

построение успешной команды продаж

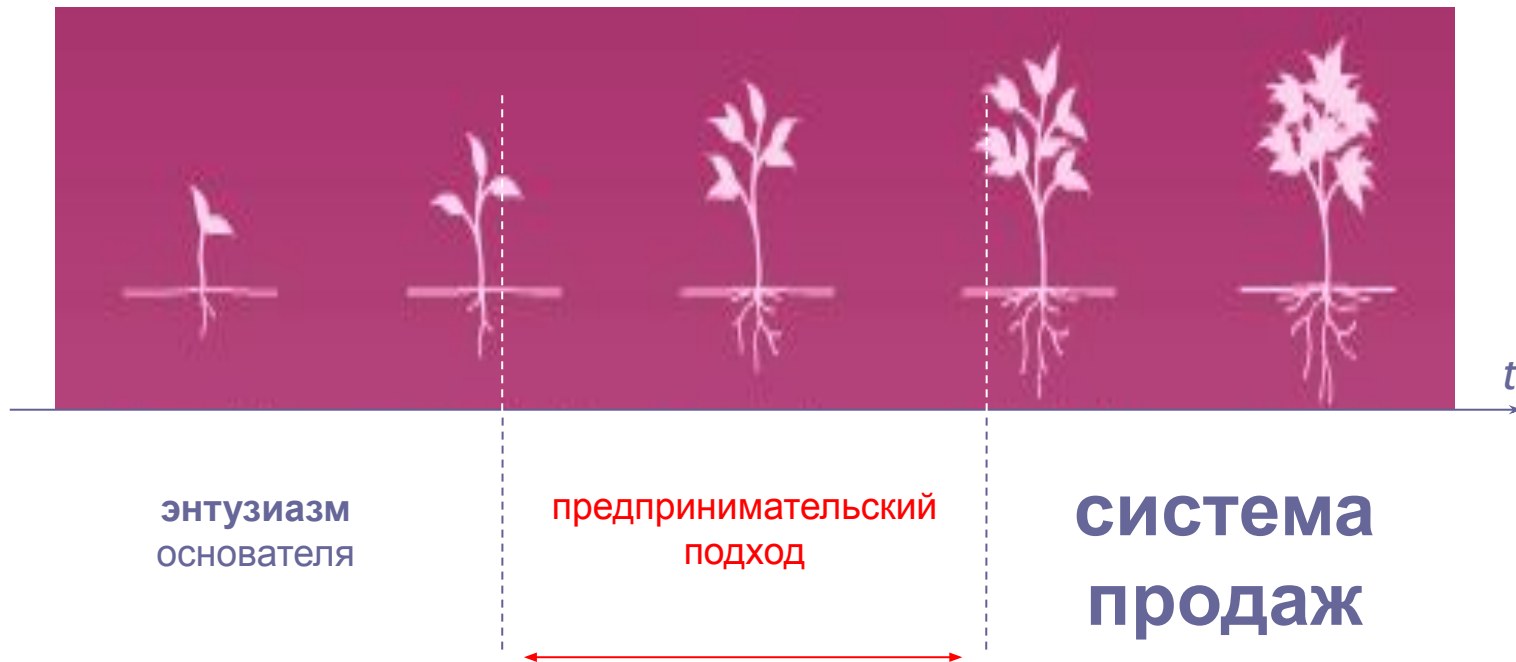


КОГДА

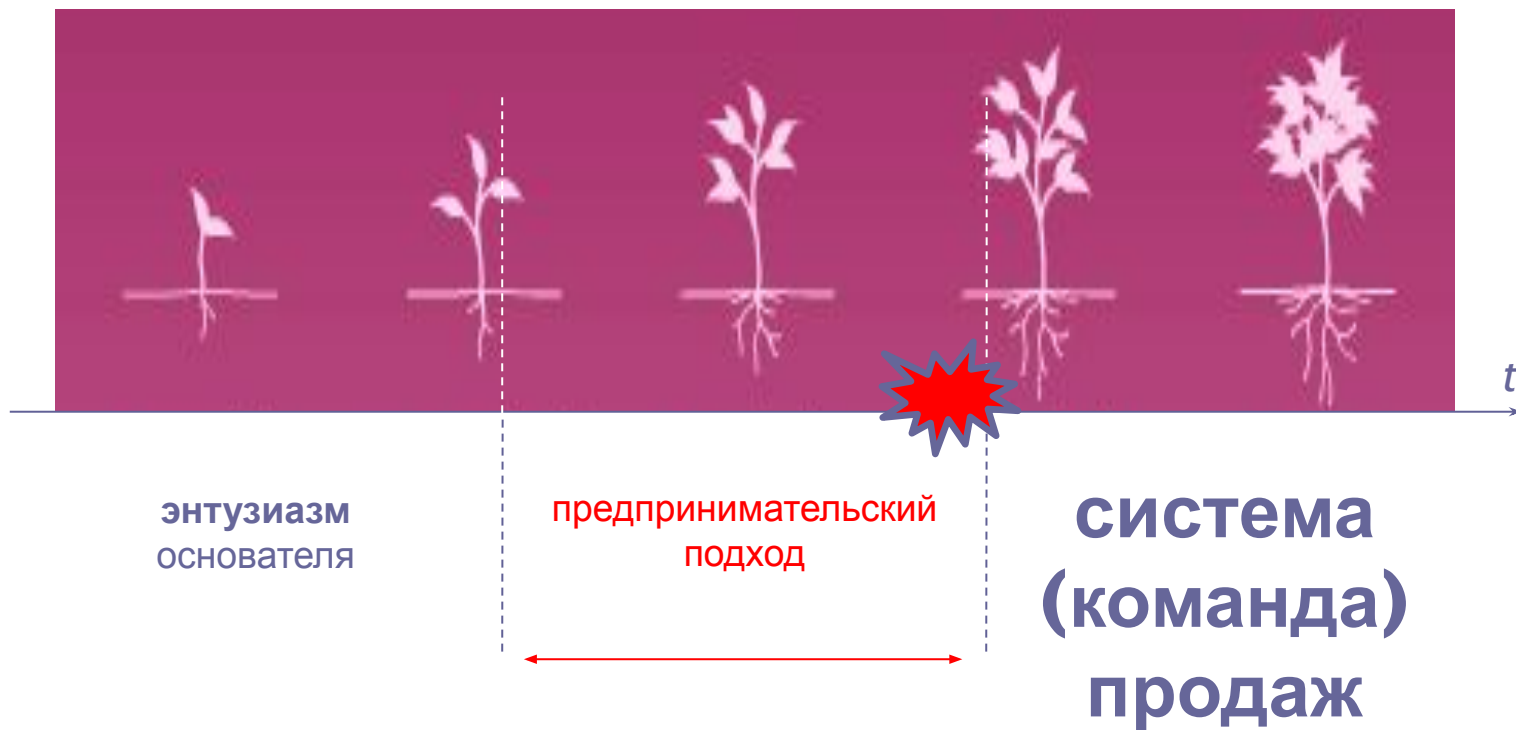
КТО

КАК

эволюция организации продаж



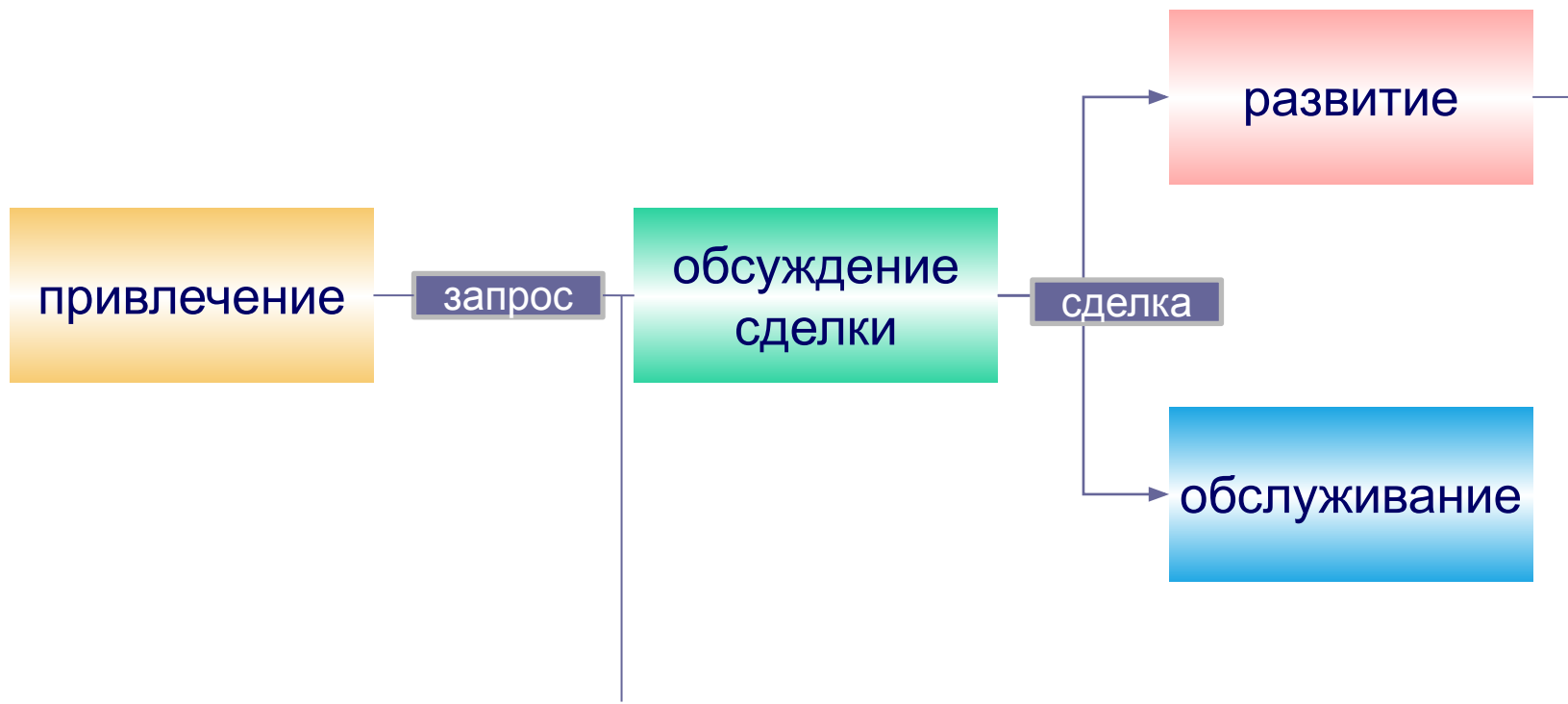
эволюция организации продаж



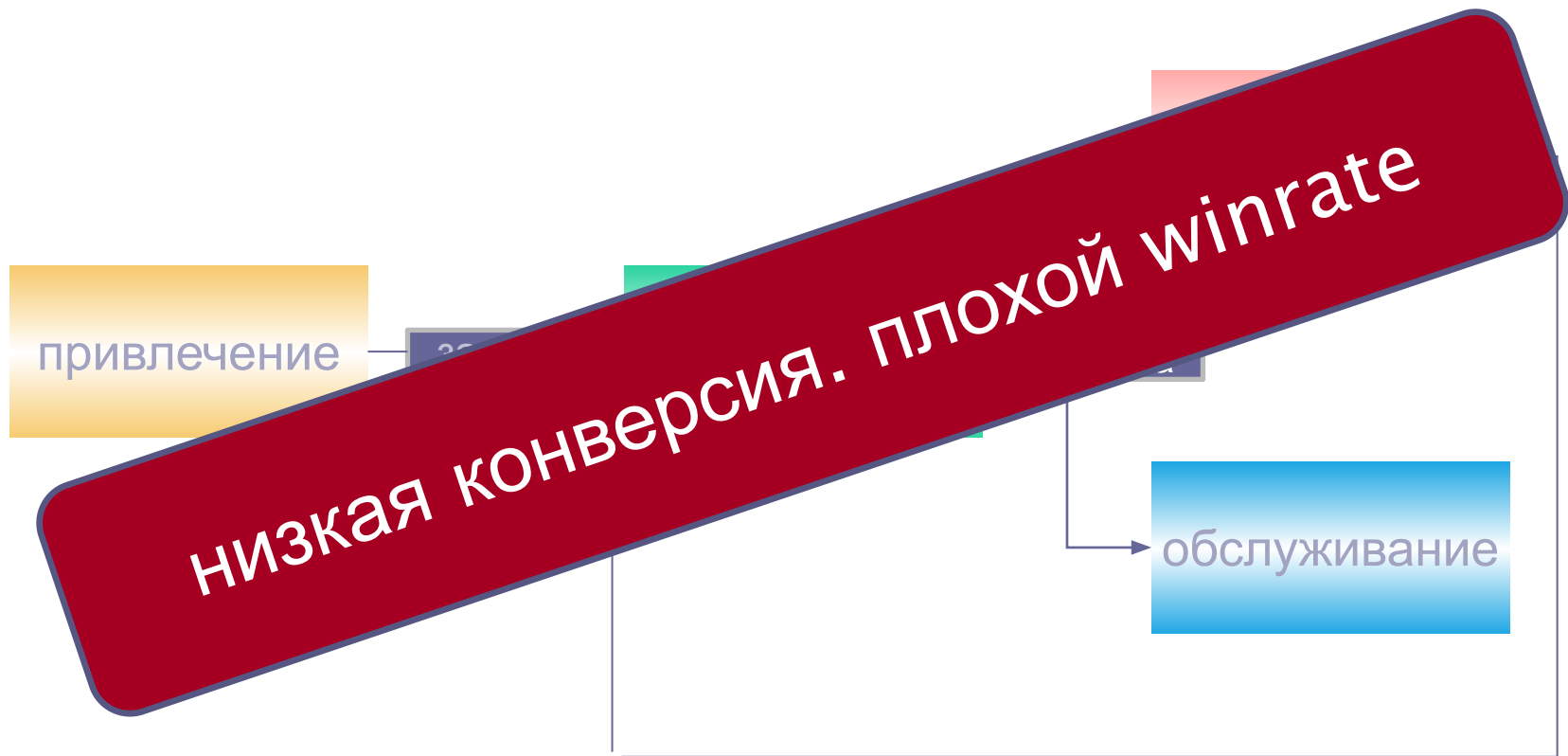
мысли, которые приходят в голову



процессы отношений с клиентом



ЧТО ТО ПОШЛО НЕ ТАК



customer journey

осознание

удовлетворение

интерес

повторная сделка

желание

любопытство

изучение

лояльность

сравнение

рекомендации

действие (сделка)



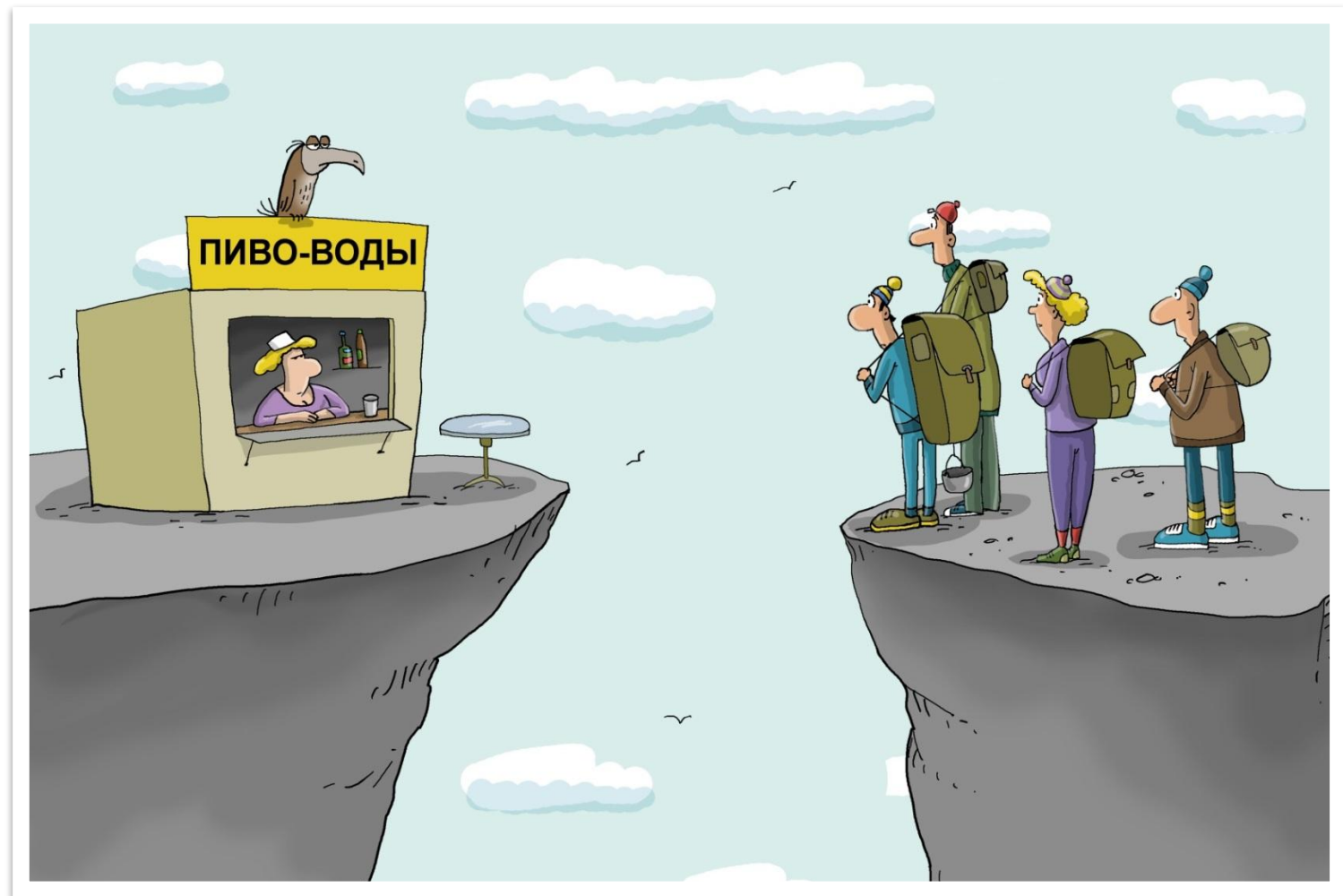
синдром аниматора



синдром аниматора



Pull vs. Push



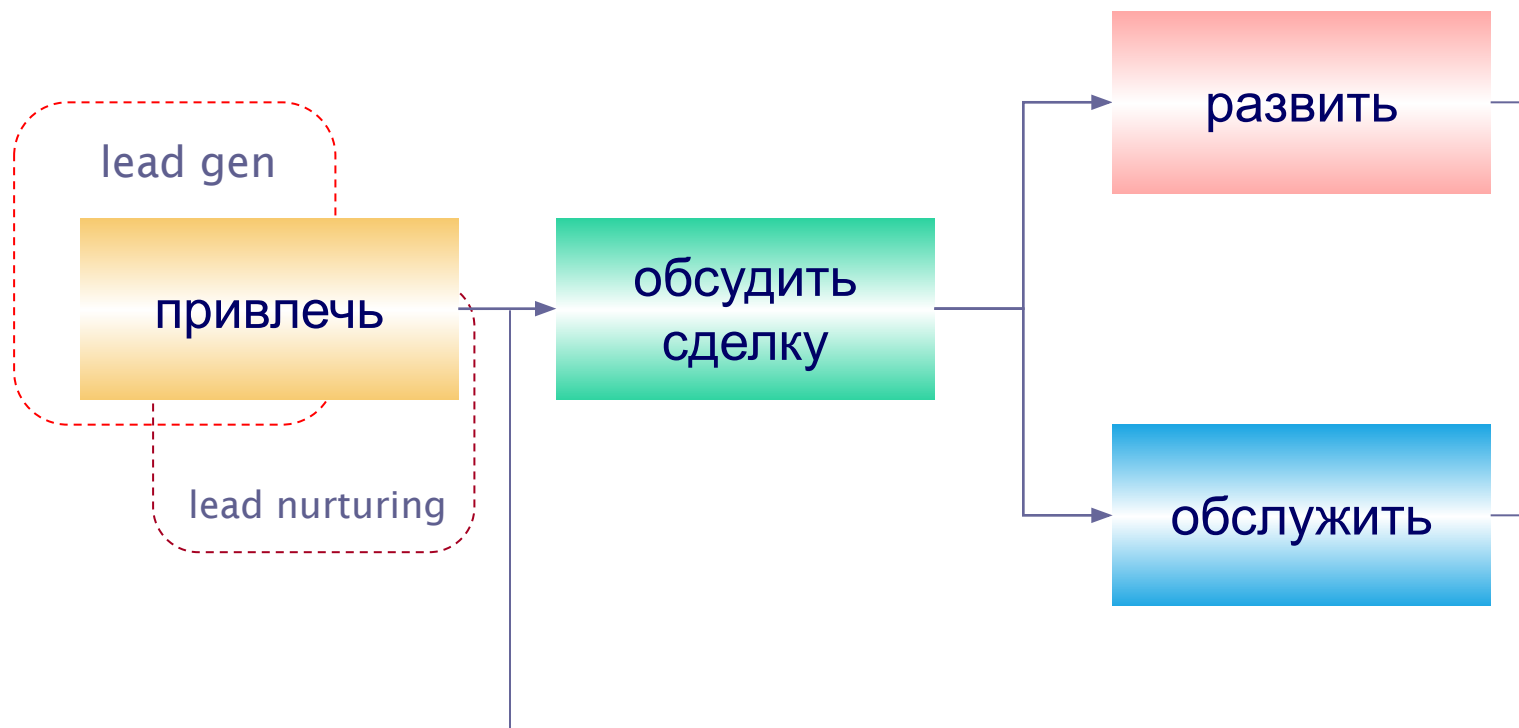
доверие – главная добродетель



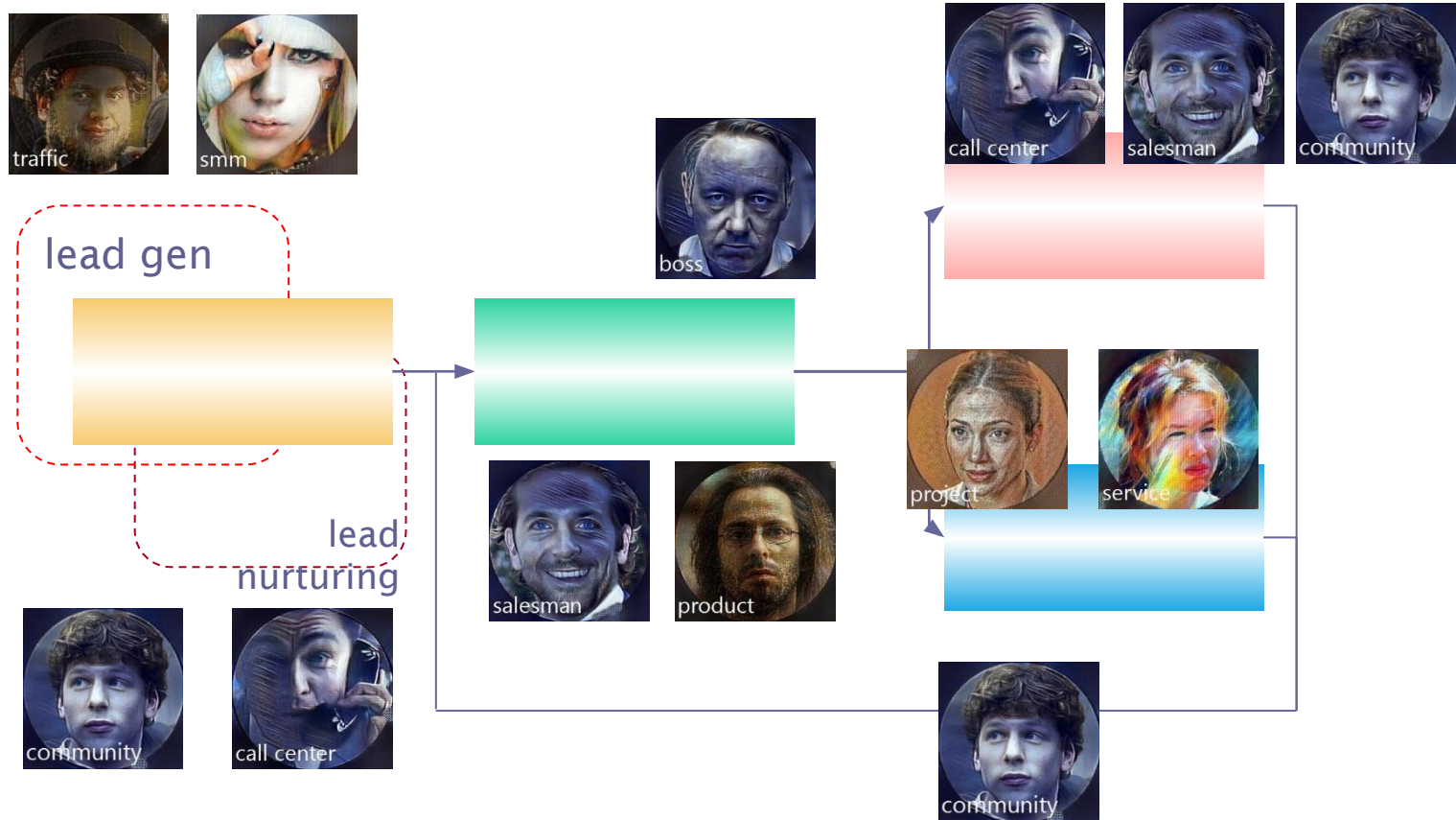
бригада проводников



бизнес-процессы. основные этапы



бизнес-процессы. кто в ответе?



цели и KPI

цели: финансовые показатели

стратегия: регионы/отрасли/каналы/портрет

KPI: воронки продаж

KPI: нормативы по контактам

бюджет: количество персонала

командные цели и KPI

цели: финансовые показатели

стратегия: регионы/отрасли/каналы/портрет

KPI: воронки продаж

KPI: нормативы по контактам

бюджет: количество персонала

цели и KPI по ролям



цели: ЛИЧНЫЕ и командные_финансовые показатели

стратегия: регионы/отрасли/каналы/портрет

KPI: воронки продаж

KPI: нормативы по контактам

бюджет: стоимость коммуникаций

специфика salesman



личные цели выше командных
причина: стресс отказов



цели и KPI по ролям



цели: командные финансовые показатели

цели личные: Q лидов/встреч)

стратегия: регионы/отрасли/каналы/портрет

KPI: нормативы по контактам

цели и KPI по ролям



цели: командные финансовые показатели

цели личные: (Q/\$ лидов)

стратегия: регионы/отрасли/каналы/портрет

KPI: конверсия (клики – лиды)

KPI: нормативы (Q/\$ кликов)

бюджет траффика

цели и KPI по ролям



цели: командные финансовые показатели

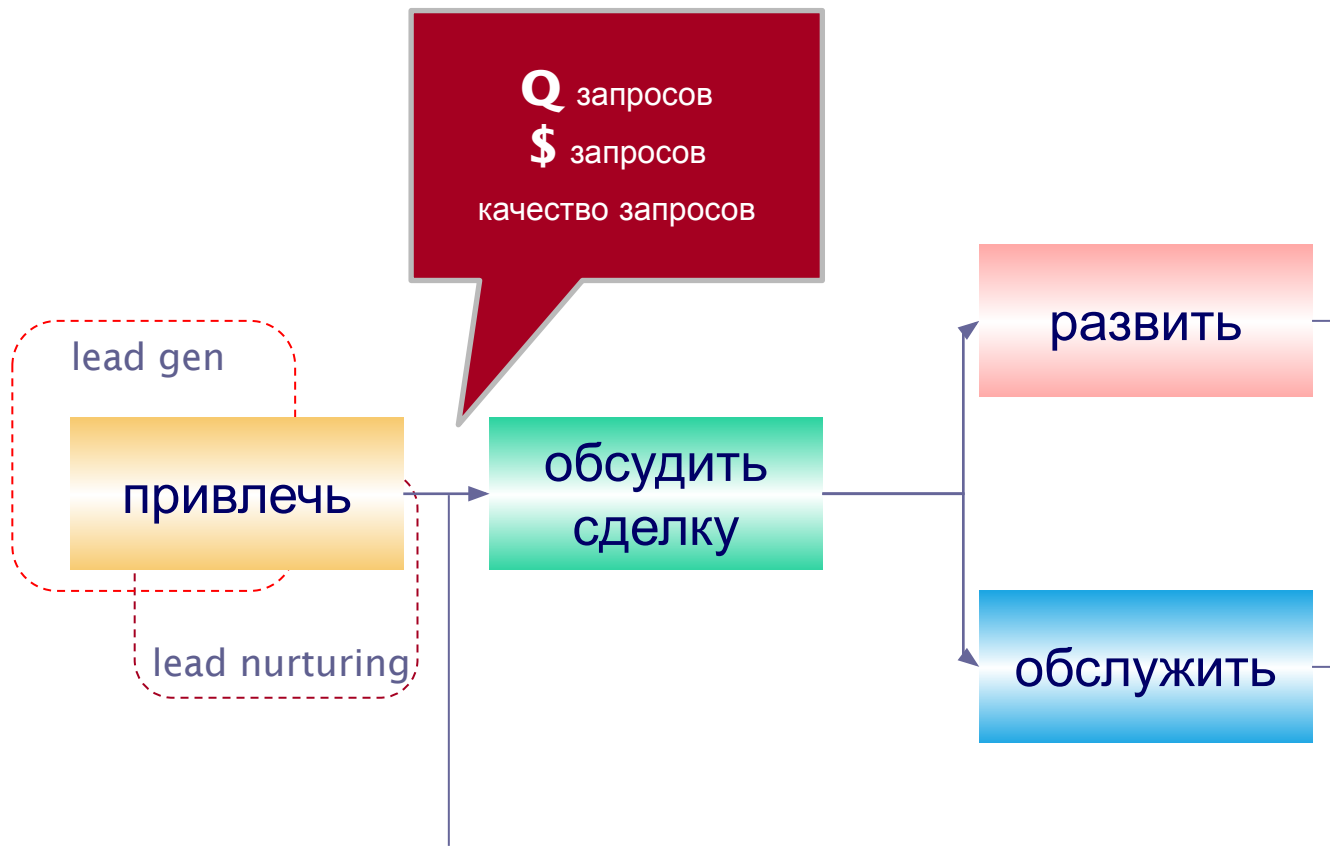
стратегия: регионы/отрасли/каналы/портрет

KPI: воронки (**Q/\$** френдов)

KPI: нормативы (**Q/\$** лайк, шэр, коммент)

бюджет контента и траффика

КPI – зона компромисса



кто здесь босс? чья ответственность?



МИССИЯ И ВЫЗОВЫ ДЛЯ ЛИДЕРА

кто ты есть?

процессы и план продаж

мотивация по КРІ

набор по ролям

подготовка команды

who I am?

руководитель?

лучший
продавец?



распределение ролей

бизнес	количество людей	boss	salesman	integrator
малый	1-10	40%	50%	10%
средний	11-50	60%	25%	15%
крупный	> 50	70%	10%	20%

sales management

планы продаж



бизнес-процессы

ПОДГОТОВКА

МОТИВАЦИЯ

КОНТРОЛЬ



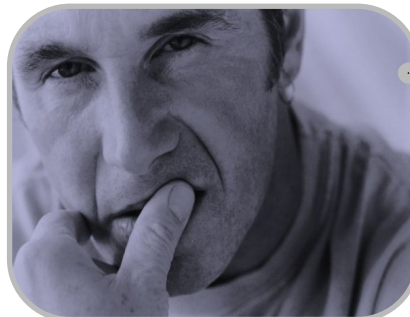
эффективность продаж

ВИДЫ МОТИВАЦИИ

материальное
вознаграждение

моральное
стимулирование

мотивация
страхом



гибридная
мотивация

ВИДЫ МОТИВАЦИИ



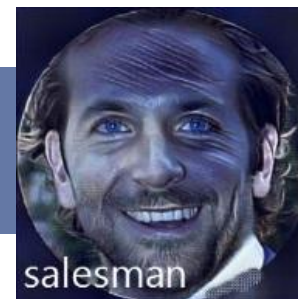
прозрачно и справедливо

материальное вознаграждение

ДОХОД СОТРУДНИКА

фиксированная часть (фикс)	выполнение процессов достижение KPI
+	
переменная часть (флекс)	за достижение целей → процент → премия → отсутствие наказаний!
+	
бонус	за выполнение разовых задач
-	
вычет	нарушение процессов невыполнение KPI

мотивация по ролям по ролям



фикс

процессы, воронки, нормативы

флекс

% от личных продаж, % от командных продаж

бонус

разовые задачи по процессу

вычет

процессы, нормативы

мотивация по ролям по ролям



фикс

сценарии, воронки, нормативы

флекс

премия за Q ЛИДОВ, премия за план продаж

бонус

наставничество, ноу-хау

вычет

сценарии, НОРМАТИВЫ

мотивация по ролям по ролям



фикс

инструменты, скорость

флекс

премия за Q лидов, премия за план продаж

бонус

тест новых инструментов

вычет

пренебрежение бюджетом и скоростью

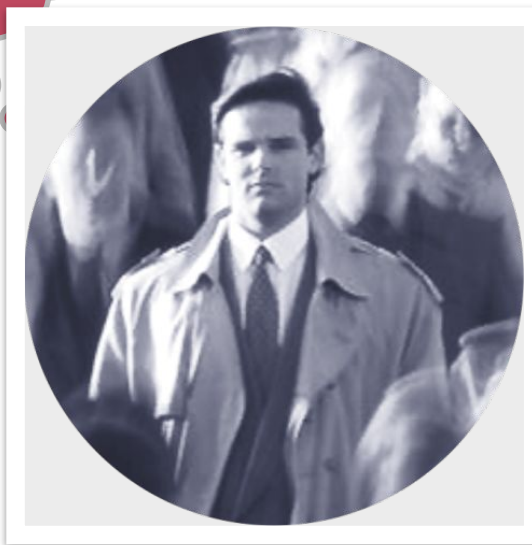
закон мироздания

нет результата-
СОТРУДНИК
не хочет
не умеет

мысли босса продаж

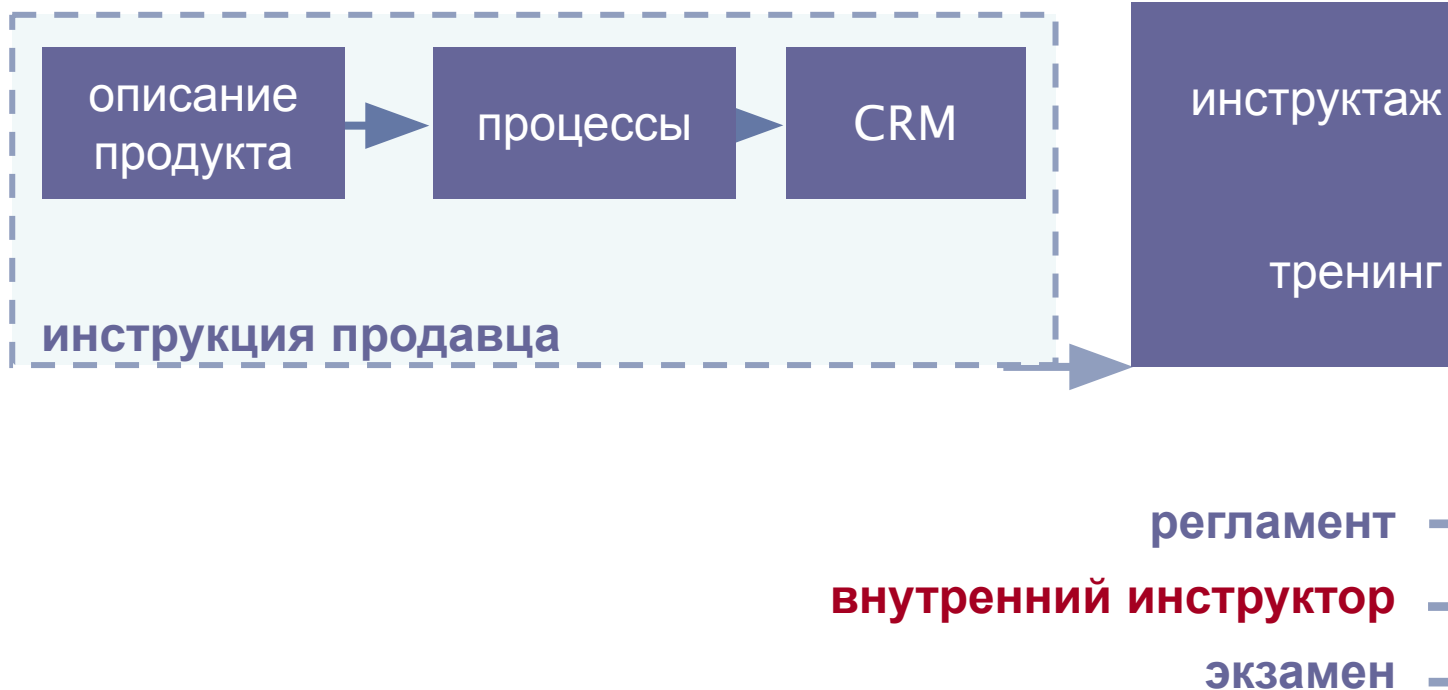
напрягаться
самому?

HR
должен?

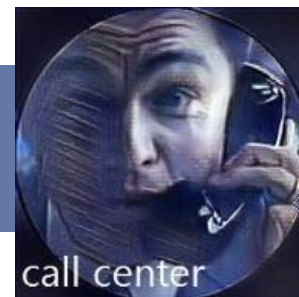


пусть тренер
отдувается

эффективная подготовка



КРІ подготовки



продукты

база: 2-10 часов, 2-6 часа/3 мес.

процессы

операционные: bpm systems.

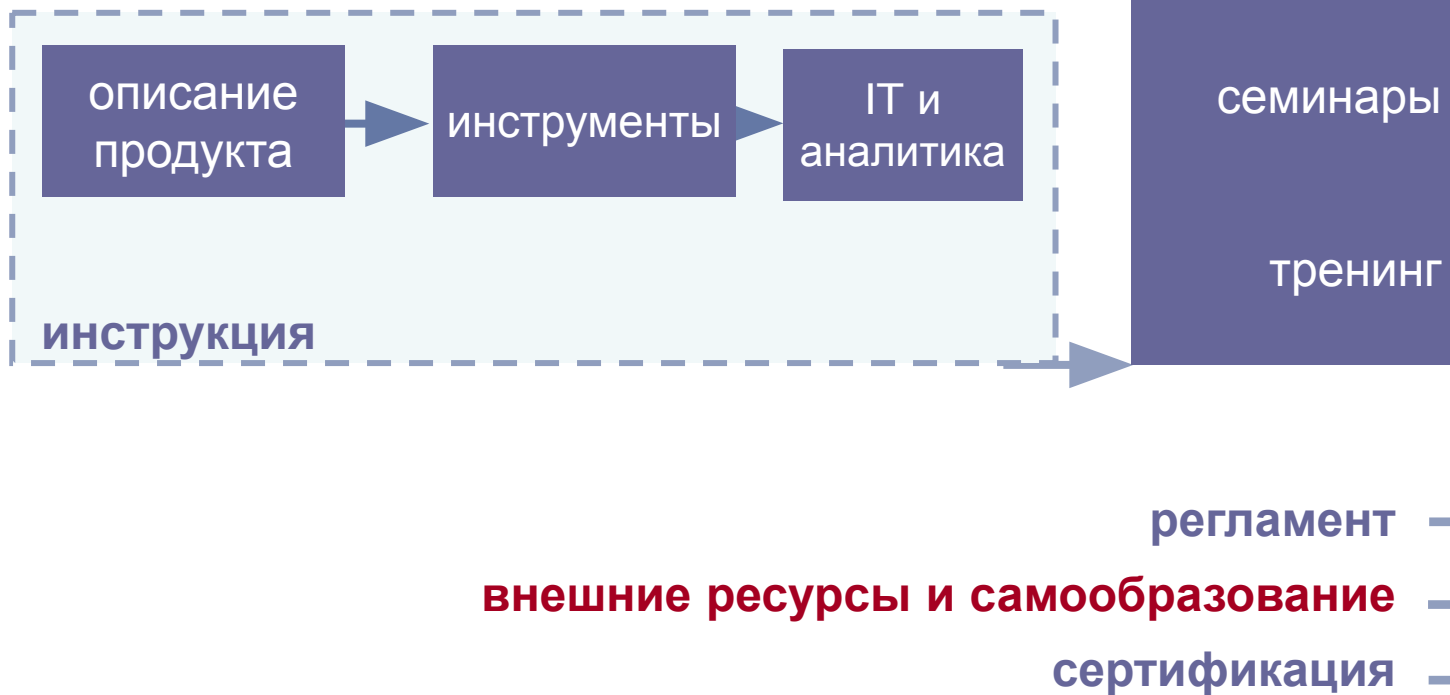
процессы

коммуникационные: 1-2 часа/нед.

CRM

база: 2-10 часов, 2 часа/3 мес.

эффективная подготовка



КРІ подготовки



продукты

2-6 часа/3 мес.

процессы

взаимодействие: bpm systems.

процессы

операционные: 1-4 часа/нед.

IT

1-4 часа /нед.

блог об успешных продажах



Лента статей

ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ РЕШЕНИЯ



Вадим Дозорцев

12.03.15

[закрывать сделку, личный опыт, обучение провалам, планерка](#)



Получить «да» – не значит закрыть сделку

Несколько недель назад наблюдал на планерке у заказчика показательный диалог. Шеф спросил одного менеджера, за тот сделку по клиенту в течение недели. Менеджер ответил Отлично, — ответил шеф, — как ты это понял?. «Так сказал. Сказал, что они выбрали нас.»

[Читать далее](#)

BEST PRACTICES



Из всех татьян, анжел и кать для нас всего ценнее лиды

Лиды, откуда они берутся, каким образом действуют ли у них особенности



Полюбил BDSM? Ты внедряешь CRM!
7 оттенков серого.



Воронки кандидатов или где искать золотой ключик для кадровика

Чей стон раздается над спящей Москвой?

<http://salesdrive.ru/>

ru/

спасибо за внимание!

