

Умный Маркетинг

п р е д с т а в л я е т :

7

уроков

**по увеличению
телефонных продаж**

ОГЛАВЛЕНИЕ:

ВВЕДЕНИЕ. 3

УРОК ПЕРВЫЙ. 4

УРОК ВТОРОЙ. 5

УРОК ТРЕТИЙ 6

УРОК ЧЕТВЕРТЫЙ. 8

ПЯТЫЙ УРОК. 9

УРОК ШЕСТОЙ. 10

УРОК СЕДЬМОЙ. 11

ВВЕДЕНИЕ.

Привет. Меня зовут Артем Бразговский.

Из этой мини-книги вы узнаете вполне достаточно, для того, чтобы несколько улучшить телефонные продажи в вашей компании.

Сразу отвечу на ваш вопрос: что я могу дать вам того, чего вы еще не знаете?

За 4 года в холодных звонках я прошел путь от продавца, которого чуть не уволили, до начальника отдела продаж. Мне есть что сказать.

Сейчас я дам вам программу курса - чтобы вы понимали, что ждет впереди.

В этой мини-книге находится 7 практических уроков. Каждый из них комплектуется раздаточным материалом, который вы можете скачать по ссылке в конце урока.

Задания простые и не требуют финансовых вложений с Вашей стороны. Вы на 100% сможете внедрить их в Вашем бизнесе за самое короткое время. Моя цель - показать вам, что есть способы увеличения продаж, которые не требуют миллионных рекламных бюджетов и дорогостоящих консультаций.

Урок #1: Сколько звонков делают Ваши менеджеры по продажам? Самый простой способ увеличить число покупателей.

Урок #2: Со-продажи при входящем звонке. Увеличиваем средний чек.

Урок #3: Клиент позвонил и отказался? Что делать с теми, кто много «думает».

Урок #4: Клиент всегда прав? Как правильно бороться с возражениями.

Урок #5: «Тайный покупатель» - насколько хороши Ваши менеджеры по продажам?

Урок #6: Менеджеры по продажам откладывают клиентов в «долгий ящик»? Они зря тратят Ваши деньги.

Урок #7: Спорим, что вам еще есть что внедрить? Как выглядит полный цикл продажи холодными звонками.

Напоминаю, что каждый урок сопровождается конкретными и простыми упражнениями. Кроме того, в конце книги вы найдете отличный бонус. Дочитайте до конца.

На любые вопросы я отвечаю по адресу help@sales4life.ru

Артем Бразговский.

УРОК ПЕРВЫЙ.

«Каждый из продавцов, когда-либо работавших холодными звонками, знает: стоит только показать, что ты что-то делаешь, как начальство тут же от тебя отстанет!»

До того, как открыть свое дело, я работал в качестве продавца около 10 лет. Я был в ритейле, я был в офисе, я работал с клиентами в подъездах - и последние 4 года я плотно работал на холодных звонках.

Из человека, которого хотели уволить за неупеваемость, я стал начальником отдела продаж в 25 лет и поэтому то, что я сейчас скажу, будет для вас неприятным откровением:

Ваши продавцы вас обманывают!

Когда они говорят, что весь день занимались клиентами, когда они уверяют, что буквально только что отослали еще одно коммерческое предложение, когда они резко срывают трубку телефона, как только начальник появляется в офисе - они врут.

Средний менеджер по продажам делает 15-20 холодных звонков в день! Это значит, что у них уходит от 30 до 45 минут на то, чтобы позвонить одному клиенту.

Либо они знатные болтуны, либо...

Я думаю, что вы знаете ответ. Ваши продавцы могут приносить вам больше денег.

И самый простой способ для этого - увеличить количество холодных звонков.

ЗАДАНИЕ:

- Выясните среднее число звонков, которые делают Ваши менеджеры по продажам за 1 день.
- Увеличьте это количество на 10%
- Отследите исполнение Вашего приказа
- В конце месяца Ваши продажи увеличатся примерно на 5%

РАЗДАТОЧНЫЙ МАТЕРИАЛ:

Скачать таблицу для фиксирования менеджерами своих звонков.

Ссылка:

www.sales4life.ru/courses/free/day1ex.xls

УРОК ВТОРОЙ.

«Стоит только предложить человеку купить что-то еще, как он соглашается; конечно, я не могу поручиться, что так будет всегда, но один из пяти точно что-то купит!»

Большая часть компаний из малого бизнеса работает как на исходящих, так и на входящих звонках. вы легко можете увеличить количество Ваших покупателей, внедрив всего один простой метод:

Каждый раз, когда вам звонит потенциальный клиент, предложите ему еще что-нибудь ЕЩЕ.

Как правило, предприниматели торгуют несколькими товарами или услугами. Когда вам звонит потенциальный клиент, он может не знать, что еще вы можете ему предложить - и если вы не предложите сами, скорее всего он так никогда и не узнает этого.

Простое предложение купить что-то еще увеличит ваши продажи на 10-15 процентов. Просто возьмите — и сделайте это. Не думайте о том, как и когда это говорить.

Для начала будет отлично, если ваши продавцы вообще начнут что-то предлагать в нагрузку.

Выделите несколько схожих групп товаров и дайте указание Вашим менеджерам по продажам в обязательном порядке предлагать товар схожей группы каждому покупателю.

ЗАДАНИЕ:

- Сформируйте несколько групп схожих товаров (к ручке можно предлагать блокнот, к столу - стул)
- Оформите это отдельным списком вида: Товар А - Товар Б
- Раздайте этот список всем менеджерам по продажам с указанием предлагать клиенту купить товар А при заинтересованности в товаре Б и наоборот.

РАЗДАТОЧНЫЙ МАТЕРИАЛ:

Таблица для формирования схожих товарных групп. Скачать:
www.sales4life.ru/courses/free/day2ex.doc

УРОК ТРЕТИЙ

«Единственное, что у человека осталось своего в наше время — это его контакты. Именно поэтому если вы хотите ему что-то продать, то нужно узнать о нем все, что только можно»

Все мы рекламируем свой товар или услуги.

Ваша рекламная кампания ведет к тому, что вам звонят потенциальные клиенты - и это прекрасно. Но из 10 позвонивших, как правило только 1-2 становятся Вашими покупателями. А что делать с теми, кто отказался?

Если на этом вы прекращаете с ними работу, то вы просто зря расходуете Ваш рекламный бюджет.

То же самое верное и в отношении холодных звонков. Контакты клиента дороже золота. Именно за контакты люди платят по 500-600 рублей в рекламе. И если вы не используете эти контакты НА ПОЛНУЮ, то вы просто дурак.

Или начинающий предприниматель, который много чего не знает.

Если у Ваших продавцов есть контакты потенциального клиента, он может не купить только в одном случае - если он умер или иммигрировал в другую страну (хотя и тут есть варианты).

Каждый имеющийся у Вас контакт с клиентом должен быть отработан на 120%. Каждый контакт стоит денег - и он далеко не так дешев, как вы думаете.

Если вы тратите на рекламу 30 000 рублей в месяц и вам звонят 10 человек в день - это 120 рублей на одного клиента.

Если только один из них что-то покупает, то стоимость этого покупателя равна 1200 рублей.

А сколько прибыли он вам приносит? Остальные тоже могут поработать. Главное, дать верные инструкции Вашим менеджерам по продажам.

Каждый клиент, который позвонил и ничего не купил, обошелся вам в несколько сотен рублей. Вы УЖЕ потратили деньги на его привлечение.

Неужели вы его так просто отпустите? Контакт клиента позволяет ему продавать снова и снова... Через холодные звонки, директ-мейл, личные встречи, e-mail рассылки, факсовыми листовками...

Почему бы не использовать все это МОРЕ возможностей?

Выполните задание ниже.

ЗАДАНИЕ:

- Дайте указание Вашим менеджерам по продажам узнавать контакты каждого позвонившего вам клиента. Для того, чтобы облегчить процесс, давайте клиентам какие-либо недорогие подарки.
- Из добытых этим способом контактов формируйте список «Отказавшихся клиентов».
- Добавьте в этот список контакты отказавшихся клиентов, добытые при холодных звонках.
- Если клиент отказался дать контакты - продавцов обязан ему напомнить, куда он позвонил: «Конечно, вы можете еще подумать - если возникнут вопросы - обращайтесь по телефону 1111111, спасибо, что обратились в компанию «Х»

РАЗДАТОЧНЫЙ МАТЕРИАЛ:

Пошаговая инструкция для менеджеров по продажам. Скачать:
www.sales4life.ru/courses/free/day3ex.doc

УРОК ЧЕТВЕРТЫЙ.

«Мы часто задумываемся о том, стоит ли потакать клиенту; соглашаться с ним; угождать ему. А может быть просто послать к черту и делать так, как считаешь нужным?»

Из книг, в которых написано, как бороться с возражениями клиентов, можно построить мост до Луны. И я ни капли не шучу. Я уверен, что и вы прочли не один подобный томик.

И как, помогло? Как правило, работает плохо. Потому что теория мало помогает, когда дело доходит до практики. Сегодня мы сделаем шаг вперед – и СИЛЬНО облегчим работу Вашим менеджерам по продажам.

Для того, чтобы бороться с возражениями клиента, нужно знать, что ему сказать в ответ. Я знаю, что большинство продавцов берегут свои собственные «открывашки» — но вам, как владельцу бизнеса, нужно немного другое, правда?

Для того, чтобы все могли работать на высшем уровне, вам будет нужно сделать скрипт борьбы с возражениями.

Это довольно просто, но отлично работает. Для того, чтобы не тратить время зря, скачивайте файл по ссылке и сделайте это сегодня.

ЗАДАНИЕ:

1. Соберите у всех продавцов все возможные возражения клиентов.
2. Разошлите получившийся список по отделу, пусть продавцы напишут свои методы борьбы с каждым возражением.
3. Выделите наиболее эффективные методы.
4. Сформируйте простой скрипт вида: возражение клиента - контрвозражение продавца.
5. Раздайте скрипт всем продавцам.
6. Контроль за исполнением - на начальника отдела продаж.

БОЛЕЕ СЛОЖНОЕ ЗАДАНИЕ:

1. Сформируйте список СВОЙСТВА-ПРЕИМУЩЕСТВА-ВЫГОДЫ к каждому товару.
2. Сделайте к каждому товару связку ВЫГОДА+ФАКТ.
3. Подкрепите каждое контрвозражение Ваших продавцов этой связкой.

РАЗДАТОЧНЫЙ МАТЕРИАЛ

Таблица для формирования возражений и контрвозражений. Скачать: www.sales4life.ru/courses/free/day4ex.doc

ПЯТЫЙ УРОК.

«Иногда контроль не является манией — это просто способ понять, что и как происходит у вас под носом. Ведь если этого не узнаете вы, кто решится вам рассказать?»

Как выглядит Ваш скрипт борьбы с возражениями? Держу пари, что каждый продавец Вашего отдела нашел для себя что-то новенькое. Держите руку на пульсе - Ваш начальник отдела продаж должен контролировать выполнение каждого из этих заданий.

Сегодня мы идем дальше.

Тема дня: «Тайный покупатель» - насколько хороши Ваши менеджеры по продажам?

Наверняка в Вашей компании есть продавцы, которые работают уже не один год. При Вас они показывают себя с лучшей стороны - они профессиональны, аккуратны и вежливы с клиентом. Они предлагают множество вариантов покупки и непринужденно обходят возражения клиентов.

Вы уверены, что они ведут себя так же, когда Вас нет на месте? В первый раз, когда я сделал это упражнение, я был не на шутку разочарован. Как же так, проверенные бойцы и так себя ведут... Но довольно слов.

Тайный покупатель - это самый надежный способ узнать правду. Какой бы неприятной она ни была. Зато как потом можно будет надрать уши провинившимся... Сладкая мысль!

Простой пошаговый скрипт - и вы будете знать намного больше о Ваших продажах.

Не стоит откладывать это на потом. Чем раньше вы поймете, где и что следует исправить в продажах, тем больше денег вы заработаете.

ЗАДАНИЕ:

Создайте список из следующих пунктов:

1. Продавца слышно при приветствии?
2. Продавец слушает клиента?
3. У продавца слышна «улыбка» в голосе?
4. Кто ведет в разговоре - клиент или продавец?
5. Продавец предлагает клиенту что-то еще, кроме интересующего товара?
6. Продавец может грамотно дать всю информацию по товару?
7. Продавец понятно говорит, или сыплет терминами?
8. Продавец борется с возражениями клиента или нет?
9. Продавец старается взять контакты клиента?

10. Попросите кого-либо из Ваших знакомых сделать звонок в Ваш отдел продаж
11. После разговора дайте ему заполнить этот список
12. Судите по результатам.

P.S. Провернув это дело, вы увидите, выполняют ли Ваши продавцы задания из предыдущих уроков курса, или нет.

РАЗДАТОЧНЫЙ МАТЕРИАЛ:

Чек-лист для "тайного покупателя". Скачать:
www.sales4life.ru/courses/free/day5ex.doc

УРОК ШЕСТОЙ.

«Вы думаете, что все ваши затраты ограничиваются чаем, кофе, бесплатными ручками и деньгами в конце месяца? Очнитесь! Они нагревают вас на 300-500 рублей при каждом контакте!»

За годы работы в продажах я столкнулся с тем, что многие продавцы работают только с клиентами, показывающими хотя бы минимальную заинтересованность. Тех, кто отказался, как правило просто выбрасывают за борт.

Что это значит?

Это значит, что с клиентом, привлечение которого стоило вам несколько сотен рублей, никто не работает!

Помните, вы выполняли задание по формированию списка «Отказавшихся клиентов»? Сегодня мы поговорим о том, как с ними правильно работать.

ЗАДАНИЕ:

1. Каждый из продавцов должен сводить все контакты отказавшихся клиентов в единый список.
2. Перед обзвоном каждый из продавцов должен сформировать четкое предложение для каждого из отказавшихся клиентов.
3. В качестве бонуса можно предлагать скидку или что-то еще.
4. В конце каждого месяца выделяется 1 день на обзвон всех клиентов данного списка.
5. По статистике, 15% людей из данного списка что-то покупают у Вас.

РАЗДАТОЧНЫЙ МАТЕРИАЛ

Чек-лист для подготовки к ежемесячному обзвону. Дается менеджерам по продажам. Скачать:

www.sales4life.ru/courses/free/day6ex1.doc

Формат списка для обзвона с возможностью отмечать пройденных клиентов:

www.sales4life.ru/courses/free/day6ex1.doc

УРОК СЕДЬМОЙ.

«Иногда для того, чтобы понять, во что же ты на этот раз ввязался, стоит просто отойти в сторону и посмотреть: а что я вообще сейчас делаю?»

Больше не будет теории. Сейчас я дам вам полный цикл продажи методом холодных звонков. Внимательно посмотрите на цикл и выделите то, что вам еще нужно внедрить. Это и будет заданием на сегодня.

ХОЛОДНЫЕ ЗВОНКИ — ЦИКЛ ПРОДАЖИ

1. Проход секретаря
2. Выход на лицо принимающее решение
3. Приветствие
4. Краткое предложение (1-2 предложения)
5. Выявление заинтересованности
6. Вопросы клиенту - углубляем заинтересованность
7. Подтверждение заинтересованности
8. Подробное предложение
9. Договоренность об отправке предложения или встрече
10. Отправка предложения
11. Обязательный контроль получения
12. Первое напоминание о предложении
13. Второе напоминание - обходим возможные возражения
14. Закрытие сделки
15. При отказе - перевод в список «Отказавшихся клиентов»
16. Обзвон списка «Отказавшихся клиентов»

ВХОДЯЩИЕ ЗВОНКИ — ЦИКЛ ПРОДАЖИ

1. Приветствие
2. Выявляем товар, заинтересовавший клиента
3. Выявляем причину звонка - что конкретно заинтересовало клиента
4. Делаем предложение о покупке
5. При отказе - предъявляем набор «Выгоды + Факты» к данному товару
6. Повторное предложение о покупке
7. Предложение купить что-то еще
8. При отказе - берем контакты

9. При отказе - перевод в список «Отказавшихся клиентов»

10. Обзвон списка «Отказавшихся клиентов»

Это минимальный набор того, что должны делать Ваши менеджеры по продажам. Отсутствие одного пункта может свести на «нет» всю предыдущую работу. Нашли что-то, что вы не используете?

ЗАДАНИЕ:

- Выпишите пункты, которые вы не используете
- Дайте указание начальнику отделу продаж внедрить это.

Надеюсь, что курс был вам полезен. Если так - напишите мне несколько слов о Вашем впечатлении. Так, как вам будет удобно. Я всегда доступен по адресу help@sales4life.ru

РАЗДАТОЧНЫЙ МАТЕРИАЛ

Интеллект-карта вам в помощь. С бонусами:) Скачать:

www.sales4life.ru/courses/free/map.pdf

Сильных продаж!

Артем Бразговский.

P.S. Карта, которую вы скачаете, является частью аудио-семинара «Как создать систему продаж холодными звонками».

Описание самого семинара вы можете найти по этой ссылке: www.sales4life.ru/shop

«Из этой книги вы узнали несколько больше, чем я планировал...»

Если вы хотите узнать больше о привлечении клиентов в ваш бизнес, разобраться в таких вещах как e-mail маркетинг, директ-маркетинг, понять, как привлекать клиентов оффлайн и онлайн,

... то вам определенно стоит подписаться на основную рассылку.

Это множество бесплатной информации, которая отработана на практике мной лично.

Эта книга была полезна?

В рассылке есть еще — и гораздо больше.

[ПОЛУЧИТЬ БОЛЬШЕ ИНФОРМАЦИИ](#)

ВАМ ПОНРАВИЛОСЬ? ДАЙТЕ ПРОЧЕСТЬ ДРУГИМ!

Эта книга может распространяться свободно. Вы можете распечатать ее, выложить у себя на сайте или просто выложить в интернет.