



# TEN YEARS ADVANTAGES

---

Инструкция внедрения  
механик продаж

# Механики продаж

# ЧТО ТАКОЕ МЕХАНИКИ ПРОДАЖ?

Механики продаж — это продуманные маркетинговые ходы, цель которых — оптимизировать прибыль и повысить средний чек без привлечения дополнительных инвестиций.

Применение механик продаж в бизнесе обеспечивает увеличение прибыли при текущих затратах.

# ОСНОВНЫЕ МЕХАНИКИ ПРОДАЖ

| Up-sell

| Down-sell

| Cross-sell

| Long Tail

| One Time Offer

| Bundle

| Flash Sale

| Clear the balance

# РАССМОТРИМ ТРИ ИЗ НИХ

| Up-sell

| Down-sell

| Cross-sell

| Long Tail

| One Time Offer

| Bundle

| Flash Sale

| Clear the balance

Up-sell

# UP-SELL

Up-sell — маркетинговый ход, мотивирующий клиента увеличить сумму покупки.

Предложение с чеком дороже основного оффера для аудитории, которая готова заплатить больше.



Пример 1

## Колу большую?

При покупке кока-колы в «Макдональдс» продавец предложит вам заказать большой стакан. В 70% случаев люди соглашаются даже не задумываясь.



Пример 2

## Флеш-карта

При покупке в магазине флеш-карты на 32gb продавец предлагает вам купить абсолютно такую же на 64gb.



Пример 3

## Абонемент в фитнес на год

При покупке месячного абонемента в спортзал менеджер предлагает вам купить клубную карту сразу на год, аргументируя это более выгодной ценой.

Как внедрить?

# КАК ВНЕДРИТЬ?

Проанализируйте, какие проблемы клиент испытывает при взаимодействии с вашим продуктом или услугой.

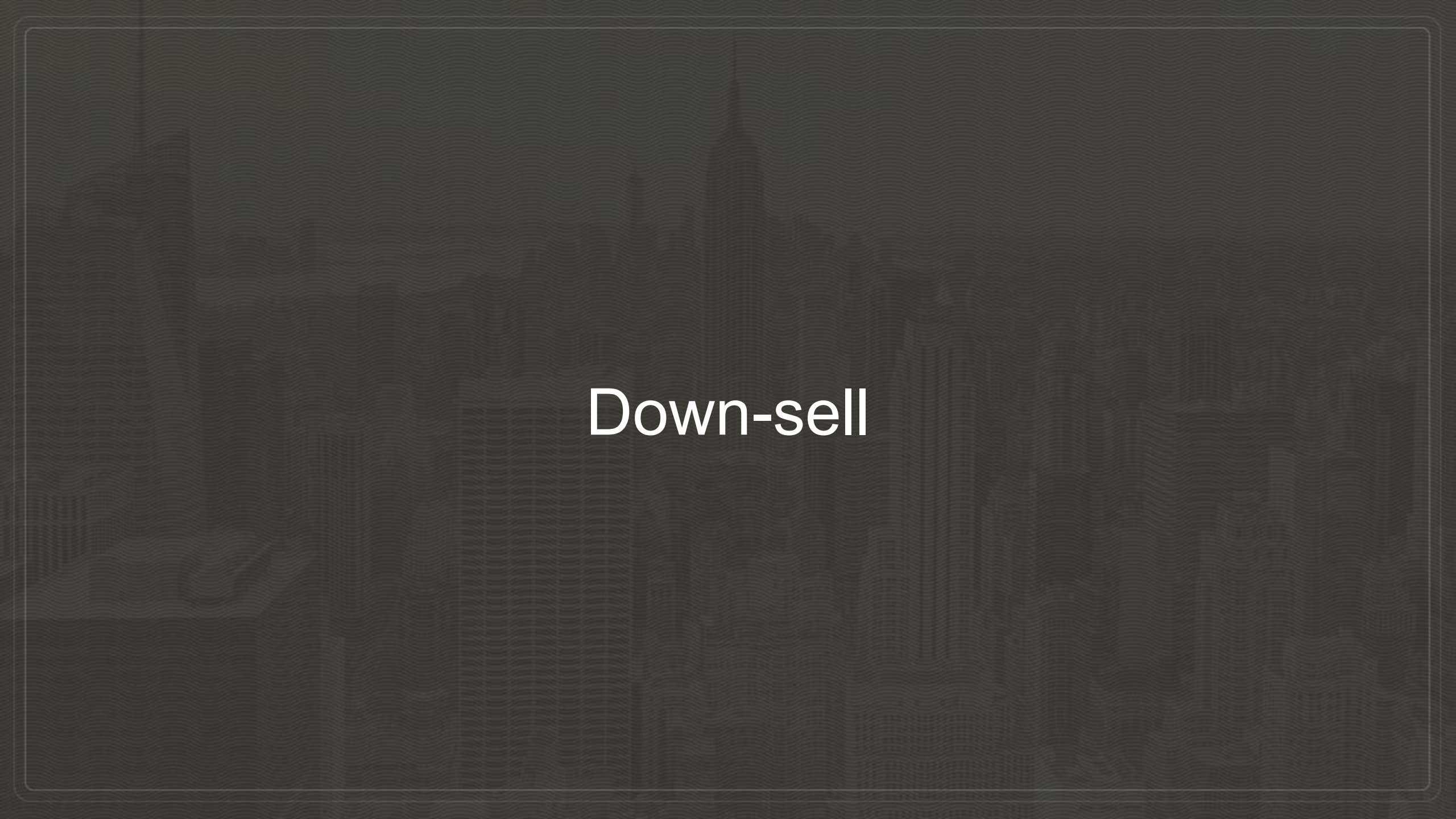
Часть этих проблем вы можете решать за дополнительную плату, включив это решение в up-sell.

Товар или услуга, продаваемая в up-sell,  
обязательно должна дополнять  
и улучшать основную покупку

# КОГДА ПРЕДЛАГАТЬ?

Предлагайте up-sell, когда человек уже готов к покупке основного товара.

Это может быть страница благодарности, на которую человек попадает после того, как оставил заявку на сайте, страница с выбором способа оплаты или стойка у кассы в офлайн-магазине.



Down-sell

# DOWN-SELL

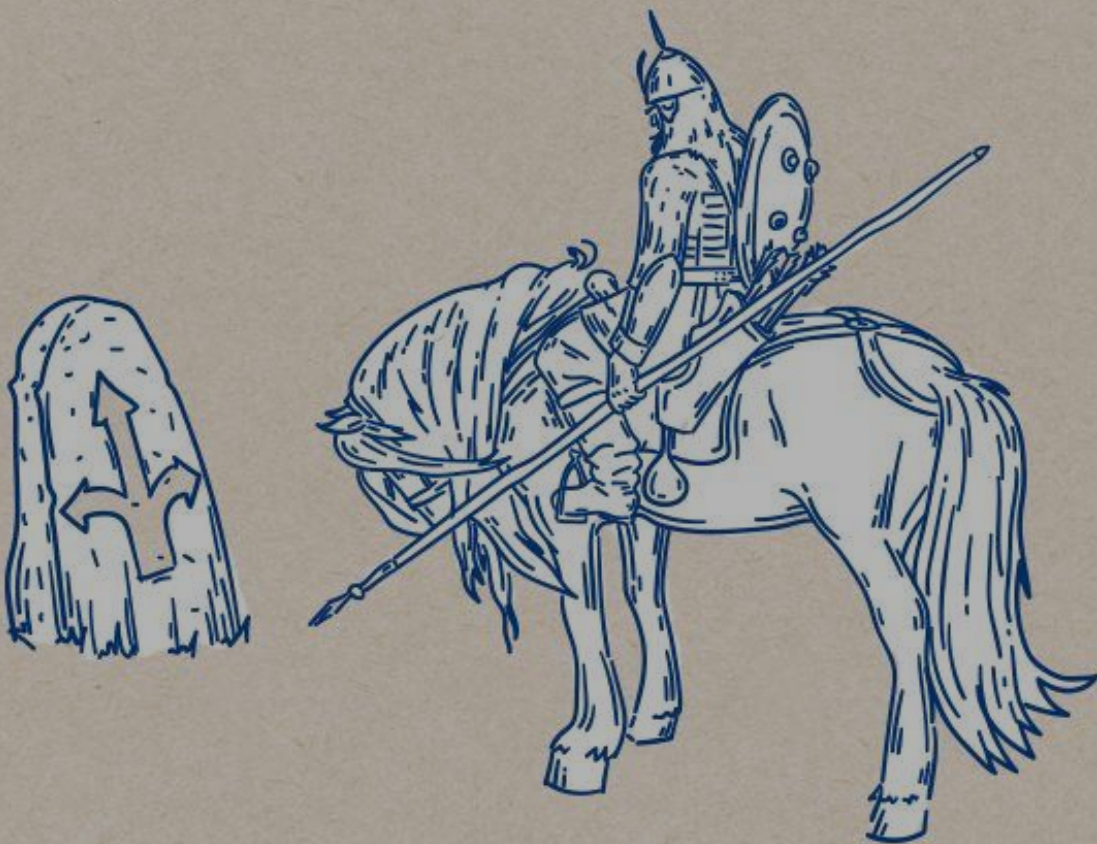
Down-sell — предложение клиенту товара более низкой стоимости с минимизацией ценности в случае, когда он не готов приобретать основной продукт. Причиной может быть ограниченный бюджет, недоверие к продавцу.

Down-sell может представлять из себя аналогичный товар той же категории, но с иными характеристиками.

ПРАКТИЧЕСКИЙ ОНЛАЙН-КУРС

# Ваши первые деньги на любимом деле

Выбор Ниши



Пример 1

## Выбор ниши, а не Интенсив

Если менеджер Бизнес Молодости понимает, что человек хочет пройти Интенсив, но не может себе его позволить, то он предлагает ему пройти курс «Выбор ниши», который стоит дешевле и поможет заработать первые деньги.



Пример 2

## Четыре звезды ВМЕСТО ПЯТИ

Выбирая тур в туристическом агентстве, подходящие путевки в пятизвездочные отели оказались слишком дорогими. В такой ситуации необходимо предложить клиенту более дешевый вариант.

#### Рекомендуем также



Lenovo IdeaPad B70-80,  
Black (80MR00Q0RK)

**38 490₽**

В корзину



Dell Inspiron 5749 (7577)  
Silver

**36 490₽**

В корзину



Lenovo IdeaPad G5080,  
Black (80L000B1RK)

**32 209,20₽**

В корзину

### Пример 3

# Аналогичный товар

В карточке магазина Ozon.ru предлагается более дешевый товар чем тот, который он выбрал. Если для клиента текущий товар не по карману, то он с большой долей вероятности купит дешевый аналог.

Как внедрить?

# КАК ВНЕДРИТЬ?

Проанализируйте, какой товар вы можете предлагать человеку, когда он не может позволить себе купить основной продукт.

Если вы предоставляете услуги, поймите, как вы можете «урезать» её, чтобы давать пусть и меньшую ценность, но дешевле.

Помните, что главная задача down-sell —  
не потерять клиента и убедить его в том,  
что нужно взаимодействовать с вами,  
а не покупать дешевый товар низкого  
качества у конкурентов

# КОГДА ПРЕДЛАГАТЬ?

Как только в разговоре с клиентом вы или менеджер понимаете, что он готов отказаться от работы с вами из-за высокой для него цены, то именно в этот момент стоит предлагать товар down-sell.

Если вы продаете через сайт или Landing Page, то товары, предназначенные для down-sell, необходимо размещать в общем списке товаров. Здесь стоит обязательно показать клиенту, что эта версия хуже, чем главный продукт, но стоит дешевле.

# Cross-sell

# CROSS-SELL

Cross-sell помогает увеличить общую сумму покупки за счёт продажи клиенту дополнительных товаров или услуг после того, как он купил основной товар.



Пример 1

## Плёночку или чехольчик?

При покупке мобильного телефона вам постараются продать аксессуары и услуги, которые будут дополнять покупку.



Пример 2

## Наушники к ноутбуку

Когда клиент покупает в магазине электроники ноутбук продавец предлагает ему дополнить комплект наушниками.

Вместе с этим товаром покупают



+



Lenovo IdeaPad G7080,  
Black (80FF004SRK)

MTC Коннект 4G LTE  
Wi-Fi-модем (Санкт-  
Петербург и ЛО)  
Уцененный товар (№1)

Пример 3

«С ЭТИМ ТОВАРОМ  
ПОКУПАЮТ»

Блок в карточке товаров  
интернет-магазина, где  
выставляются дополнительные  
аксессуары, которые могут  
решать боль покупателя.

Как внедрить?

# КАК ВНЕДРИТЬ?

Проанализируйте, какие дополнительные товары или услуги вы можете предлагать клиенту после того, как он купил основной продукт.

Важно понимать, что эти  
дополнительные товары или услуги  
обязательно должны дополнять то,  
за что уже заплатил деньги клиент

# ЗАДАНИЕ №1

Выбрать минимум одну из описанных механик продаж, которую вы внедрите в свой бизнес.

## **ЗАДАНИЕ №2**

Внедрите эту технику и замерьте результат в первые три дня после внедрения. Вы можете замерить результат любым способом: как палочками на бумажке, так и в CRM-системе.

Все эти механики и триггеры лишь 1% от того объема информации, которую мы подготовили для вас в новом курсе «10 years advantages».



Любой может стать любим