

Эффективная презентация компании и ее предложений

Презентация услуг/продуктов компании

Источники информации:

- 1) Corporate Web-site
- 2) Brochures, company profile, promo materials
- 3) Case Studies
- 4) База знаний компании (напр. Wiki в Jira, Redmine и тд.)
- 5) Менеджмент компании
- 6) Технические специалисты компании
- 7) Курилка 😊

Презентация услуг/продуктов компании

Типовые кейсы применения:

- 1) Intro call
- 2) Intro e-mail
- 3) Pitching on the event
- 4) Pitching/presentation on the road-show
- 5) Presentation on the meeting

Презентация услуг/продуктов компании

Важные аспекты:

- 1) Геолокация (head office, dev facility, sales rep.)
- 2) Кол-во сотрудников
- 3) Кол-во разработчиков
- 4) Типовые профили клиента
- 5) Портфолио, Case-studies, самые известные клиенты
- 6) Ценовые модели
- 7) Условия оплаты
- 8) Гарантийные обязательства

Врать или не врать?!

- Врать можно и нужно, но максимально правдоподобно!
- Приукрашивать нужно системно, уверенно и желательно в меру
- Всегда должна быть возможность “to hide your ass”, не пойман – не вор 😊
- Вы должны быть уверены, что, то о чем вы говорите потом будет реально технически реализовать !
- Не нужно всегда говорить “да, мы это знаем и умеем” иногда честность более чем уместна.
- Внимательно изучайте собеседника и его компанию, продумывайте возможные сложные вопросы или ситуации где придется выкручиваться.
- Всегда смотрите сколько сотрудников вашей компании зарегистрировано на LinkedIn и прочую инфу которую легко найти в сети!
- Маленькие хитрости (сказать да и сделать fake proof потом, выиграть время для более подробной презентации, сослаться на NDA и объективные обстоятельства, попросить возможность уточнения инфы у профильных спец-ов и тд., спросить у клиента: что важно для него при выборе вендора и потом сделать доп. материалы)

Most tricky questions/issues from the customer's side

- Do you have office in the States?
- I want to visit your office/meet your representative
- Do you have “A, B, C” compliances?
- Do you have “A, B, C” ISO?
- Do you have “A, B, C” policy in your company?
- Could you provide me with references?
- Do you have specific technology, CMS, Framework experience?
- Warranty and support related questions

Контрактные модели

- Fixed Price
- T&M

Pricing and Pricing Policy

- Total budget VS hourly rate
- Ценовая политика в зависимости от контрактной модели (оценка рисков)
- Ценовая политика в зависимости от технологии (напр. PHP дешевле Java, WP дешевле Drupal-а и тд.)
- Ценовая политика в зависимости от экспертизы/специализации
- Ценовая политика в зависимости от клиента

СКИДКИ

- Политика компании в отношении скидок (жесткая или гибкая)

NB! часто меняется в зависимости от текущей загруженности компании, а также специализации компании

- Торг. Прогибаете вы VS прогибают вас
- Скидка всегда должна быть за что-то и ее тоже нужно продавать!
- Вы должны продавать не только компанию клиенту НО и потенциальный проект/клиента своим технарям и менеджменту (в тч., чтобы выбить скидку).

Продажи

узкоспециализированных

сервисов (IoT, AI, Data Science)

- Обязательное изучение мат. части + знание и понимание актуальных трендов (<https://techcrunch.com/>, <http://mashable.com/>, <https://www.bloomberg.com/shows/bloomberg-technology> , <https://www.ted.com/topics/technology> и прочие)
- Обязательное знание + наличие подробных case-studies
- Соответствующий профиль и имидж в соц. сетях. Нельзя писать, что вы делаете все!
- Профильный контент + активности по его продвижению в соц. сетях.
- Релевантные references, success stories от клиентов
- Очень желательное присутствие сильного тех. специалиста на коле
- Присутствие компании в топе соответствующих рейтингов, листингов, обзоров и тд.