

Организация отдела продаж. Несколько советов.

Анна Боднарчук
директор ООО «Софткей –Украина»
ann@softkeyann@softkeyann@softkey
[.ua](mailto:ann@softkey)
[@annabodnarchuk](mailto:ann@softkey)
+ 38 044 377-73-17

Электронная коммерция - это не просто электронный магазин, организованный в виде сайта, **это бизнес**, который несет в себе все те же компоненты, что и в реальном мире.

Люди страдают **синдромом трех
«хочу»:**

Прийти

Получить

Уйти

Все без исключения потенциальные **клиенты желают оформлять** свои **заказы быстро**, без необходимости куда-то звонить, куда-то писать и т.п.

Им важна скорость, что в большой мере обусловлено эмоциональным восприятием скорости всех процессов во Всемирной Паутине.

Эволюция отдела продаж



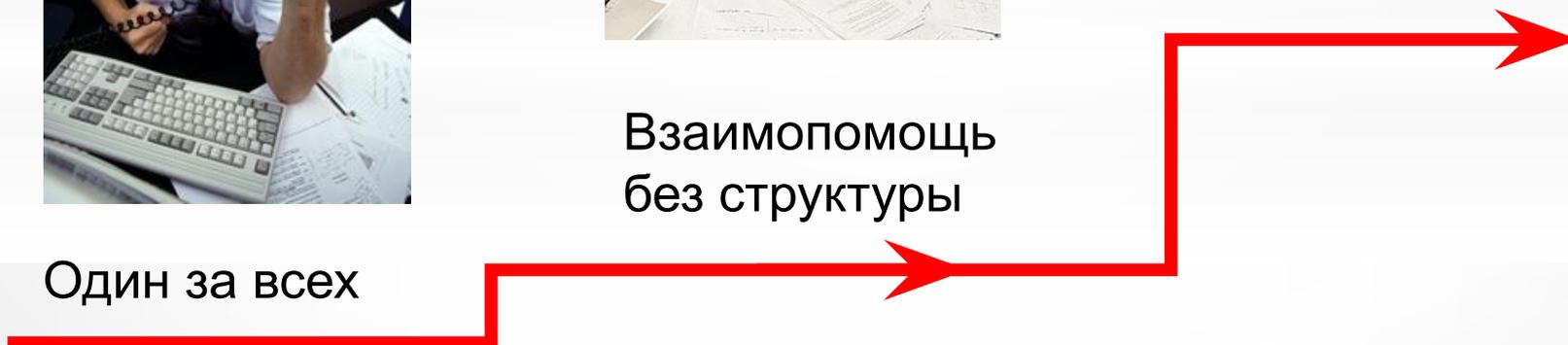
Один за всех



Взаимопомощь
без структуры



Четкая структура
отделов компании



Основные проблемы

1. Найти хорошего менеджера по продажам не просто сложно, а очень сложно.
2. Очень быстро они разбегаются, уводят с собой ваших клиентов.
3. «Звездная болезнь», считает что уже «заслужил» более спокойную жизнь.
4. Теряет мотивацию к поиску новых клиентов
5. Надо постоянно обучать и проводить различные тренинги для продавцов

Трехступенчатый отдел продаж

1. Генерация лидов
2. Конвертация лидов
3. Работа с постоянными клиентами

Генерация лидов



ЗАДАЧА:

найти и получить
контакты потенциального
клиента

Конвертация лидов



ЗАДАЧА: закрыть
первую сделку

Работа с постоянными клиентами



ЗАДАЧА: продолжать
продавать, делая
повторные продажи

ПОЧЕМУ ИМЕННО ТАК?

1. На первый этап работ – генерацию потенциальных клиентов, можно посадить достаточно низко квалифицированную рабочую силу
2. Роль «звездности» каждого конкретного менеджера сильно падает. Уменьшаете риск потери «ключевого продажника».
3. Взаимозаменяемость сотрудников
4. Вы снимаете 90% нудной, противной работы с «холодными клиентами», которую они так не любят делать. Повышаете КПД - увеличивается процент закрытых сделок.

Потребители совершают не покупки.

Им необходимо решить свои определенные проблемы.

50000 клиентов. Как удержать?



Маркетинг и продажи



Email маркетинг: сегментация, обратная
связь, кроссы

Программы лояльности: скидочные
карточки, подарки, предложения «продукт
дня»/«продукт часа»

Держат продажи



Клиент **всегда** прав

Клиент всегда знает что его **запрос не
останется без ответа**

Клиент **всегда уведомлен** про все актуальные
акции

Индивидуальный подход к каждому

Учитывать все «**хочу**» и «**могу**» клиента

Думаете вы, а клиент только пользуется продуктом, который он купил

Полный цикл консультаций и полноценная постпродажная поддержка

Кросс-продажи **только на «зеленый свет»**



Анна Боднарчук
директор ООО «Софткей –Украина»
[ann@softkeyann@softkey.ann@softkey](mailto:ann@softkeyann@softkey.ann@softkey.ua)
[.ua](mailto:ann@softkey.ann@softkey.ua)
[@annabodnarchuk](https://www.instagram.com/annabodnarchuk)
+ 38 044 377-73-17