

# Организация отдела продаж. Несколько советов.

**Анна Боднарчук**  
директор ООО «Софткей –Украина»  
[ann@softkey](mailto:ann@softkey)[ann@softkey](mailto:ann@softkey)[ann@softkey](mailto:ann@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



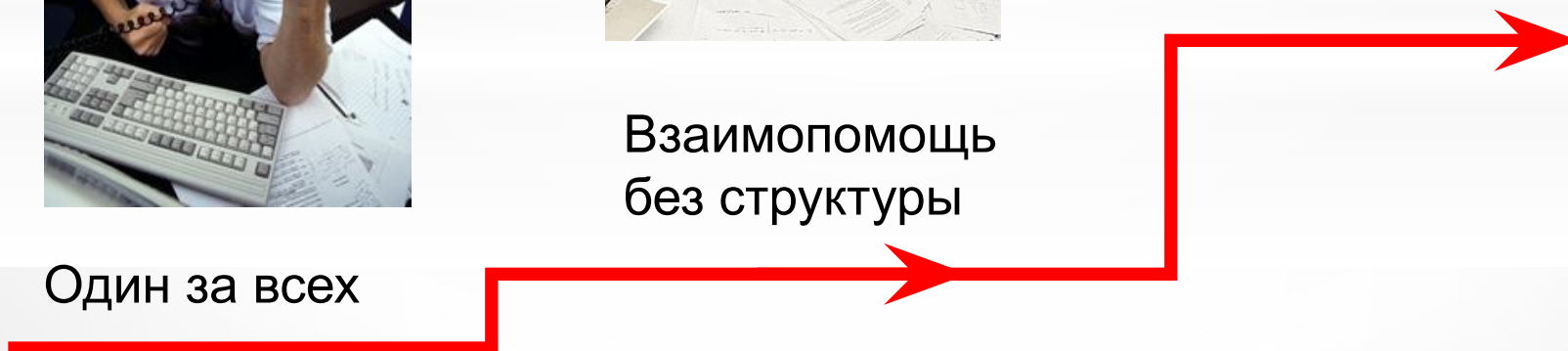
Один за всех



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**