучше Вам перезвонить? Скажите номер? |
| <ul style="list-style-type: none"> - Подождите.. - Одну секундочку.. - Не вешайте трубку оставайтесь на линии.. | <ul style="list-style-type: none"> - Мне нужна всего минута, чтобы... . - Вы можете подождать на линии или мне лучше Вам перезвонить? |
| - Как Вы нас нашли? | <ul style="list-style-type: none"> - Разрешите уточнить, откуда Вы о нас узнали? - Можно спросить, откуда Вы о нас узнали? |
| - Я Вас не понял.. | <ul style="list-style-type: none"> - А уточните, пожалуйста... - Позвольте уточнить, правильно ли я Вас понял... |
| - Вы меня не так поняли.. | <ul style="list-style-type: none"> - Разрешите мне пояснить еще раз - Я хотел сказать, что... |
| - Вы должны.. | <ul style="list-style-type: none"> - Чтобы максимально оперативно решить Ваш вопрос, я попрошу Вас со своей стороны... - Замечательно будет, если Вы... - Для более быстрого решения вопроса было бы здорово, если.. |
| - Вы не правы.. | - Да, принципиально я с Вами согласен, при этом, есть мнение, что... |
| - Я не знаю.. | <ul style="list-style-type: none"> - Это надо уточнить... - Позвольте, я уточню этот вопрос.. - Вы можете немного подождать, пока я уточню информацию.. |
| - Я постараюсь, но Не могу Вам ничего обещать.. | - Я сделаю все возможное, чтобы решить Ваш вопрос.. |
| - Менеджер по продажам | - Руководитель направления по работе с корпоративными клиентами.. |
| - Как я могу к Вам обращаться? | - Скажите пожалуйста, а ВАС как зовут? Сделать ударение на «ВАС». |
| <p>Любые уменьшительно-ласкательные слова:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Заказик, счетик, арматурка, уголочек и т.д. | <p>Исключить из своей речи уменьшительно- ласкательные слова. Это звучит по детски и совершенно не убедительно. Мы с вами взрослые люди и занимаемся серьезным бизнесом. Формулируйте свои мысли правильно.</p> |



Научитесь «дышать и чувствовать» скриптами, а не произносить их механически. И тогда вы значительно повысите свою конверсию, а значит и объемы продаж.

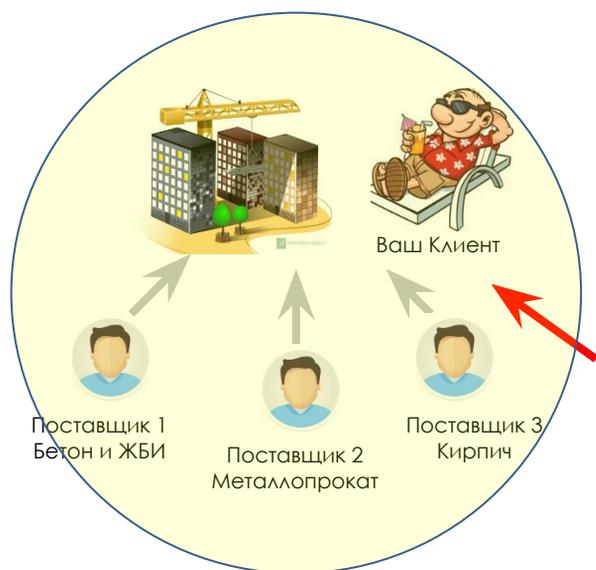
Дополнительные уловки и приемы при общении с КЛИЕНТАМИ

| Метод | Содержание | Комментарии |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>Сайт высшего арбитражного суда www.arbitr.ru</p> <p>Картотека арбитражных дел</p> | <p>Когда Вы приходите к клиенту, клиент встречает Вас мыслями: -«Ну-ка, давай, удиви меня своим предложением»!</p> <p>Мы в свою очередь, подготовившись, строим диалог следующим образом: -Иван Петрович, как бы нам выстроить отношения таким образом, чтобы у нас с Вами не повторилась ситуация, которая произошла у Вас с компанией ABC?</p> <p>Таким образом исчезает надменный тон клиента. Становится более благоприятным для общения с менеджером.</p> | <p>На этом сайте Вы можете посмотреть, кто судится с клиентом, с кем клиент судится и т.д.</p> <p>Используйте полученную информацию для ведения переговоров.</p> |
| <p>Минусы и плюсы</p> | <p>После того, как отправили клиенту коммерческое предложение, необходимо перезвонить и спросить: -Иван Петрович, а скажите пожалуйста, что не понравилось и что понравилось Вам в нашем предложении?</p> <p>И дальше внимательно слушать и записывать потребности клиента. Его пожелания к работе поставщика.</p> | <p>В данном случае, мы просим клиента рассказать о своих потребностях.</p> <p>Появляется повод для дальнейшего диалога.</p> |
| <p>Скидка счастья</p> <p>Метод торга</p> | <p>Когда клиент требует скидку. Нужно пройтись по каждой позиции и обозначить скидки по каждой из них. Мы расписываем сложную систему показателей и скидок. И на выгодные нам позиции скидки не даем, а на неважные даем.</p> | <p>Если клиенту давать не общую скидку на весь ассортимент сразу, а по позициям, то скидка кажется более значимой и весомой.</p> |
| <p>Дай пять!</p> | <p>-Иван Петрович, Вы посмотрели наше предложение? -Да! -Иван Петрович, скажите пожалуйста, и как Вам наше предложение по 5-ти бальной шкале?</p> | <p>Какая бы оценка не была, любой ответ будет предметом для дальнейшего диалога.</p> |
| <p>Ссылка на «БОССА»</p> | <p>- Иван Петрович, мы с утра обсуждали на планерке, и мой руководитель Виктор Сергеевич сказал, чтобы я обязательно узнал Ваше мнение, так как Ваша компания давно на рынке и на нее многие ориентируются.</p> | <p>В виде вступительной фразы можно сослаться на своего руководителя, с поднятием статуса клиента.</p> |

Дополнительные уловки и приемы при общении с КЛИНТАМИ 2

| Метод | Содержание | Комментарии |
|------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Образные закрепители | <p>Каждый аргумент в Вашу пользу, обращайтесь в образ.</p> <p>-Сервис нашей компании надежный, как автомат Калашникова.</p> <p>-Вы знаете, хоть один пример, когда автомат Калашникова давал сбой?</p> <p>- Наши автомобили доставки, как болиды формулы 1.</p> <p>- Вы знаете, с какой скоростью гоняют болиды формулы 1?</p> | <p>Все выгоды, по которым клиент должен купить именно у вас, могут сказать и остальные поставщики.</p> <p>Для того, чтобы вы были более убедительны, приводите образные сравнения. Рисуйте картинки.</p> |
| Постепенное увеличение цены | <p>На встрече, каждый раз, когда вы называете цену, внимательно смотрите за невербальной реакцией клиента. И если цена не вызывает удивления, обозначайте, что указанная вами цена – это только за часть.</p> <p>Например:</p> <p>-Сколько будет стоить доставка? -5000 рублей! -Но это в одну сторону, и без погрузки.</p> <p>-Сколько стоит арматура? -27 тыс. за тонну! -Но это без погрузки и без доставки и т.д.</p> | <p>«Филигранная» технология настоящего мастера продаж.</p> <p>Таким образом, мы можем увеличивать цену, в то время когда изначально цена которая была, и так нас устраивала.</p> |

Круг ДОВЕРИЯ клиента



У компании, которая давно работает на рынке, уже есть сформировавшийся ПУЛ поставщиков, с которыми компания выстроила свою систему взаимоотношений. Сформировала некий КРУГ ДОВЕРИЯ в который входят существующие поставщики.

Ошибка менеджера, не войдя в круг доверия, начинать продавать, наталкиваясь таким образом на отговорки и возражения тем самым раздражая клиента.

Войдите в КРУГ ДОВЕРИЯ клиента при помощи адекватных предложений, встреч и выстроенных отношений .

Возможные тактики представления цели звонка, в случае если клиент не хочет даже слышать о сотрудничестве.



Очень часто клиенты негативно относятся к людям, менеджерам, желающим им что то им продать. За многие годы работы у них выработался стойкий иммунитет. И они при малейшим подозрении на угрозу продажи, ставят глухой защитный барьер. И в этом случае с ними бесполезно о чем либо разговаривать вообще.

С такими клиентами, не начинайте разговор о продаже или о сотрудничестве. Используйте ниже приведенные техники.

| Метод | Пояснения |
|-----------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| «Я звоню просто чтобы представиться/познакомиться» | Многие потенциальные клиенты настороженно относятся к настойчивым предложениям о «взаимовыгодном сотрудничестве». Формулировка «звоню, чтобы представиться» клиента ни к чему не обязывает, поэтому он легче идет на контакт. И только после того, как собеседник проявил интерес к вашему предложению, можно переходить к истинной цели, получению информации, заказа или назначению встречи. |
| «Маркетинговое исследование» | После приветствия и представления попросите разрешения задавать вопросы. Подчеркните, что это не займет много времени. - Виктор Михайлович, моя компания поручила мне провести небольшое рыночное (маркетинговое) исследование. Нам важно узнать ваше мнение. Может быть, вы согласитесь помочь мне и ответите на несколько вопросов? Это не займет много времени. После получения согласия сразу задавайте вопросы. Слушайте ответы! * Вопросы указаны в соответствующем разделе настоящей Книги Продаж. |
| Тактика прямого предложения | Можно представить цель вашего звонка без «обходных маневров». Большинство потенциальных клиентов предпочитают прямой, деловой разговор. Если у вас есть выгодное предложение, и вы с ним попали «в точку», то есть позвонили тому клиенту, у которого есть соответствующие потребности, он согласится общаться с вами и уделит вам внимание. Главное – грамотно сформулировать ключевую фразу с учетом специфики данного типа клиентов. |
| Задавайте вопросы | * Вопросы указаны в соответствующем разделе настоящей Книги Продаж. |



Настойчивость- грамотно, аргументировать свои предложения. Демонстрировать выгоды от сотрудничества. Сообщать о новых условиях, новых поступлениях на склад, новых акциях.



Навязчивость- втюхивать, «впаривать», выпрашивать заявку. Бессмысленно звонить каждый день и напоминать о себе.



Как повлиять на решение клиента, чтобы оплатили именно ваш счет



Начальник отдела снабжения собирает счета от поставщиков, анализирует условия поставки и цены. Согласовывает с директором и принимают решение об оплате счета.

В эти моменты необходимо позвонить и еще раз напомнить о дополнительных преимуществах работы с Вашей компанией.

Как ускорить оплату по ранее выставленному счету

| Действие | Содержание |
|--------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Звонок друга | Попросить коллегу или руководителя позвонить клиенту под предлогом узнать о качестве работы менеджера и между делом спросить о подписанном договоре и сроках оплаты. |
| Спросить | - А вот скажите пожалуйста, по честному, Вы не передумали? - А тогда что мешает? Когда можно ожидать оплаты? |
| Шантаж | - Вы знаете, я просто уже отчитался за совершенную с Вами сделку. И меня могут просто уволить, если оплата не пройдет. |
| Шантаж 2 | - Я под Вас зарезервировал продукцию и к сожалению, могу держать ее еще три дня. Вы успеете оплатить за это время? |
| Попросить | - Вы знаете, вы единственный мой клиент, кто не произвел оплату в этом периоде. И если не получится оплатить, я не получу бонус за выполнение плана. Скажите пожалуйста, я могу рассчитывать на Вас? |
| Изменений условий | - В связи с ростом популярности/ увеличением числа клиентов/ изменением состава инвесторов- мы меняем условия. И если вы не произведете оплату, нам придется перезаключать договор. |
| Поднятие цены | - В связи с подорожанием Евро, у нас с 1-10-20-го числа меняются цены. Мы могли бы оплатить хотя бы часть, чтобы заморозить Вашу цену. |

**Не сидите, не ждите «у моря погоды»
ПОЗВОНИТЕ КЛИЕНТУ!**

Спросите, расскажите про новые поступления на склад, доп. скидки и т.д.



Типы клиентов и особенности работы с ними

| Тип клиента | Модель поведения | Методы работы |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  <p>«Хитрец»</p> | <p>Чрезвычайно общительный, доброжелательный и услужливый. Легко входит в доверие. Общается с удовольствием. Обещает большие объемы, но не обеспечивает их. При этом требует минимальные цены и максимальные скидки.</p> | <p>Также хитрить и обещать. При этом оставаться на своих условиях. Больше слов усилителей: <i>«Наше сотрудничество позволит Вам.. Прибыль. Выгода»</i>.</p> |
|  <p>«Сухарь»</p> | <p>Безынициативный. Сложный. Холодно общается. Скрытный. С ним сложно познакомиться, установить контакт и сложно общаться. Практически не добиться заявок. Выполняет однообразную монотонную работу уже много лет. Возможно имеет процент от закупок.</p> | <p>Начинать работать без напора. Потихоньку вытягивать. Раскачивать. Проявлять умеренную настойчивость. Следить за своей речью. Чтобы была не быстрой.</p> |
|  <p>«Валенок»</p> | <p>Работает недавно или на новом проекте. Не всегда понимает, о чем говорит и что покупает. По бумажке, по спецификации. Не знает, для чего нужны материалы. Не владеет терминологией.</p> | <p>Стать союзником. Партнером и помощником. Общаться на равных. Демонстрировать поддержку и участие.</p> |
|  <p>«Эксперт»</p> | <p>Работает в отрасли много лет. Очень хорошо разбирается в материале. Знает всех поставщиков. Часто по доброму «поучает». Хочет работать только с профессионалами. Не позволяет допускать ошибок.</p> | <p>Готовиться к общению. Быть профессионалом. Делать акцент на деталях. Правильно использовать названия материалов.</p> |
|  <p>«Умник»</p> | <p>Думает, что самый умный. Постоянно комментирует и поправляет. Демонстрирует свое превосходство. Часто груб. Говорит: «Выучитесь, потом звоните».</p> | <p>Демонстрировать согласие с его превосходством. Просить научить. Соглашаться с его опытом и знаниями.</p> |
|  <p>«Адекват»</p> | <p>Знает, но не все. Иногда умничает. Открыт. Наш партнер. Понимает сложности. Работает не с ценами, а с людьми. Хорошо выполняет свою работу и ждет того же от поставщиков.</p> | <p>Сразу выстраивать партнерские отношения. Делать акцент на взаимовыгодности и долгосрочности. Быть честным и открытым.</p> |

Технологии работы с дебиторской задолженностью

Работа с дебиторской задолженностью начинается еще до того, как вы планируете дать клиенту кредит. И продолжается в течение всего срока.

| Период | Действия менеджера | Типичные ошибки |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>Перед отгрузкой</p> <p>Цель: дать клиенту понять, что продавец будет четко отслеживать исполнение обязательств по погашению задолженности</p> | <ul style="list-style-type: none"> - Оговорить все детали, описанные в договоре (сроки и размеры оплаты). - Собрать информацию о том, как происходит процесс оплаты в данной компании (ФИО бухгалтера, номер телефона, ФИО сотрудника, ответственного за банк-клиент). - Обозначить свои условия (правило «Дали-забрали»). - Собрать информацию о работе и характере оплаты за предыдущие годы. - Удерживать инициативу. - Понять ведущий личный мотив клиента. - Оговорить все «если». - Определить, какие требования предъявляет к поставщикам? Чего ожидает? - Рассказать «страшилку». - Подписать все бумаги. | <ul style="list-style-type: none"> - Сразу уступать клиенту все требуемые условия <p>(это снижает значимость компании в глазах клиента и увеличивает вероятность возникновения дебиторской задолженности).</p> <ul style="list-style-type: none"> - Чрезмерное внимание к несущественным мелочам, которое приводит клиента к мнению «Это фирму, наверное, все кидают!» |
| <p>Текущая дебиторская задолженность</p> <p>Цель: напомнить о сроке погашения платежа, убедиться, что клиент не поменял своего решения</p> | <ul style="list-style-type: none"> - После отгрузки товара (оказания услуги) проконтролировать, все ли нормально, и если все хорошо, подчеркнуть, как хорошо мы работаем, показать клиенту, какие «Мы – молодцы!» (такой подход не позволит предъявлять клиенту претензии в будущем). - Поинтересоваться, все ли идет по плану, напомнить о сроке погашения платежа. | <ul style="list-style-type: none"> - Не звонить клиенту до момента погашения долга. <p>(клиент может просто забыть!)</p> |
| <p>Просроченная Дебиторская задолженность (ПДЗ)</p> | <ul style="list-style-type: none"> - Сухо, юридически описать ситуацию. - Выразить свое отношение к ситуации. - Конкретизировать требования. - Описать последствия. | <ul style="list-style-type: none"> - «Отстраиваться» от своей компании, играть на стороне клиента, против своей компании («Я бы не стал спрашивать, но с меня компания требует»). - Использовать жесткий стиль. - Выражать требования и угрозы. - Быть чересчур мягким. |
| <p>«Мертвая» дебиторская задолженность</p> | <p>Обратиться в службу безопасности компании или передать информацию в юридический отдел.</p> | <p>Перестать контролировать сроки оплаты, пассивность в отношении платежа данного Клиента.</p> |

Почему клиенты меняют своих поставщиков*

92 % не получают должного ВНИМАНИЯ

86 % не видят проявления ИНИЦИАТИВЫ

81 % из-за невыполненных ОБЕЩАНИЙ

75 % из-за недостаточного УРОВНЯ КВАЛИФИКАЦИИ менеджеров

67 % чувствуют НЕ ЧЕСТНОСТЬ ИЛИ ОБМАН

17 % из-за ЦЕНЫ – 17 клиентов из 100.

Но чаще всего, клиентские менеджеры, оправдывают свое бездействие и непрофессионализм высокой ценой на свою продукцию и услуги.



* Исследования McKinsey, 2015 год

Цена и ценность нашего предложения



Любая продажа – весы, на которых с одной стороны- **ЦЕНА**, а с другой стороны **ЦЕННОСТЬ**, выгода- то, что покупатель может получить потратив свои деньги, время, нервы.

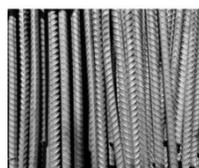
Пока покупатель не понимает, что он конкретно получит взамен, для него всегда будет дорого. Цена – это деньги, время, желание потраченные клиентом на общение и работу с Вами. Таким образом, пока покупатель не видит (не понимает) ценности общения, сотрудничества с менеджером и с компанией, для него всегда будет дорого.

| Ваше предложение | Чем оно ценно для Ваших клиентов? |
|------------------|-----------------------------------|
| | |
| | |
| | |

Кросс продажи

Кросс продажи – продажи дополнительных и сопутствующих товаров и/или услуг к уже заказанной продукции.

Например: если клиент покупает арматуру, ему необходимо предложить проволоку для связывания, если покупает трубу, то обязательно предложить отводы и т.д.



Арматура



Проволока

| Заказываемая продукция | Продукция для допродажи |
|-------------------------|----------------------------------------|
| Металлопрокат | Электроды, метизы и т.д. |
| Доставка металлопроката | Разгрузочные работы |
| Доставка на объект | «Расходники» на строительной площадке, |



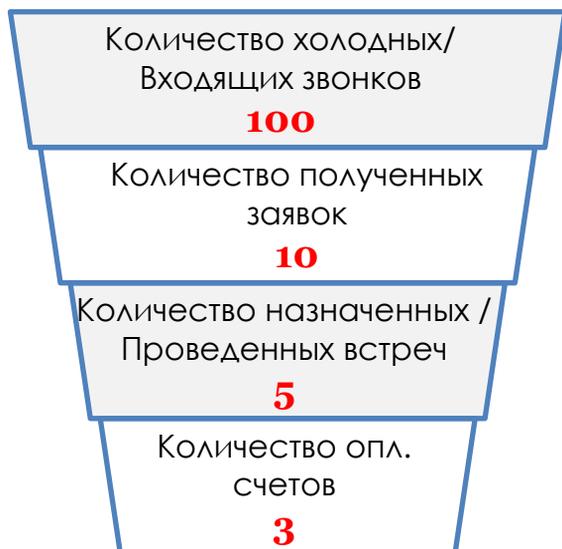
Лучшим примером, иллюстрирующим эффективность кросс- продаж, является Макдональдс. Когда вы на кассе покупаете кофе, кассир не спрашивает будите вы пирожок или нет. Кассир спрашивает: - вы с чем будите пирожок. Точно также с соусами для картошки. Таким образом, компания увеличила оборот на 30%.



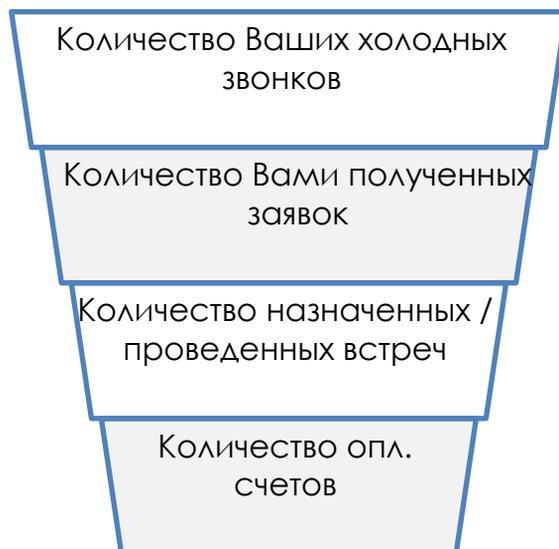
Воронка продаж

Воронка продаж является универсальным инструментом управления продажами и позволяет решить широкий круг задач: прогнозирование продаж, создание графика продаж, определение узких мест, темы для обучения и т.д. Чтобы построить воронку продаж, необходимо внедрить в компании систему для сбора данных на ежедневной основе.

Средние показатели при продаже металлопроката



Постройте Вашу воронку продаж



Воронка продаж



Колба удержания



Бланк постановки цели при совершении телефонного звонка

Приложение 1.

| | | | |
|---------------------------------------------|-------------------------------------------|--------------------|--|
| Название и род деятельности компании | | ООО «Строй Инвест» | |
| Имя ЛВР/ ЛПР | Петр Сергеевич | | |
| | Цель | Результат | |
| Задача максимум | Получить заявку. Назначить встречу. | | |
| Задача минимум | Получить информацию о строящихся объектах | | |
| Доп. задачи | Узнать о существующих поставщиках | | |
| Дата сл. контакта | | | |
| Цель сл. контакта | | | |

| | | | |
|---------------------------------------------|-------------|------------------|--|
| Название и род деятельности компании | | | |
| Имя ЛВР/ ЛПР | | | |
| | Цель | Результат | |
| Задача максимум | | | |
| Задача минимум | | | |
| Доп. задачи | | | |
| Дата сл. контакта | | | |
| Цель сл. контакта | | | |

| | | | |
|---------------------------------------------|-------------|------------------|--|
| Название и род деятельности компании | | | |
| Имя ЛВР/ ЛПР | | | |
| | Цель | Результат | |
| Задача максимум | | | |
| Задача минимум | | | |
| Доп. задачи | | | |
| Дата сл. контакта | | | |
| Цель сл. контакта | | | |

| | | | |
|---------------------------------------------|-------------|------------------|--|
| Название и род деятельности компании | | | |
| Имя ЛВР/ ЛПР | | | |
| | Цель | Результат | |
| Задача максимум | | | |
| Задача минимум | | | |
| Доп. задачи | | | |
| Дата сл. контакта | | | |
| Цель сл. контакта | | | |

Бланк оценки телефонного звонка клиенту

Приложение 2.

| Этап | Критерий оценки | Оценка 1-10 | Комментарий |
|----------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------|-------------|-------------|
| Подготовка | Информация о компании Постановка цели Наличие сценария диалога | | |
| Установление контакта | Поздоровался, представился | | |
| | Вышел на АПР | | |
| | Представил свою компанию с УТП | | |
| Получение информации | Открытые вопросы | | |
| | Уточняющие вопросы | | |
| | Чередование вопросов с демонстрацией выгод от возможного сотрудничества | | |
| | Делает записи | | |
| Презентация | Приводит аргументы. Приводит ХПВ. | | |
| Получение заказа | Спросил про наличие текущих заявок | | |
| | Спросил о частоте заказов и возможности заявок в будущем | | |
| Цена | Назвал цены на основные категории металлопроката | | |
| | «Упаковал цену» | | |
| Встреча | Предложение встречи | | |
| | Работа с сопротивлением и отказом от встречи | | |
| Работа с возражениями | Уточняющие вопросы Контраргументы | | |
| Характер-ки голоса и речи | Четкость, уверенность, понятность | | |
| | Скорость речи | | |
| | Грамотность речи | | |
| | Слова паразиты | | |
| | Перехват инициативы | | |

Таблица весов металлопроката

| ПРОКАТ КРУГЛЫЙ | | | | ШЕСТИГРАННИК | | УГОЛОК | | | | БАЛКА | |
|----------------|----------|-----|----------|----------------|-----------------|--------|----------|-----------------------|-----------------|-------------------|-----------------|
| Ø | Вес (кг) | Ø | Вес (кг) | Размер | Вес (кг) | Размер | Вес (кг) | Размер | Вес (кг) | Размер | Вес (кг) |
| 5,5 | 0,186 | 60 | 22,19 | №10 | 0,68 | 20x3 | 0,89 | 160x11 | 27,00 | №10 | 9,46 |
| 6 | 0,222 | 61 | 22,93 | №11 | 0,82 | 20x4 | 1,15 | 160x12 | 28,40 | №12 | 11,50 |
| 6,5 | 0,26 | 62 | 23,7 | №12 | 0,98 | 25x3 | 1,12 | 160x14 | 34,00 | №14 | 13,70 |
| 7 | 0,302 | 63 | 24,47 | №13 | 1,15 | 25x4 | 1,46 | 160x16 | 38,50 | №16 | 15,90 |
| 8 | 0,395 | 65 | 26,05 | №14 | 1,33 | 32x3 | 1,46 | 160x18 | 43,00 | №18 | 18,40 |
| 9 | 0,499 | 67 | 27,68 | №15 | 1,53 | 32x4 | 1,91 | 160x20 | 47,40 | №18a | 19,90 |
| 10 | 0,616 | 68 | 28,51 | №16 | 1,74 | 35x3 | 1,6 | 180x11 | 30,50 | №20 | 21,00 |
| 11 | 0,746 | 70 | 30,21 | №17 | 1,96 | 35x4 | 2,1 | 180x12 | 33,10 | №20a | 22,70 |
| 12 | 0,888 | 72 | 31,96 | №18 | 2,2 | 40x3 | 1,85 | 200x12 | 37,00 | №22 | 24,00 |
| 13 | 1,041 | 75 | 34,68 | №19 | 2,45 | 40x4 | 2,42 | 200x13 | 39,90 | №22a | 25,80 |
| 14 | 1,21 | 80 | 39,46 | №20 | 2,72 | 40x5 | 2,98 | 200x14 | 42,80 | №24 | 27,30 |
| 15 | 1,39 | 82 | 41,46 | №21 | 3 | 45x3 | 2,08 | 200x16 | 48,70 | №24a | 29,40 |
| 16 | 1,58 | 85 | 44,54 | №22 | 3,29 | 45x4 | 2,73 | 200x20 | 60,10 | №27 | 31,50 |
| 17 | 1,78 | 90 | 49,94 | №24 | 3,92 | 45x5 | 3,37 | 200x25 | 74,00 | №27a | 33,90 |
| 18 | 2 | 95 | 55,64 | №25 | 4,25 | 50x3 | 2,32 | 200x30 | 87,60 | №30 | 36,50 |
| 19 | 2,23 | 100 | 61,65 | №26 | 4,59 | 50x4 | 3,05 | 220x14 | 47,40 | №30a | 39,20 |
| 20 | 2,47 | 105 | 67,97 | №27 | 4,96 | 50x5 | 3,77 | 220x16 | 53,80 | №33 | 42,20 |
| 21 | 2,72 | 110 | 74,6 | №28 | 5,33 | 56x4 | 3,44 | 250x16 | 61,60 | №36 | 48,60 |
| 22 | 2,98 | 115 | 81,54 | №29 | 5,27 | 56x5 | 4,25 | 250x18 | 68,90 | №40 | 57,00 |
| 23 | 3,26 | 120 | 88,78 | №30 | 6,12 | 63x4 | 3,91 | 250x20 | 76,10 | №45 | 66,50 |
| 24 | 3,55 | 125 | 96,33 | №32 | 6,96 | 63x5 | 4,81 | 250x22 | 83,30 | №50 | 78,50 |
| 25 | 3,85 | 130 | 104,2 | №34 | 7,86 | 63x6 | 5,72 | 250x25 | 94,00 | №55 | 92,60 |
| 26 | 4,17 | 135 | 112,31 | №36 | 8,81 | 70x5 | 5,38 | 250x28 | 104,50 | №60 | 108,00 |
| 27 | 4,5 | 140 | 120,78 | №38 | 9,82 | 70x6 | 6,39 | 250x30 | 111,40 | | |
| 28 | 4,83 | 145 | 129,56 | №40 | 10,86 | 70x7 | 7,39 | КВАДРАТ | | | |
| 29 | 5,18 | 150 | 138,65 | №41 | 11,54 | 70x8 | 8,37 | Размер | Вес (кг) | Размер | Вес (кг) |
| 30 | 5,55 | 155 | 148,05 | №42 | 11,99 | 75x5 | 5,8 | 8x8 | 0,50 | 80x80 | 50,24 |
| 31 | 5,92 | 160 | 157,75 | №43 | 12,71 | 75x6 | 6,89 | 10x10 | 0,79 | 90x90 | 63,59 |
| 32 | 6,31 | 165 | 167,77 | №46 | 14,53 | 75x7 | 7,96 | 12x12 | 1,13 | 100x100 | 78,50 |
| 33 | 6,71 | 170 | 178,09 | №47 | 14,95 | 75x8 | 9,02 | 14x14 | 1,54 | 110x110 | 94,99 |
| 34 | 7,13 | 175 | 188,72 | №48 | 15,66 | 75x9 | 10,07 | 16x16 | 2,01 | 120x120 | 113,04 |
| 35 | 7,55 | 180 | 199,66 | №50 | 16,98 | 80x6 | 7,36 | 18x18 | 2,54 | 125x125 | 122,66 |
| 36 | 7,99 | 185 | 210,9 | №52 | 18,4 | 80x7 | 8,51 | 20x20 | 3,14 | 130x130 | 132,67 |
| 37 | 8,44 | 190 | 222,46 | №55 | 20,58 | 80x8 | 9,65 | 22x22 | 3,80 | 140x140 | 153,86 |
| 38 | 8,9 | 195 | 234,32 | №57 | 22,35 | 90x6 | 8,33 | 25x25 | 4,91 | 150x150 | 176,63 |
| 39 | 9,38 | 200 | 246,49 | №60 | 24,5 | 90x7 | 9,64 | 30x30 | 7,07 | 160x160 | 200,96 |
| 40 | 9,86 | 205 | 258,97 | №65 | 28,7 | 90x8 | 10,93 | 35x35 | 9,62 | 170x170 | 226,87 |
| 41 | 10,36 | 210 | 271,76 | ШВЕЛЛЕР | | 90x9 | 12,2 | 40x40 | 12,56 | 180x180 | 254,34 |
| 42 | 10,88 | 215 | 284,85 | Размер | Вес (кг) | 100x7 | 10,8 | 50x50 | 19,63 | 190x190 | 283,39 |
| 43 | 11,4 | 220 | 298,25 | №5 | 4,84 | 100x8 | 14,3 | 60x60 | 28,26 | 200x200 | 314,00 |
| 44 | 11,94 | 225 | 311,96 | №6,5 | 5,90 | 100x10 | 15,1 | 70x70 | 38,47 | | |
| 45 | 12,48 | 230 | 325,98 | №8 | 7,05 | 100x12 | 17,9 | ЛИСТ РИФЛЕННЫЙ | | | |
| 46 | 13,05 | 235 | 340,31 | №10 | 8,59 | 100x14 | 20,6 | Ромбический | | чечевичный | |
| 47 | 13,75 | 240 | 354,95 | №12 | 10,40 | 100x16 | 23,3 | Размер | Кг/м2 | Размер | Кг/м2 |
| 48 | 14,2 | 245 | 369,89 | №14 | 12,30 | 110x7 | 11,9 | 2,5 | 21 | 2,5 | 20,1 |
| 49 | 14,8 | 250 | 385,14 | №14a | 13,30 | 110x8 | 13,5 | 3 | 25,1 | 3 | 24,2 |
| 50 | 15,42 | 255 | 400,7 | №16 | 14,20 | 125x8 | 15,5 | 4 | 33,5 | 4 | 32,2 |
| 51 | 16,03 | 260 | 416,57 | №16a | 15,30 | 125x9 | 17,3 | 5 | 41,8 | 5 | 40,5 |
| 52 | 16,67 | 265 | 432,74 | №18 | 16,30 | 125x10 | 19,1 | 6 | 50 | 6 | 48,5 |
| 53 | 17,32 | 270 | 449,23 | №18a | 17,40 | 125x12 | 22,7 | ЛИСТ | | | |
| 54 | 17,65 | 275 | 466,02 | №20 | 18,40 | 125x14 | 26,2 | Толщ. | Вес (кг) | Толщ. | Вес (кг) |
| 55 | 18,65 | 280 | 483,12 | №22 | 21,00 | 125x16 | 29,7 | 0,5 | 12 | 0,9 | 22 |
| 56 | 19,33 | 285 | 500,53 | №24 | 24,00 | 140x9 | 19,4 | 0,55 | 13 | 1 | 25 |
| 57 | 20,02 | 290 | 518,25 | №27 | 27,70 | 140x10 | 21,5 | 0,6 | 15 | 1,2 | 29 |
| 58 | 20,74 | 295 | 536,27 | №30 | 31,80 | 140x12 | 25,5 | 0,7 | 17 | 1,4 | 34 |
| 59 | 21,45 | 300 | 554,6 | №40 | 48,30 | 160x10 | 24,7 | 0,8 | 20 | 1,5 | 37 |

Проверочные вопросы для оценки знаний по настоящей Книге продаж.

1. Что продают менеджеры по продажам металлопроката?
2. Год основания нашей компании?
3. Назовите миссию нашей компании?
4. Перечислите основные направления деятельности компании.
5. Что такое УТП, зачем они нужны? Назовите два УТП нашей компании.
6. Что такое металлопрокат?
7. Дайте определение сортового и фасонного металлопроката.
8. В каких областях народного хозяйства больше всего используется /применяется металлопрокат?
9. В чем разница между фактическим и теоретическим весом металлопроката?
0. За что отвечает прораб на участке строительной компании?
1. Перечислите основные потребности закупщиков и снабженцев.
2. В чем заключается профессионализм менеджера по продажам металлопроката?
3. Перечислите основных потребителей металлопроката.
4. Какие цели и задачи стоят перед менеджером по продажам металлопроката?
5. Что по Вашему мнению, отличает успешного менеджера по продажам от неуспешного ?
6. Опишите основные этапы работы менеджера по продажам металлопроката.
7. Как голос влияет на телефонные переговоры?
8. Приведите характеристики приятного голоса и не приятного.
9. Приведите примеры слов присоединителей и слов усилителей.
0. Напишите цели телефонного разговора с секретарем?
1. Приведите два примера обхода секретаря.
2. Приведите два примера работы с возражениями секретаря.
3. Приведите два примера как можно во время телефонного звонка привлечь внимание ЛПР.
4. При первом общении с клиентом, какую информацию необходимо получить от клиента?
5. Приведите два примера речевых модуля для назначения встречи с ЛПР.
6. Приведите два примера ответа на возражения клиента « у нас уже есть поставщики».
7. Приведите два примера трансформации преимуществ в выгоды для клиента.
8. Назовите два инструмента, как можно ускорить оплату по ранее выставленному

Выгоды от использования Книги продаж в работе

| Характеристика Книги продаж | Преимущества Книги продаж | Выгоды от использования Книги продаж |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>Отличительным признаком стабильности компании на рынке сегодня является выстроенная система продаж. Книга сценариев продаж — продукт, позволяющий систематизировать процесс продаж.</p> | <p>Не хаотичное и случайное построение процесса продаж, а порядок, структура и система в основании построения эффективности продаж.</p> | <p>Оптимизируются бизнес-процессы и увеличивается прибыль за счет внутренних ресурсов, без вложения дополнительных денежных средств.</p> |
| <p>Описаны стандарты внешнего вида, подготовки к контакту с клиентом, ведения клиентской базы, презентации компании, работы с возражениями, работы с документацией.</p> | <p>1) Наставник, к которому прикрепляется новый менеджер, не субъективно описывает процессы продаж, так, как ему хочется и как он это себе представляет, а по разработанным стандартам. 2) Наставникам не нужно каждый раз самим все придумывать.</p> | <p>Сокращается время адаптации и введения нового менеджера на рабочем месте на 30–50 %.</p> |
| <p>Знание стандартов продаж.</p> | <p>В отличие от ситуации, когда каждый сам ищет и устанавливает исходя из личного опыта способы продаж, организация дает наиболее эффективные, практичные инструменты взаимодействия с клиентами.</p> | <p>Возможно формировать и поддерживать корпоративную культуру, нести через продавцов восприятие этой культуры на рынке. А это формирует не случайный, а продуманный имидж компании.</p> |
| <p>Собранные в одном месте стандарты и правила продаж.</p> | <p>Как правило, приходится их по кусочкам собирать из разных «левых» источников.</p> | <p>Четко выстраивается программа обучения, опираясь на всем известные стандарты и правила продаж, а также готовится для всех понятная процедура оценки и аттестации продавцов.</p> |