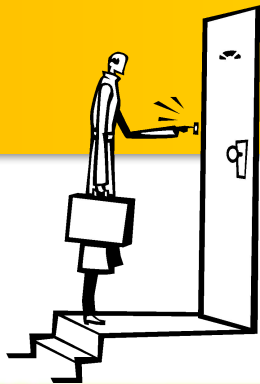
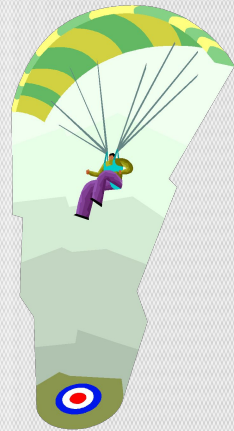


Продажи в 1АБ



Цель презентации:

- Рассказать о некоторых элементах в организации продаж в 1АБ;
- Новое в продажах 1АБ





Napoleon

- Работаем с 1997 года
- Выделенные продажи с 1999 года
- В 2002 году внедрен CRM и полностью переосмыслены продажи
- По итогам 2003 года Нуралиев рассказал на партнерском семинаре о перемещении в рейтинге продаж коробок 1С с 17 места на 2-е по России
- С тех пор появился рейтинг партнеров на сайте 1С
- технология продаж 1АБ слишком мало менялась и поэтому только на третьем месте в общем рейтинге



- **Минусы:**
 - **Лишние затраты в цепочке создания ценностей**
 - **Могут наобещать то, что сделать трудно за установленным клиентом бюджет**
- **Плюсы:**
 - **Лучше иметь идеального методиста, программиста и продавца в одном флаконе, но где их столько взять? И что же увольнять хороших внедренцев если они продают плохо?**
 - **Гораздо проще строить индустриальное развитие компании**

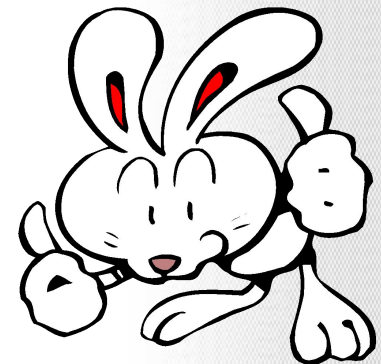
- **Умеет вызвать доверие**
 - **Горящие глаза (ему самому интересно) – отражение интереса к жизни**
 - **Глубина личности (мудрость) – с этим сложнее всего**
 - **Талант коммуникатора (интересно общаться с людьми)**
- **Чему научим**
 - **Знание продукта, цен**
 - **Знание типовых проблем НАШИХ клиентов**
 - **Снимать возражения**
 - **Работать технологично**
 - **Работать в команде**



- У кого есть выделенные отделы продаж?



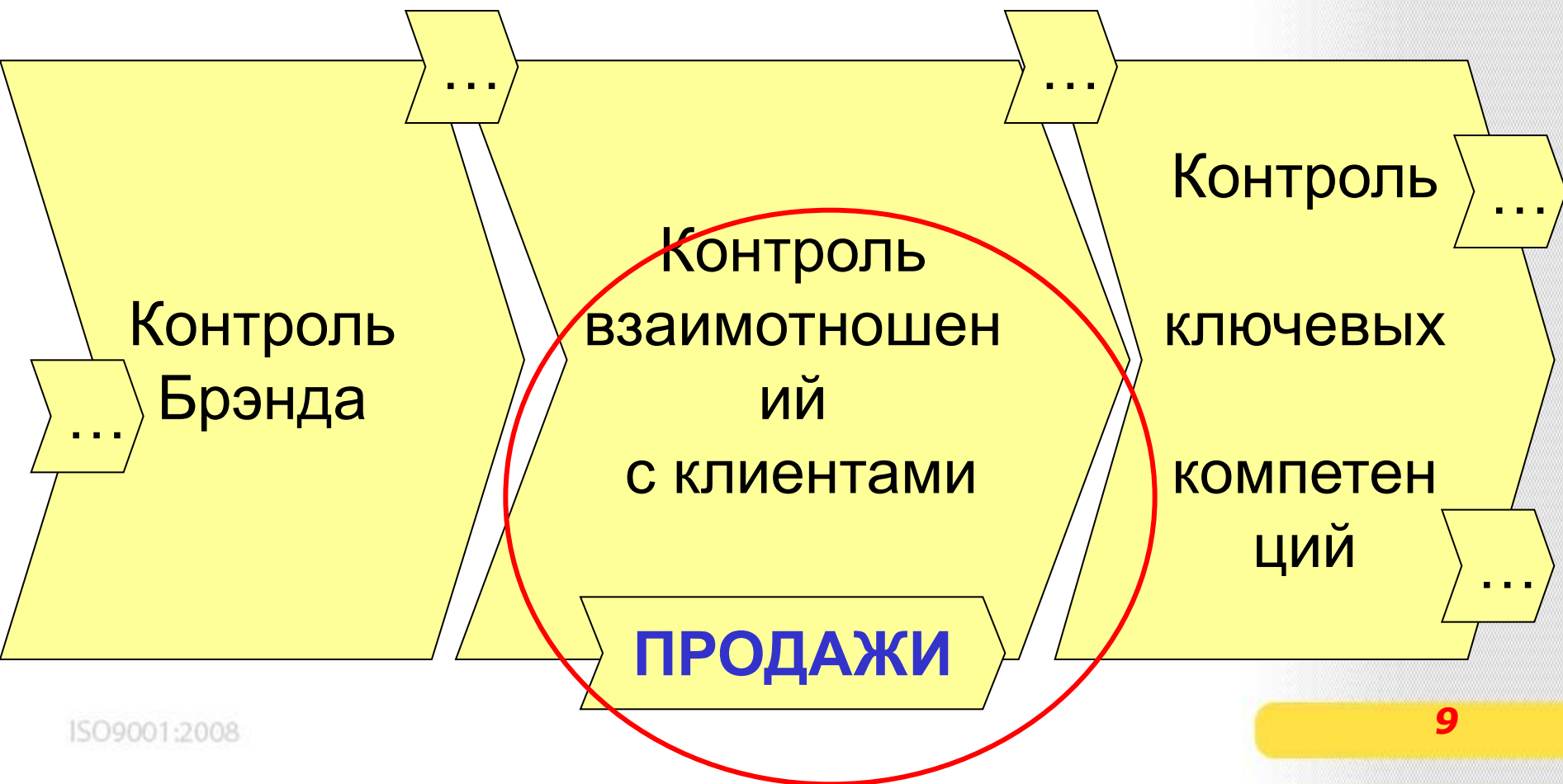
- У кого отделы продаж работают неплохо?



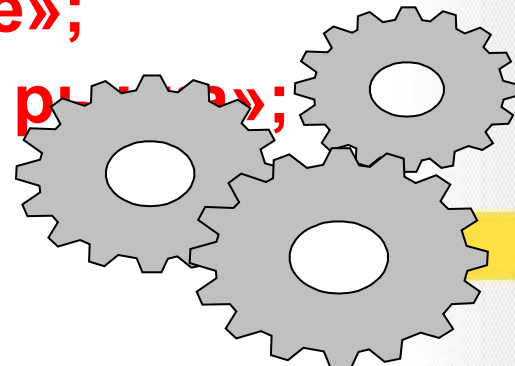
- Кто считает, что у него продажи идеальные?

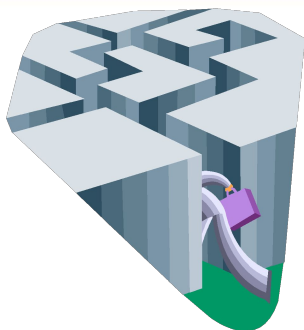


ИТ-компания не должна отдавать на аутсорсинг:



- **Основополагающий подход: разделение процессов Продажа и Производство;**
 - взаимная независимость вышеназванных процессов;
 - повышение управляемости и гибкости настройки;
 - универсальность;
- **Подходит для типовых продуктов: Поставка ПП, ИТС и т.п.;**
- **Для предоставления Услуг по этой схеме спроектирован универсальный продукт «Абонентское обслуживание»;**
- **Применимо для «массового рынка»;**





Новые клиенты (20%)

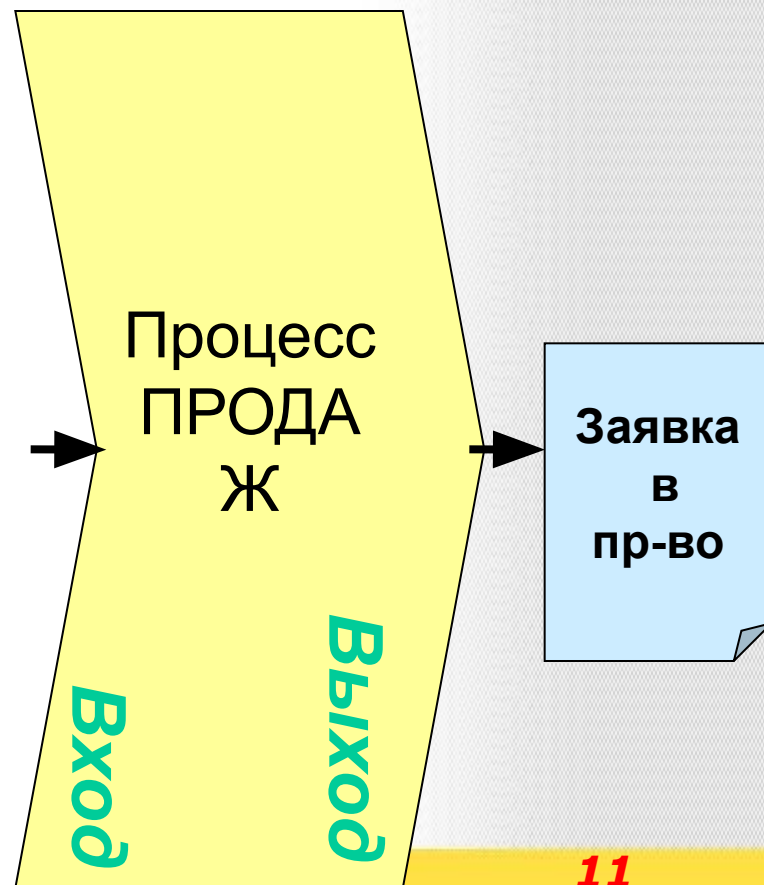
Входящие звонки

Заявки от ТМ

Работа на
мероприятиях

Обработка анкет с
мероприятий

...



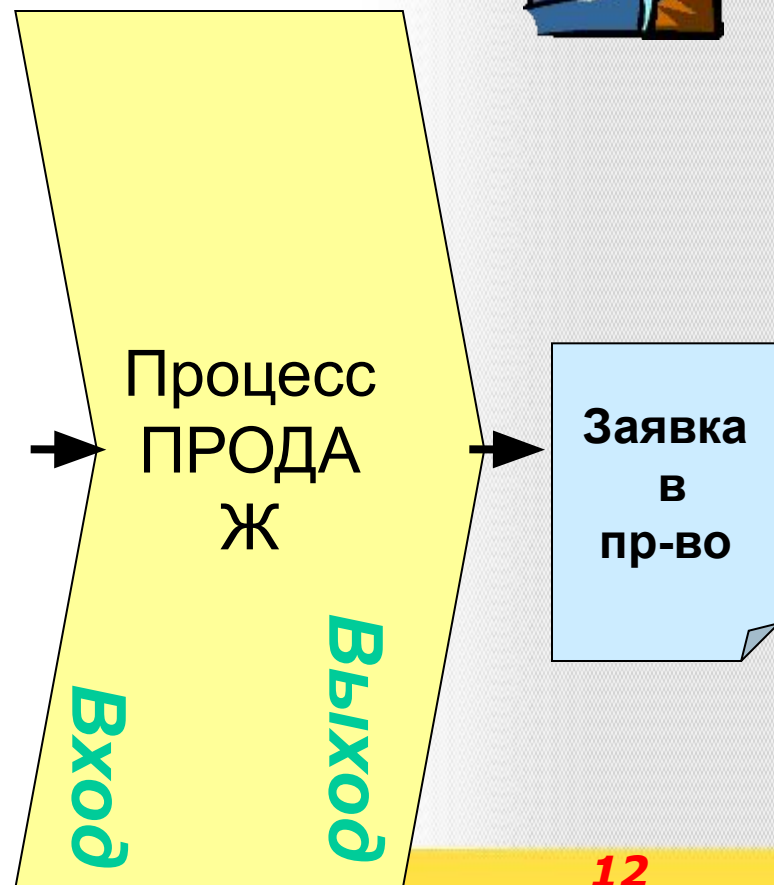
Допродажи (80%)

Продажи
постоянным
клиентами

Продажи клиентам
других
направлений

Продажи после
обращений
на ЛК или в ОВ

...



- Входы классифицированы по специфике взаимодействия с клиентом;
- Для каждого «Входа» желательно гибко настраивать структуру, процедуры, системы контроля и мотивации;

Примеры:

- Взаимодействие с ТМ (заявки на общение или продажу);
- Обработка запросов с ЛК;
- Обработка анкет с мероприятий;
- **Правило «Одной тарелки» (!!!)**





- **Продавец не должен думать!** (*Обязательная для применения технология работы продавца: работа с журналом событий, порядок заполнения истории,...*)
- Система отслеживания «забытых клиентов» (по офису, по отделу, по сотруднику);
- Свойства контрагентов (ИТ-паспорт клиента) - технология организации акций по продажам сезонных и отраслевых продуктов ;
- Анализ связанных товаров; (*поддержка продаж дополняющих продуктов, пример: «Пиво+Памресы»*)



- У продавца есть Регламент (!);
- Продавец четко знает что делать и как работать:
 - Выучены наизусть правила продаж и описания продуктов;
 - Существуют стандарты хорошей работы;
 - Четкие правила взаимодействия со смежниками;
 - На начальном этапе обучают эффективным технологиям работы с клиентом + мотивируют к их применению;



Важные элементы процесса продаж в 1АБ

- Технология работы продавца: работа с журналом событий, порядок заполнения истории,...

Журнал событий										
Сформировать										
Период с:	...	по:	04.02.2009	<input type="checkbox"/> на сегодня+1	Сортировка:	Дата контроля				
Дата контроля с:	...	по:	...	Контрагенты по св-вам:						
Системы клиента									T	x
Пользователь:	Плотникова Жанна Владимировна								...	x
Пользователь1:									...	x
29	Счет №СЦ/13/0024 от 11.10.2005 Срок оплаты 17.10.2005	Каро фильм менеджмент	970-17-81, доб. 35-01, 133-96-10, 970-17-88, доб. инф.центр, 970-17-88, доб. 30-25, 970-17-86			1) ЗИК 7.7сет		08.11.2005 10:00:00		
								Сайко Н. Ю.		
30	Счет №ДК/13/01666 от 15.12.2008 Срок оплаты 30.01.2009	КИНГИНВЕСТ	980-96-22, 335-72-11	3,5		1) Бух 7.7		27.01.2009 13:00:00		
								Машков Ю. В.		
								Машков Ю. В.		
31	Счет №ДК/13/26296 от 26.06.2008 Срок оплаты 29.06.2008	Титаник Парк		4		1) УПП 2) УТ 8.0		10.10.2008 15:00:00		
								Овинников С. А.		
32	Счет №ДК/13/6540 от 29.11.2007 Срок оплаты 28.03.2008	Шимано Евразия Представительство	789-95-75, доб. 1-23		-0,9353			08.04.2008 11:00:00		
								Курбатов В. В.		
33	Счет №ДК/13/00047 от 01.11.2008 Срок оплаты 31.12.2008	Евромед	8-499-199-01-21		0,5	1) Бух 8.0 2) Зуп 8.0		15.10.2008 14:00:00		
								Котов И. А.		
34	Счет №ДК/13/00297 от 16.01.2009 Срок оплаты 30.01.2009	СоюзПрогрессГаз	933-23-79, 8-910-421-97-04, 8-916-348-30-89			1) Бух 8.0	1) 14.01.2009 16:01:12 2) 16.01.2009 13:04:37	12.01.2009 11:00:00		
								Алдошин В. Ю.		
35	09.02.2009 ПП?	Санар ТД1	Светлана , (499) 724-50-08					02.02.2009 11:00:00		



Важные элементы процесса продаж в 1АБ

- Технология работы продавца: работа с журналом событий, порядок заполнения истории,...

Журнал событий

Сформировать

Период с: [] по: 30.01.2009 [] [↔] на сегодня+1 Сортировка: Дата контроля

Дата контроля с: [] по: [] Конргенты по св-вам: []

Системы клиента: [] T X Последний выезд, позднее: [] X

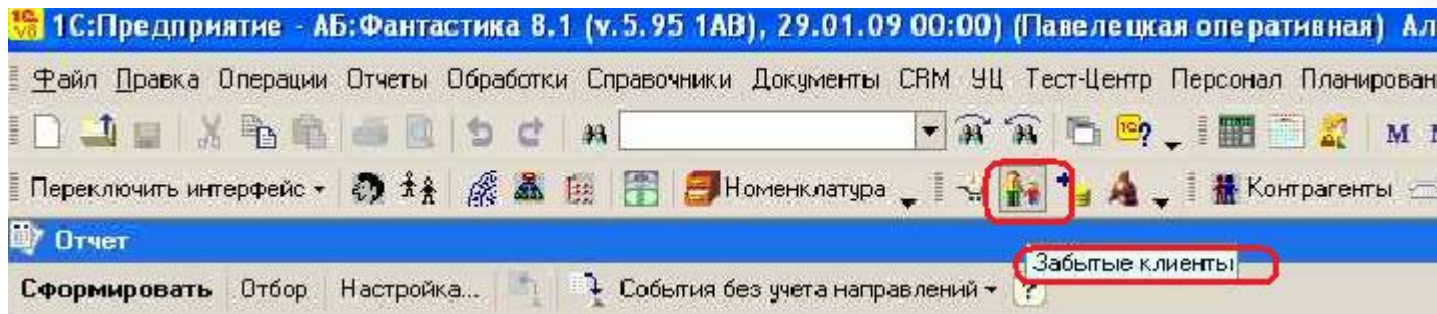
Пользователь: Помазюев Александр Александрович ... X Консультаций, более: 0 X Остаток часов, менее: 0 X

Пользователь1: [] ... X

Журнал событий за период по 30.01.2009

№	Срок контроля	Предмет заявки	Имя клиента	Контактные лица/телефон	Тестовой остатке часе	Установка/настройка конфигурации	Дата следующего звонка	Кол-во консультаций данного клиента в течение текущего месяца	Основной контактный контрагент	Дата по следующему звонку
Разрешение сомнений										
1	26.01.2009	контроль доставки	Инкстройсервис	Шнайдер Любовь Александровна	7	1) Бух 7.7 2) ЗНК(с)»USB				30.01.2009 8:30:00 Звонки В. В.
2	29.01.2009	контроль заявки(спросить про у.е.)	ВЕГАС ЛЕКС	Кириличева Екатерина 933-08-00, доб. 1-61	12	1) Бух 8.0	1)12.01.2009 15:34:24			28.01.2009 10:00:00 Кли В. В. Кли В. В.
3	29.01.2009	контроль заявки, повторить заявку по документам!	ФРИЗ	Мешкова Татьяна Николаевна (499) 903-80-71, доб. 1-86		1) Бух 7.7 2) Бух 8.0 3) ЗНК 7.7сет 4) Зул 8.0				12.12.2008 10:00:00 Акулова В. В.
4	30.01.2009	контроль заявки, узнать про Палифр(программа для проектной организации)	Стройэлектропроект	Наталья Ильинична 174-97-72, 8-499-174-92-86	2	1) Бух 7.7 2) ЗНК 7.7сет	1)27.01.2009 12:22:34			13.11.2008 15:00:00 Кравцов А. А.
5	30.01.2009	жду рег. анкеты, отправить письмо о перерегистрацию	Соната1	Ковш Михаил , 953-72-82						
6	30.01.2009	по переходу и обслуживанию - с утра	Мейджер Терминал	Рязанцева Людмила 737-60-06		1) ЗНК 7.7сет				
Оценка различных вариантов										
7	27.01.2009	созвониться с Евгением по 1С и отчетности, изменения в ЗУП-уже в Новом году	Росстрах	Елена Анатольевна 9-(9892)222-46-43, 741-04-67, 661-14-10		1) Бух 7.7 2) Зул 8.0				
Признание потребностей										

- Система отслеживания «забытых клиентов» (по офису, по отделу, по сотруднику);



- Система отслеживания «забытых клиентов»

Отчет

Сформировать Отбор Настройка... События без учета направлений ?

Интервал дат для последнего события с 30.01.2006 по 30.12.2008 Была оплата Вывести телефоны

Поле	Тип сравнения	Значение
<input checked="" type="checkbox"/> Контрагент	Равно	
<input type="checkbox"/> Основной Ответственный	Равно	
<input checked="" type="checkbox"/> Ответственный По Событию	Равно	Домашко Жанна Владимировна
<input checked="" type="checkbox"/> Дата Последнего Контакта	Меньше или равно	30.12.2008 0:00:00

Настройка отчета

Основные параметры Отбор Порядок

Поле	Тип сравнения	Значение
<input checked="" type="checkbox"/> Контрагент	Равно	
<input type="checkbox"/> Основной Ответственный	Равно	
<input checked="" type="checkbox"/> Ответственный По Событию	Равно	Домашко Жанна Владимировна
<input checked="" type="checkbox"/> Дата Последнего Контакта	Меньше или ра...	30.12.2008 0:00:00

- Рекомендованное количество закрепленных клиентов – 150-200);
- Предел для одного продавца (стаж до 1 года) 400 тыс руб./мес. Значит рост только через рост количества сотрудников ОП (есть конечно таланты 1 – 3,5 млн руб/мес, но на них не построишь индустриальной модели);
- С клиентом нужно связываться не реже 1 раза в месяц; Ежемесячный «Информационный повод» - задача руководителя ОП;
- ...



Что делать менеджеру

Осуществляет контроль

ежедневный контроль

еженедельный контроль

ежемесячный контроль

ежеквартальный

ежегодный

Управляет отклонениями

определение причин отклонений

Применение КД

оценка эффективности КД

Обеспечивает рост и развитие

анализ источников прибыли

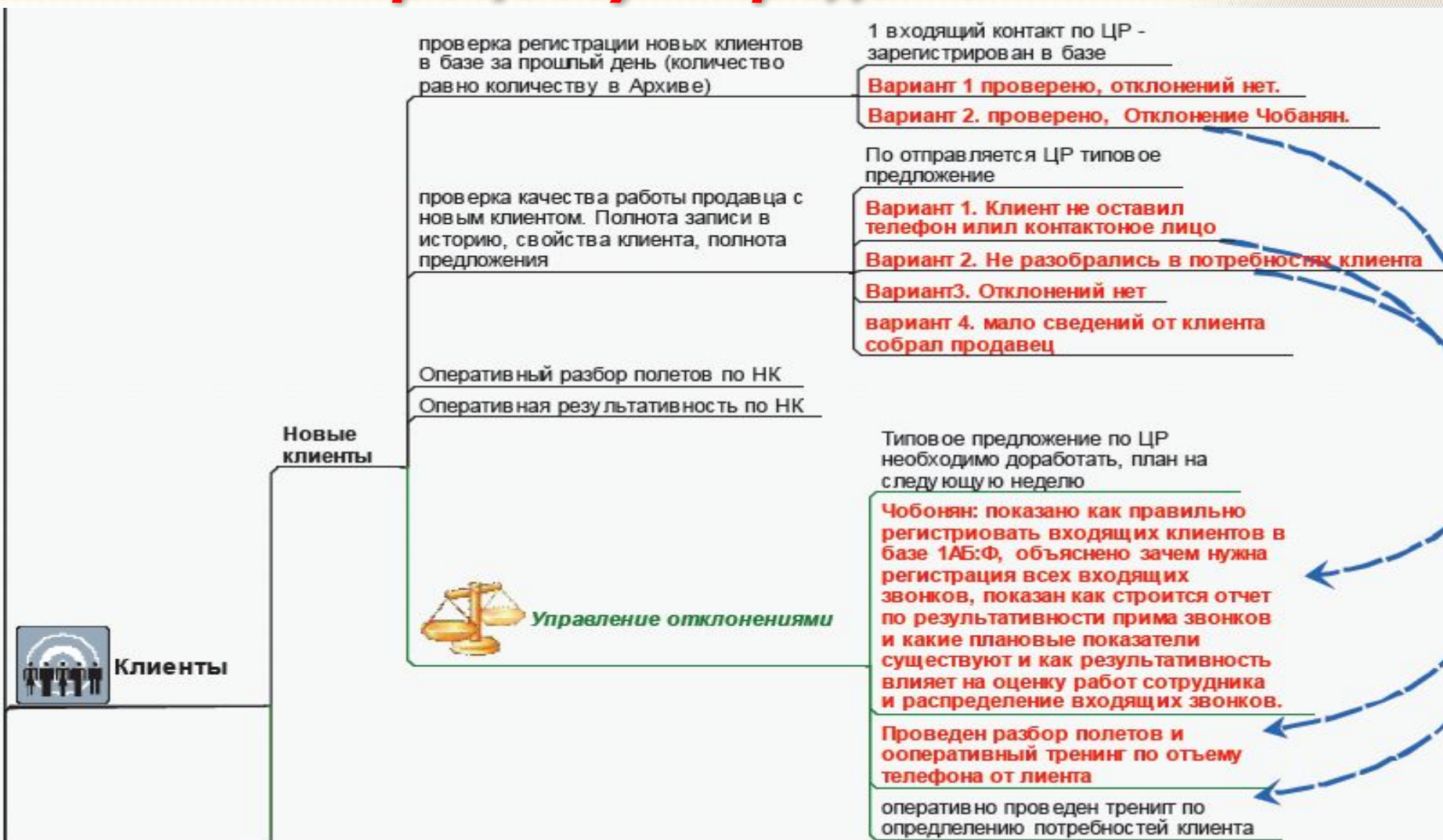
анализ возможных областей улучшения

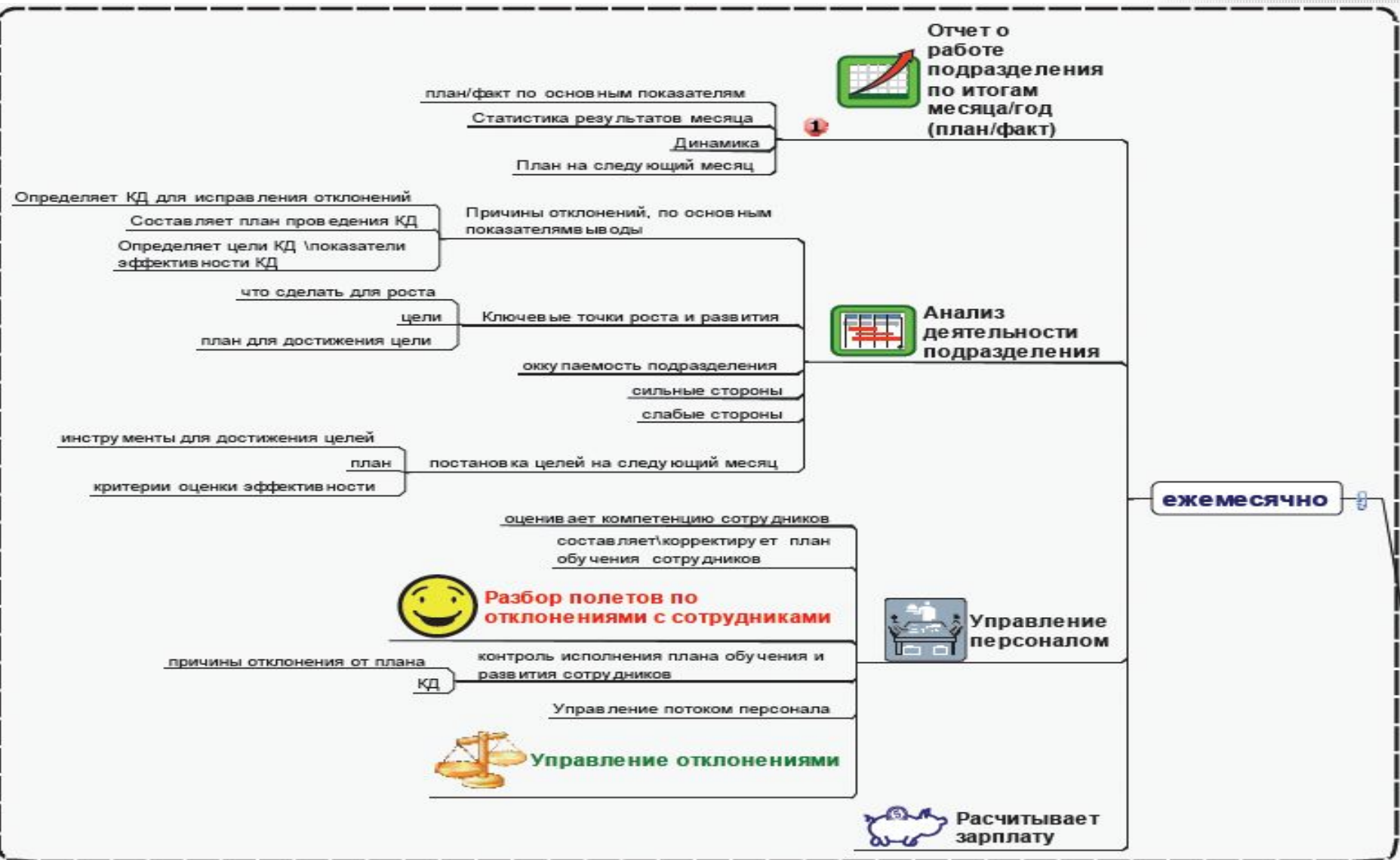
выработка мероприятий улучшения

проведение улучшения

оценка улучшения

Обзор типовых работ по процессу «Продажа»



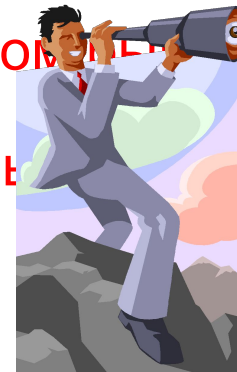




● ПОЛЕЗНОСТЬ

- регистрация истории
- напоминания о событиях
- закрепление клиентов за продавцами
- анализ забытых клиентов
- ротация продавцов
- запись в историю внедренцами
- Сейчас внедряем 1С:CRM корп

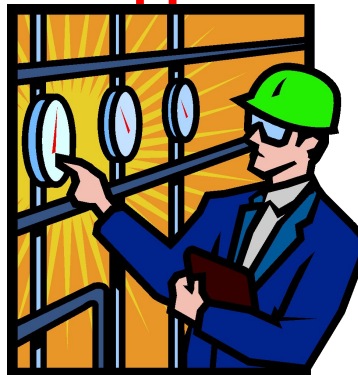
- Разделение «Продаж» и «Производства»;
- Разделение потоков по Правилу «одной тарелки»;
- Убеждения формирующие культуры «Продаж 1АБ»;
- Наличие в 1АБ рекомендованных технологий работы продавцов и Руководителей ОП;
- В 1АБ есть системные документы, система автоматизации и практика успешных продаж на массовом рынке 1С;
- 1АБ готов к поиску новых антикризисных методов ...



- **Какие ваши ключевые идеи продаж?**



- **стратегия - сознательный отказ от возможностей во имя достижения главной цели**
 - приняты трудные решения об отказе от лишнего ассортимента
 - в СЦ запретили продавать все кроме ИТС
 - запретили продавать УПП в ОП франчайзингового направления



- Начали больше ходить на тренинги по продажам
- Активизировали еженедельные тренинги и кружки качества
- развитие в продавцах навыков компетентного выявления потребностей
 - а раньше только правильно рассказать типовые предложения



- запись ДР клиентов
 - обязательно поздравлять
 - фонды на подарки
- активизировался обмен опытом между офисом
- реорганизация ЛК
 - активизация функция продаж
 - явное выделение ЛК для привлечения клиентов



- **повышения роли рук ОП**

- контроль реализации стратегии
- контроль выполнения оперативных планов
- каждым сотрудников
- помощь в трудных сделках
- организация командной работы

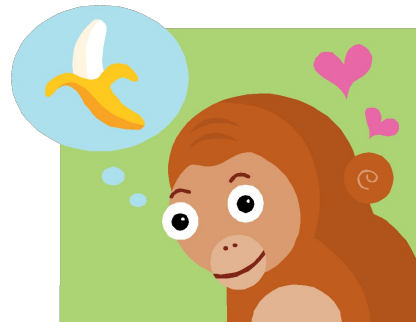
- нацеливание на взаимопомощь
- бонусы за личные результаты, но и за выполнение плана отдела



- Первый выезд зависит от качества работы продавца
- Постоянное обслуживание зависит от качества работы внедренца
- Качество товара = продукт / ожидание
- Качество услуги = восприятие результата - ожидание



- Провели опрос студентов, 3% имели план, остальные нет. Через 20 лет их рыночная стоимость равнялась стоимости всей группы (3%=97%)
 - Вывод - цель- это очень важно!
- Что нужно, чтобы продать - хороший продавец, что нужно чтобы покупали повторно - вся компания!!!
- Все опытные продавцы уходят в руководство, а продают мальчишки 22 года, стаж 3 мес, ... Вывод —
 - Строить работу с неопытными продавцами
 - иной раз нужно старых опытных бойцов направлять в продажу



- Рост за счет роста рынка
- Забрать у конкурентов
- Испечь свой пирог, придумать
НОВОЕ...



- **Обожают бороться и драться с конкурентами... и побеждать**
- **Быть Результативным - есть цель. Драка не цель**
- **Обучаемый, сначала продаем на интуиции и нужно учиться...**
- **Нестандартное мышление (гибкость) от того, что он очень сфокусированный!!!**

**В продажах нет бронзовой и серебряной медали.
№2 -это первый проигравший!!**



- **1 - Знание продукта - 10%**
- **2 - навыки по продажам - 20%**
- **3 - управление проектами - 10%**
- **4 - знание бизнеса клиента - 20%**
- **5 - Эмоциональный интеллект - 40%**
 - понимать и чувствовать
 - Когда берешь на работу и мозги и сердце.



ОШИБКА - мы обычно учим по первым 3-м пунктам



Спасибо за внимание!

Готов ответить на вопросы