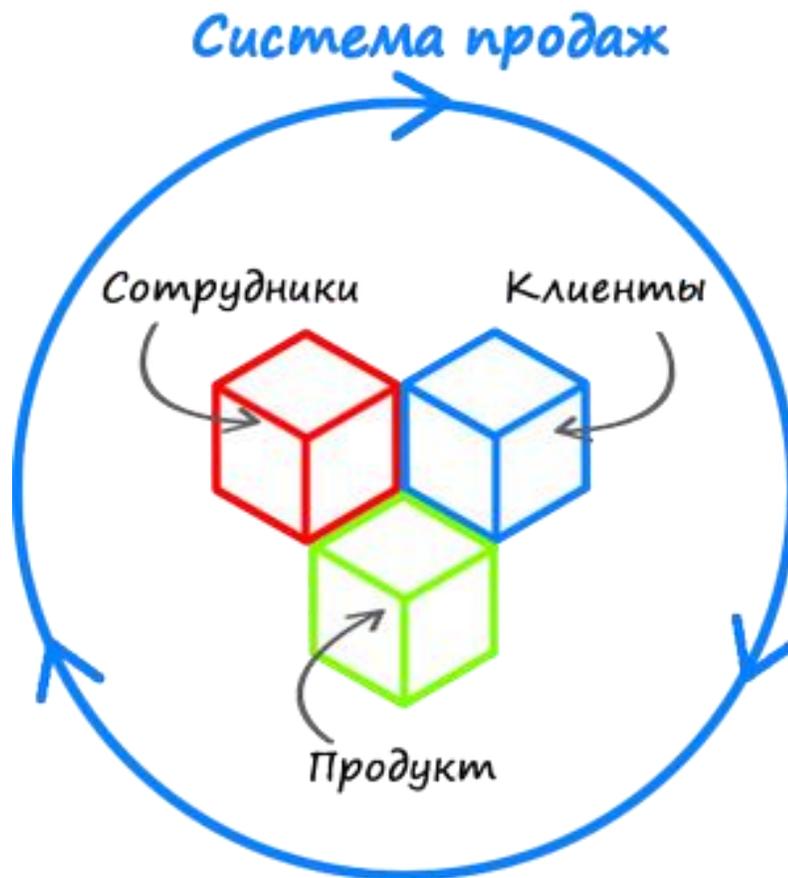


Пошаговый план

«Построение системы продаж в оптовом бизнесе»



Общая программа

(данная программа является примером и будет адаптирована под ваши цели)

Этап №1: базовая подготовка к продажам

Этап №2: подготовка скриптов продаж

Этап №3: программа обучения менеджеров ОП

Этап №4: программа обучения руководителя РОП

Этап №5: привлечение клиентов из интернета

Этап №6: поиск и отбор сотрудников

Этап №7: работа с партнерами

Этап №1: базовая подготовка к продажам

1. **Система ведения клиентской базы и продаж.** Внедрение он-лайн офиса продаж (система bitrix24), которая позволяет руководителю следить за работой отделов в он-лайн режиме из любой точки мира, контролировать перспективные сделки и отгрузки продукции, а также прогнозировать воронку продаж (сильно дисциплинирует).

- Подготовка бизнес-процессов (процесса продаж)
- Видео инструкция для сотрудников
- Консультации по эффективному использованию CRM

2. **Анализ целевой аудитории клиентов, разработка процесса продаж**

- распределение клиентов по группам
- подготовка торговых предложений для каждой группы
- проведение корректировка/доработка

3. **Анализ продуктовой линейки, определение front-end/back-end продуктов.**

- разработка торговых предложений
- матрицы цен и товаров локомотивов
- проведение корректировка/доработка

Бизнес-консультант Артем Шинкарук

www.salesmaster.com.ua

4. Подготовка/корректировка КП для групп клиентов

- разработка уникального торгового предложения
- разработка писем для отправки клиентам (копирайтинг)

5. Подготовка рабочих инструментов и должностных инструкций ОП, которые содержат необходимый функционал и нужны для четкой/прозрачной работы менеджеров, проясняют вопросы взаимоотношений отдела и с клиентами.

- план ведения клиента
- пошаговый процесс работы с клиентом
- регламенты работы отделов
- распорядок работ на день
- критерии качественной работы

- журнал звонков и встреч
- чек-лист проверки менеджера по продажам
- бланк рабочего журнала менеджера по продажам
- отчет по встрече с клиентом
- бланк дожима клиентов

6. Разработка/корректировка системы мотивации

- Матрица роста и развития в отделе продаж
- Постановка планов продаж
- Мотивационные схемы
- Разбивка оплаты сотрудника на 3-4 части
- Присвоение категории менеджерам
- Условия роста ставки, бонусов и премий
- Дополнительные нематериальные виды мотивации

Цель: подготовить базу для эффективной работы отдела продаж. Данная система документов экономит время, позволяет упорядочить работу и правильно выйти или укрепиться рынке на B2C и B2B продаж.

Результат: разработанные документы передаются в электронном виде, а также все доступны к их редактированию.

Бизнес-консультант Артем Шинкарук

www.salemaster.com.ua

Этап №2: подготовка скриптов продаж + инструкции

1. Система работы с потенциальными клиентам

- Скрипты звонков
- Планы встреч
- Ведение переговоров

2. Система работы с постоянными клиентами

- Увеличение объемов продаж
- Стимулирование сбыта

Пассивные продажи (входящие звонки и по заявкам):

Скрипт первого разговора с заказчиком, скрипт повторного звонка. Это алгоритм разговора специалиста при телефонном звонке. Даются варианты ответов и фразы при различных вариантах течения разговора.

Цель: заинтересовать потенциального клиента и продолжить с ним контакт в дальнейшем.

Активные продажи (исходящие звонки):

Для Вашего отдела продаж будут прописаны все процессы работы с клиентами от А до Я, а именно:

Часть №1: Даются варианты ответов и фразы при различных вариантах течения разговора. Цель - заинтересовать потенциального клиента и продолжить с ним контакт в дальнейшем.

1. Проход секретаря + выход на ЛПР (лицо принимающее решение)
2. Разговор с ЛПР и установление первичного контакта
3. Назначение встречи или получение первых договоренностей

Часть №2: прописываются основные возражения потенциальных клиентов, и дается алгоритм ответом на них с учетом интересов компании

4. Скрипт проведения встречи и получение договоренностей
5. Готовая инструкция проведения переговоров
6. Работа с возражениями и закрытие сделки (дожим)

Бизнес-консультант Артем Шинкарук

www.salemaster.com.ua

Часть №3: прописывается схема работы (скрипты продаж) с клиентами, которые уже покупали или покупают.

Задача: стимулировать сбыт и продавать больше 1 клиенту

- Скрипт выявления дополнительных потребностей
- Скрипт работы с возражениями
- Скрипт до-продаж

Цель: создание 10-16 документов в формате карты и интерактивном варианте + видео инструкции для организации работы с клиентами.

В итоге: Повышение конверсии звонков/встреча/продажа. Готовый механизм обучения новых сотрудников. Повышение результативности работы менеджеров по продажам в течении 29 дней обучения (после внедрения)

Этап №3: программа обучения персонала

Базовый тренинг по активным продажам для B2B сегмента – 14 занятий он-лайн формате (альтернатива 2-х дневного корпоративного тренинга продаж).

Все основное внимание было направлено на то, чтобы дать базовые и продвинутые технологии работы в активных продажах. А также поднять результативность работы менеджеров по продажам.

Цель: За 2-3 недели подготовить персонал к работе. Особенно полезно для новичков. Как правило, они начинают звонить реальным потенциальным клиентам уже через 2-3 дня после начала тренинга. Параллельно ставится интенсивность работы (то количество звонков и встреч, которое они должны проводить).

На этом тренинге даем базовые навыки продаж, отвечаем на вопросы и возникшие проблемы, работаем со страхами новичком и даем им эмоциональный заряд на будущие трудовые подвиги.

Результат: Персонал владеет основными навыками продаж по телефону и при личной встрече, мотивирован на результативную работу, задан высокий темп работы специалистов.

Бизнес-консультант Артем Шинкарук

www.salemaster.com.ua

Этап №4: программа обучения руководителя ОП

9 из 10-ти менеджеров по продажам, предоставленных самим себе, не могут вести продажи более чем на 20-30% возможной интенсивности. А значит, интенсивность их работы составляет одну треть, а то и одну пятую часть от того, что требуется.

Большинство менеджеров по продажам сами не могут заставить себя работать с должной интенсивностью. Необходимую интенсивность работы менеджеров по продажам могут обеспечить только руководители продаж.

Работы на данном этапе включают в себя:

1. Постановку оперативного управления (регулярные мероприятия, проведение совещаний), постановка планов, мотивация – консультация + материалы
2. Подготовку основных документов:
 - Чек-лист проверки менеджеров по продажам
 - Отчет отдела продаж
 - Проведение планерок (инструкции)
 - Инструмент мотивационная доска
 - Работа с дебиторской задолженностью (инструкции)
 - Расчет вознаграждения менеджеров (инструкция)
 - Схема начисления и выплат бонусов
3. Сопровождение руководителя – консультации в течение 3-х месяцев

Цель: Индивидуальное обучение начальника отдела оперативному управлению отделом для грамотного и качественного дальнейшего управления ОП

Результат: качественное управление отделом со стороны начальника отдела, оперативная поддержка персонала и начальника отдела в случае возникновения вопросов и проблем. Начальником отдела получены навыки и инструкции, как проводить дальнейшее обучение собственными силами.

Этап №5: привлечение клиентов из интернета

1. Консультация по подготовке LP (landing page)/аудит имеющейся страницы
2. Рекомендации по улучшению конверсии страницы
3. Разработка LP от А до Я специально для оптовых продаж и привлечению клиентов разных групп (подготовка технического задания концепции LP, передача на аутсорс и контроль)
4. Подбор каналов рекламы для привлечения лидов
5. Настройка контекстной рекламы (аутсорс и его контроль)
6. Подготовка рекламных текстов и предложений
7. Система учета и контроля рекламы
8. Тестирование и замеры эффективности каналов рекламы
9. Увеличение конверсии (внедрение новых элементов сайта)

Цель: создать платформу для привлечение клиентов, которые ищут определенные товары в интернет, а также интересуются ценами на конкретную продукцию. Настроить входящий поток заявок и звонков с максимально возможно конверсией.

Результат: настроенный канал получения обращений и заявок на товары/услуги организации из интернет.

Этап №6: поиск и отбор сотрудников

Подбор сотрудников ОП

Предварительный отбор нашими силами. Отобранные кандидаты (минимум 3-5 человек) выводятся на вторую серию отбора: моделирование игровых ситуаций в группе (в т.ч связанных с продажами).

По итогам отбираются 1-2 кандидата, которые будут выводиться на адаптацию.

Этап №7: работа с партнерами

Партнерство один из самых сильных каналов получения новых клиентов в перспективе. Именно этот канал необходимо параллельно отрабатывать с пассивными и активными продажами.

1. Определение групп потенциальных партнеров
2. Разработка предложений для каждой группы клиентов
3. Подготовка скриптов для работы с партнерами

На выходе получена работающая система продаж, работники которого трудятся с высокой интенсивностью. Новички выходят на свои первые продажи. При дальнейшем управлении отделом со стороны начальника отдела в соответствии с инструкциями наблюдается рост продаж.

Общая стоимость проекта:

от 40 000 до 150 000 грн (от 1500 до 5000 USD)

Сроки построения системы продаж: от 3 до 6 месяцев

* любой из этапов можно внедрить по отдельности, с единственной рекомендацией – обязательного внедрения этапов 1,2,3 и 4 (по потребности)

Так как они являют собой тот костяк, который позволяет построить цельную систему продаж в компании.

** под бюджет клиента может быть составлен индивидуальный план

Для того чтобы сделать первый шаг - [заполните анкету](#)

Есть вопросы? Свяжитесь со мной, чтобы обсудить дальнейшие действия. Уверен, что мы сможем найти наилучший вариант сотрудничества, и вырасти вместе.

Телефон для связи с консультантом: +38 (097) 450-40-91

+38 (044) 209-39-44 – киевский офис (Украина)

+7 (499) 380-74-94 – московский офис (Россия)

Бизнес-консультант Артем Шинкарук

www.salemaster.com.ua