

ВОРОНКА ПРОДАЖ

- это путь, который проходит потребитель услуги от привлечения его внимания до момента покупки.

Давайте разбираться с этим «зверем» и как его приручить.

Знать и самостоятельно пользоваться этим инструментом, это необходимость! Я не стану говорить, что инструмент хороший или плохой, важно ли его использовать или нет. Я скажу просто – хотите влиять на свои деньги и свой результат, тогда это необходимо! Это ключевой инструмент, который при его правильном использовании, уже даст Вам ощутимый результат и не какой-то призрачный, а конкретный и выражаться он будет в ваших деньгах.

Мы с вами пришли в продажи не просто так, а чтобы достигать своих целей, зарабатывать свои деньги, делать это своим умом, и именно поэтому, давайте обзаводиться теми навыками, которые необходимы для этого.

В каждой компании «воронка продаж» разрабатывается индивидуально под специфику деятельности и цикла продаж.



Что нам дает работа с «Воронкой продаж»:

1. Структуру работы;
2. Анализ своей эффективности;
3. Работа над ошибками.



ВОРОНКА ПРОДАЖ

Первое – «Структура работы»

Чем это нам помогает?

Выстроенная структура работы нам дает порядок. Нам не нужно «мучительно» вспоминать, а на какой же стадии находится клиент, а чем закончились переговоры.

Мы распределяем наших клиентов в воронке продаж, так же, как шахматисты расставляют фигуры на шахматной доске. Они всегда знают, где находятся их фигуры, как они ходят и что нужно сделать, чтобы победить в партии.

У нас с вами получается такая же четкая структура в наших продажах:

- 1) Мы больше не забываем и не теряем клиентов;
- 2) Мы всегда четко понимаем, на каком этапе они у нас находятся;
- 3) Мы знаем, что нам с вами нужно сделать, чтобы наши переговоры завершились сделкой.



ВОРОНКА ПРОДАЖ

Второе – «Анализ своей эффективности»

Мы можем проанализировать нашу с вами эффективность и воздействовать на сумму зарабатываемых нами денег. Вроде пункт один из первых, а мы уже говорим об увеличении размера зарабатываемых нами денег! Но, как и все гениальное – это просто.

Самое забавное в том, что так оно и есть, и вы действительно сможете удвоить свой доход и это как минимум, если посчитаете свою эффективность и количество совершаемых вами действий.

Как пример, мы с вами возьмем месяц нашей работы, который уже завершился, и мы уже получили деньги за нашу работу. В зависимости от воронки, которую мы с вами выбрали и разработали, мы считаем следующие показатели.

Пример анализа собственной эффективности:

1. Кол-во совершенных холодных звонков;
2. Кол-во клиентов, которые согласились на отправку им КП;
3. Кол-во клиентов, которые согласились на встречу после КП;
4. Кол-во клиентов, которые в последствии нам направили реквизиты;
5. Кол-во клиентов, которые произвели оплату и начали работать.

И мы с вами знаем ту сумму, которую вы получили за это количество действий, это ваша зарплата.

Как в такой ситуации удвоить ваш доход без долгого обучения и т.д.? – Барабанная дробь!

Правильно!

Удвой количество совершаемых действий! «Все гениальное просто!».

Вашу **АКТИВНОСТЬ**, коллеги, никто не отменял! Специалист можно быть семь пядей во лбу, но если при этом ничего не делать, то **НИЧЕГО** и получится. Это одна из базовых вещей, от которой будет зависеть ваша результативность!



ВОРОНКА ПРОДАЖ

Третье – «Работа над ошибками»

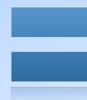
Если серьезно, то с помощью воронки, мы можем диагностировать наши сильные и слабые стороны, наши ошибки и победы. Принимать в работу те удачные формы, которые способствуют продаже, и провести работу над ошибками там, где есть пробелы.

Пример (Цифры взяты произвольно, как и конвертация):

1. Мы совершили 1000 холодных звонков за месяц;
2. На этап «Отправления КП» в нас перешло - 700 клиентов;
3. 500 клиентов согласились на встречу с нами;
4. А вот документы, после встречи, нам прислало только 15 человек.

Но, они ярко показывают нам, что на этапе «Получения документов», у нас есть проблема, над которой нам необходимо поработать, так как, конвертация очень низкая.

«Воронка продаж» указала нам на нашу зону роста, которую мы бы пропустили, если бы не провели такую работу. Это наглядный пример того, насколько это эффективный инструмент в продажах.



ВОРОНКА ПРОДАЖ

Больше делаешь – больше получаешь!

Интересный факт.

Когда начинаешь говорить, что ситуация очень сложная и я подготовил простые, и при этом очень эффективные решения, то реакция обычно весьма неоднозначная:

«Просто, это, наверное, не эффективно!»;

«Это, наверное, работать не будет, если просто!».

Самое интересное, что значительно большую отдачу в умах Вы получите в том случае, если скажите, что ситуация сейчас у нас очень сложная, но ничего, я подготовил крайне не простые в реализации решения, но мы должны справиться!

«Вот тогда, мы сразу получим отклик – О! Вот это точно нужно слушать и записать!»

В процессе своей работы в продажах, я заметил очень занятную вещь – почти все специалисты знают, что такое «воронка продаж» и не только про нее, чего греха таить. Но тех, кто знает, как она работает уже меньше, а тех, кто ее используют в работе в полной мере – вообще единицы.

Загадка для вас. Мне она очень понравилась:

«Три лягушки сидели на кувшинке.

Одна из них решила прыгнуть в воду.

Сколько лягушек осталось на кувшинке?»



Ответ мне понравился не меньше, чем сама загадка. Звучал он следующим образом: «Все три остались сидеть на кувшинке».

Решить и сделать, это не одно и то же!

Именно поэтому, коллеги, я всегда советую – лучше делать и сделать, чем сидеть и бесконечно обдумывать, взвешивать или измерять.

Действуй, пока другие думают!

