

Как продавать в условиях отсутствия скидочек?



Формула продаж: 5 коэффициентов для точного измерения бизнеса



Формула продаж: 5 коэффициентов для точного измерения бизнеса

$$\text{Прибыль}_{\text{(за период)}} = \text{Объем продаж}_{\text{(за период)}} * \text{Маржа}$$

товарная наценка без учета аренды, расходов на содержание торговой точки и персонала.

M

Количество
клиентов

*

Количество
денег

Количество
потенциальных
клиентов

* Конверсия (%)

L

Cv

Средний
чек

\$

Количество
повторных
продаж

#

Лиды - люди, которые уже интересуются продуктом или услугой

Процентное соотношение потенциальных клиентов к покупателям

Покупка за одну транзакцию одним покупателем.

Количество всех покупок одного клиента за год.



Клиент – это утка. Продавец – охотник. Задача маркетинга обеспечить охотнику постоянное наличие уток на заборе, намазав при этом лапки уток клеем так, чтобы они прочно сидели на заборе. А далее задача охотника попасть в этих уток. Это и есть продажи.

Элияху Голдратт



*Сервис — это не «улыбки», а «системы».
Карл Сьюэлл «Клиенты на всю жизнь».*



Отстройка от конкурентов



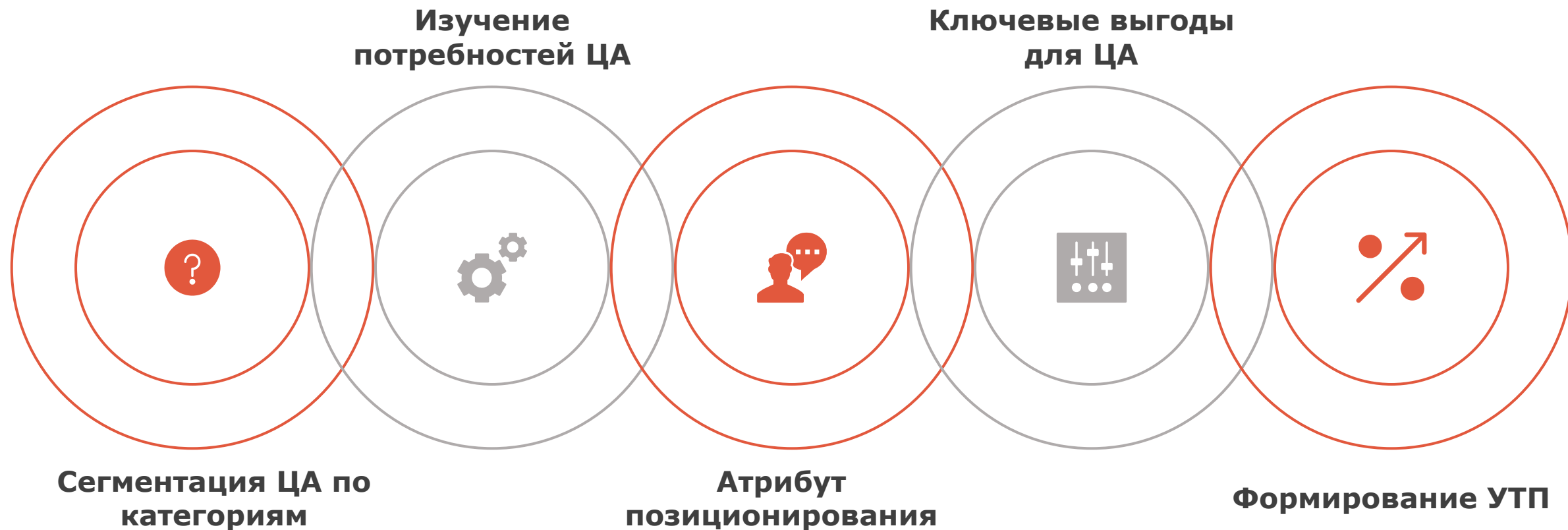
Доверие целевой
аудитории



Высокие результаты
рекламной кампании

Уникальное Торговое Предложение

Этапы формирования Уникального Торгового Предложения



Каких слов избегать?



- Купить;
- Бесплатно,
- Срочно,
- Предложение,
- Доступный;
- Сделка;
- Получатель;
- Дешево;
- Наличные;
- Деньги;
- Доход;
- Самая низкая цена;
- Кредит;
- Скрытые комиссии;
- Возврат денег;

Каналы продаж



Offline

- Прямые продажи
- Сарафанное радио
 - Конференции
 - Мероприятия
- Наружная реклама
- Сайт + поисковая

оптимизация

- Контекстная реклама

Социальные сети

- E-mail маркетинг
- Продвижение через блоги
- Партнерские программы
- Существующие платформы
 - Создание сообщества