

Семинар о Продажи Ценности 2022

ЗДОРОВЬЕ, БЕЗОПАСНОСТЬ, ЗАЩИТА И ОКРУЖАЮЩАЯ СРЕДА

Shell/«Шелл» заботится о здоровье, безопасности, защите и окружающей среде (HSSE).

Мы начнем этот семинар с информации о безопасности, поскольку безопасность является очень важной частью нашей работы.

Давайте рассмотрим некоторые сведения о безопасности для нашей среды.



Познакомьтесь друг с другом

- Имя
- Работа, сколько лет на текущем месте работы?
- Хобби
- Что-то, чего вы боитесь



Введение в управление Процесс Конвейерных Продаж (Воронка продаж)

SPANCOP (Предполагать, Планировать Перспективность, Подход и Анализ, Вести Переговоры, Заключить Сделку, Заказ, Оплата)

Как считать объём Процесса Конвейерных Продаж (Воронка продаж)?

База 2019 г. = Акт продаж 2019 г. – Отток 2019 г.

Объём конвейерных продаж (воронка продаж) = Пробел в 2019 г./Показатель попаданий, %
 Если частота попаданий неизвестна для каждого КАМ, учитываются 10%-15%.
 Разделение/сектор конвейера должно быть основано на отраслевой стратегии роста.

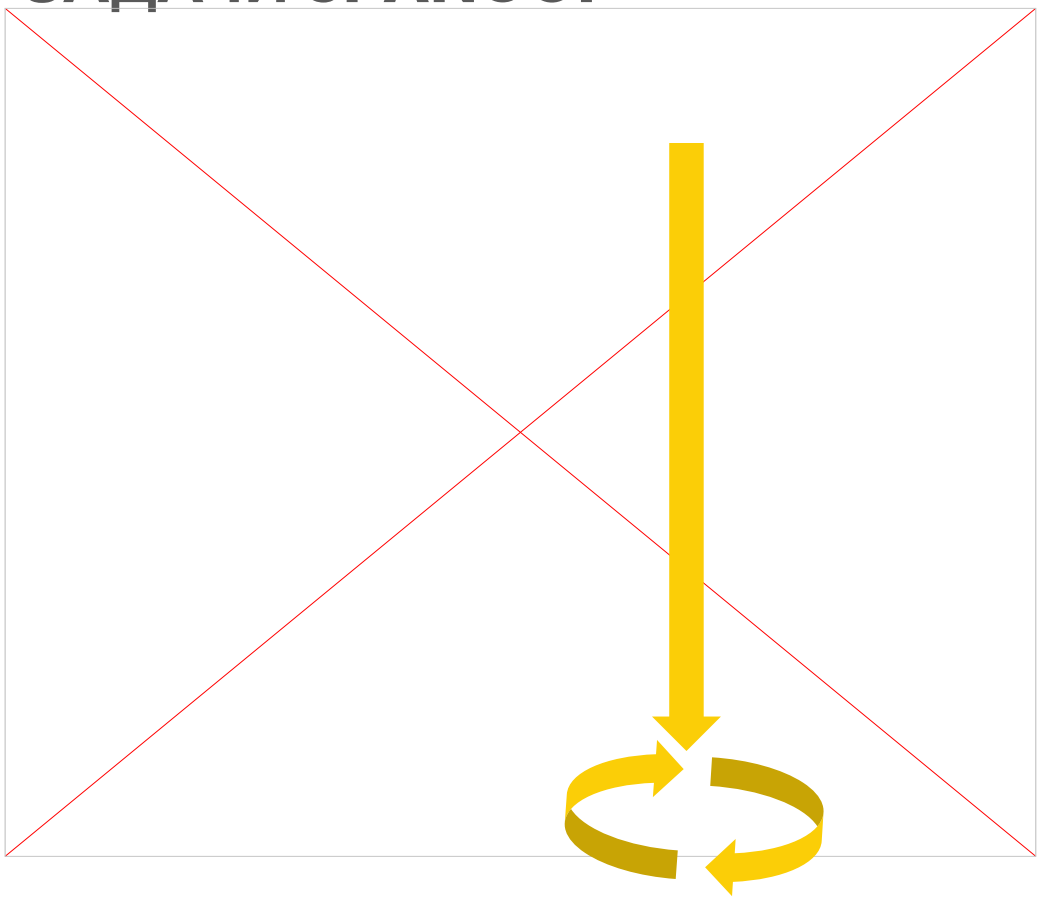
Акт продаж 2018 МЛ	Отток 2019 МЛ	База 2019 МЛ	План 2019 МЛ	Разрыв 2019 МЛ	Хит Показатель %	Объем Конвейерных Продаж (Воронки продаж) МЛ
1.6	-0.2	1.4	2	0.6	10%	6

Отток — это объем, который был реализован в этом году и не ожидается в следующем году, например:

- Первые заливки
- Потерянные клиенты
- Ожидаемое органическое снижение в рамках объема существующих клиентов

Прочность Конвейерных Продаж (Воронка Продаж) = PAN

ЗАДАЧИ SPANCOP



Additional Stages shall be considered:

Дополнительными стадиями считаются:

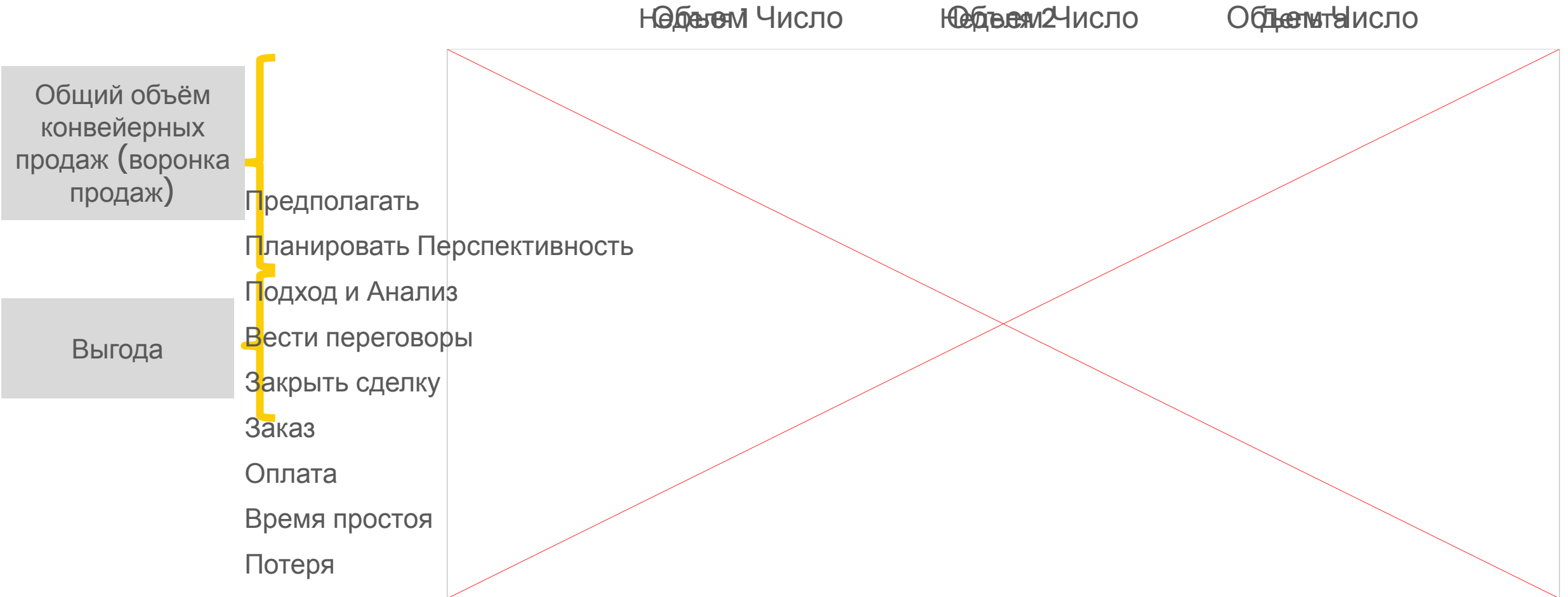
- ***Потеря***
- ***Спась***

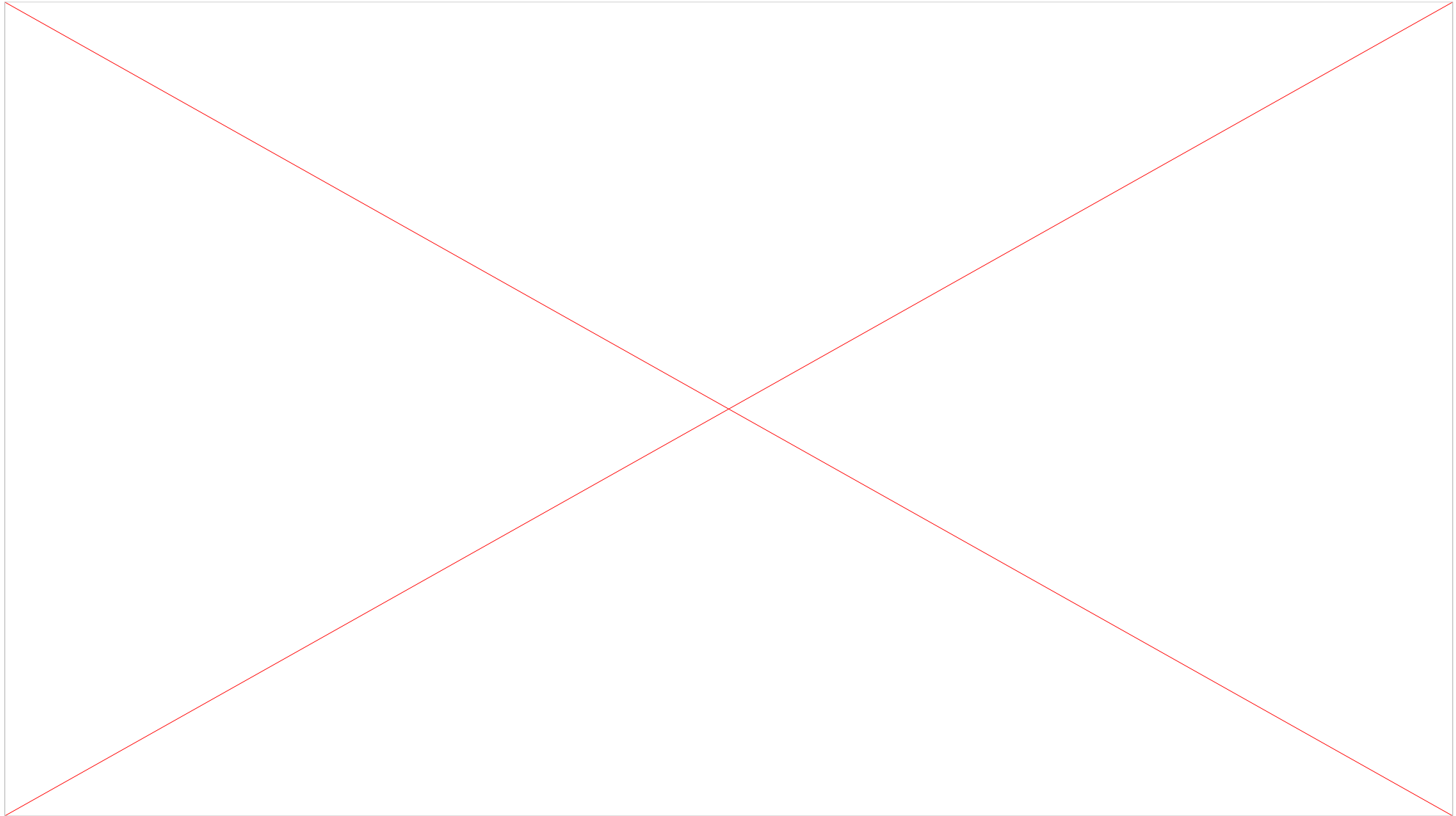
Навигация по SPANCOP



ИСПОЛЬЗОВАНИЕ SPANCOP

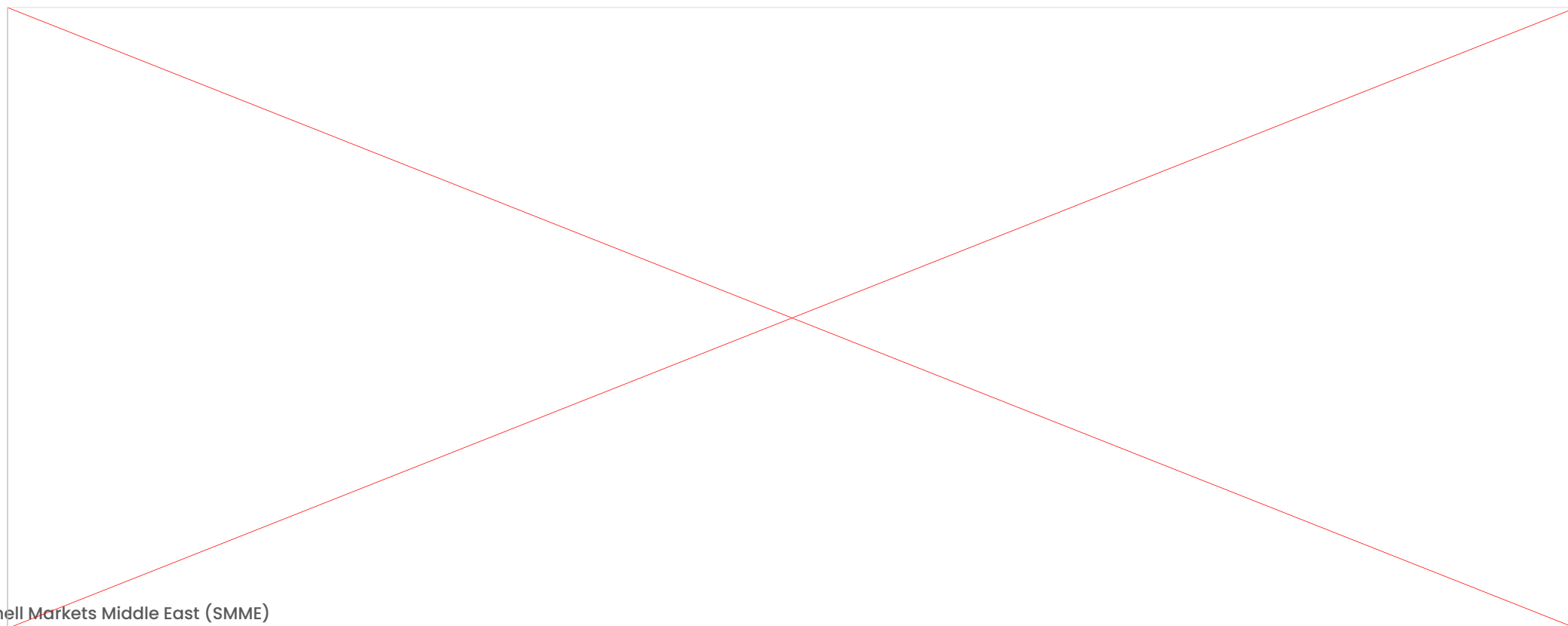
Основная цель в прямом и косвенном канале — обеспечить постоянный поток Кандидаты на этапах SPANCOP (Предполагать, Планировать Перспективность, Подход и Анализ, Вести Переговоры, Заключить Сделку, Заказ, Оплата)



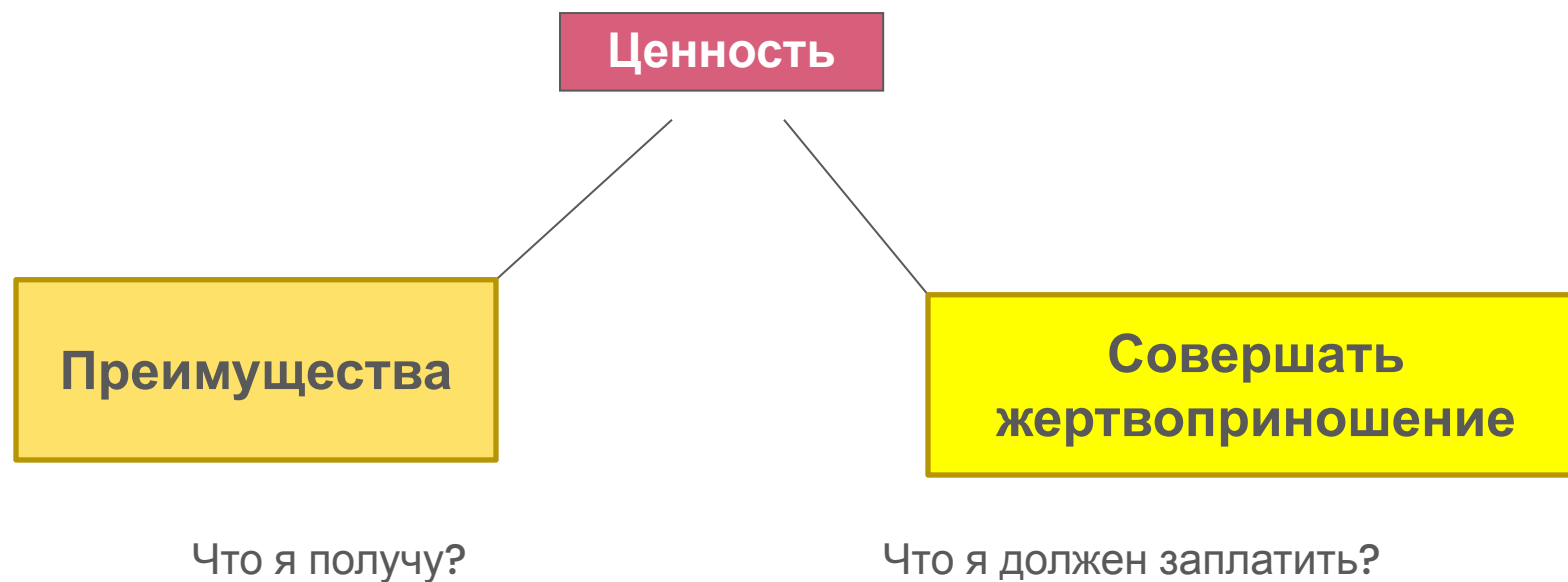


Концепция ценности – Активность (5 мин.)

- Таблицы, чтобы стать группами.
- Каждая группа должна обсудить между собой и написать предложение «Определение ценности для клиента» за 3 минуты.
- Каждая таблица представляет определение ценности для остальных участников. (2 мин.)



Концепция ценности – Уравнение Ценности

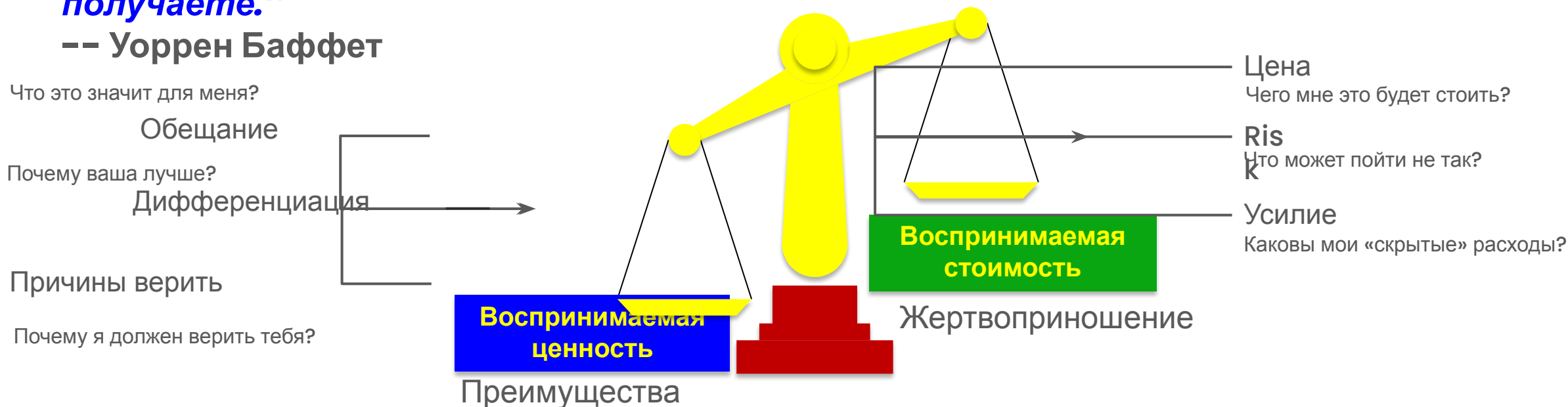


$$\text{Ценность} = \text{Преимущества} - \text{Совершать жертвоприношение}$$

Как клиенты рассматривают ценность

**“Цена – это то, что вы платите.
Ценность — это то, что вы
получаете.”**

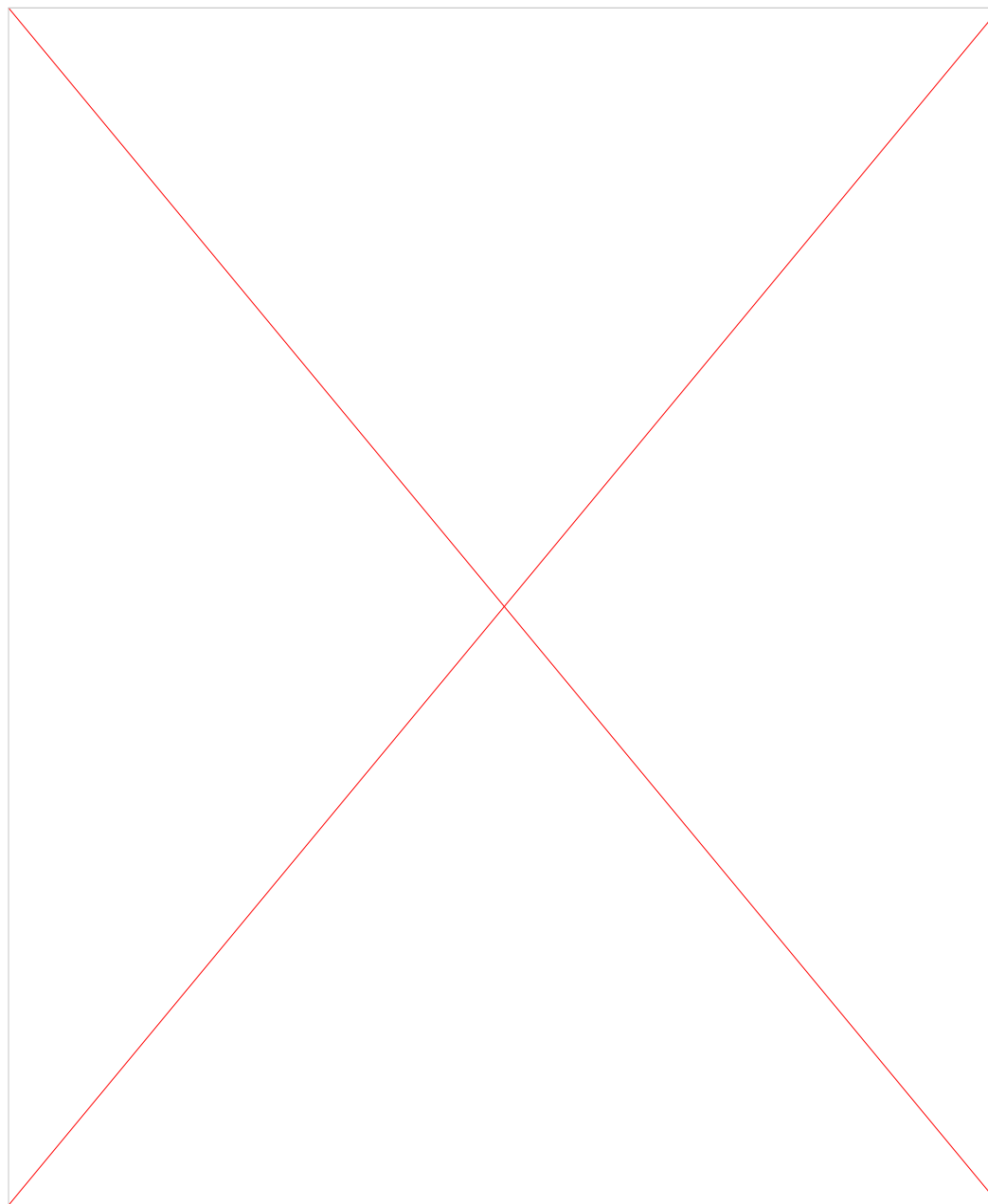
-- Уоррен Баффет



Клиенты будут стремиться **торговать** различными положительными и отрицательными впечатлениями, чтобы получить **положительный баланс**.



Как Потребители рассматривают Ценность



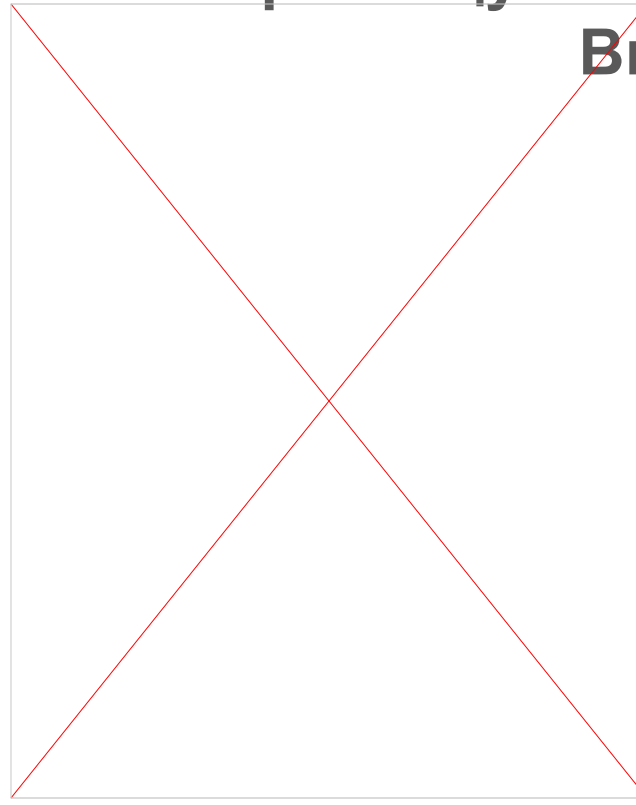
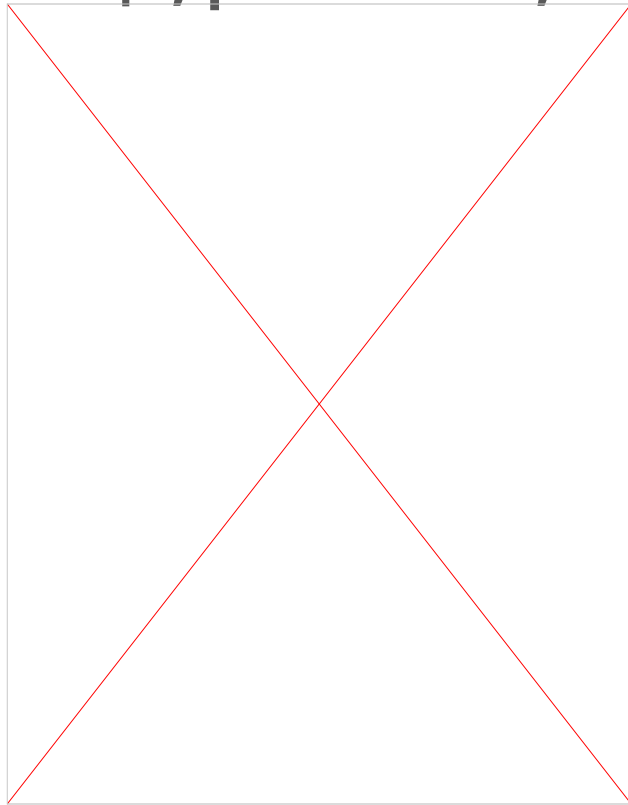


Как Бизнес рассматривает Ценность

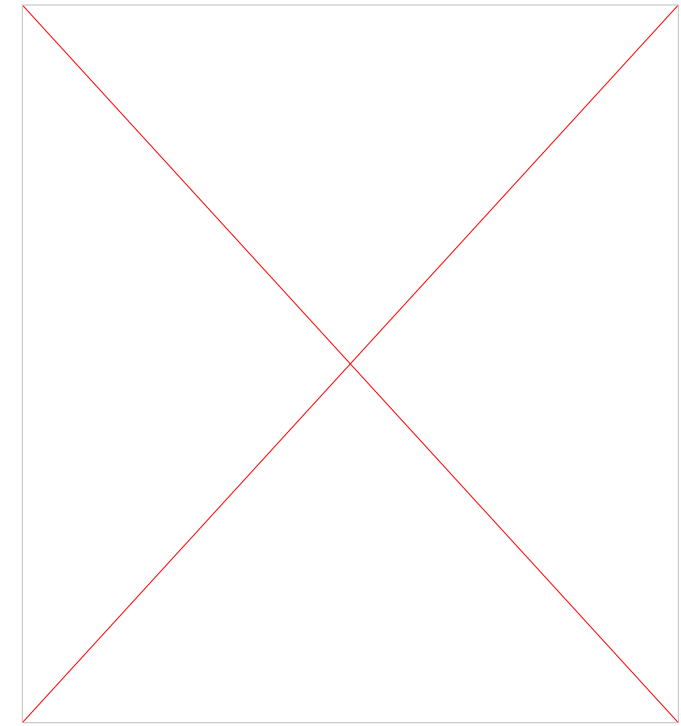
Случай продажи ценности: Де-товаризация

Коммодитизировать – стать неотличимым от других подобных ему

Различать – формировать или маркировать иначе, чем другие подобные вещи; различать, воспринимать разницу в или между



Вы?



ЧТО ТАКОЕ ПРОДАЖА ЦЕННОСТИ?

Ценностная продажа представляет собой **5-этапный процесс**, который сочетает в себе **приоритетный сектор, методы и инструменты**, которые помогут вам увеличить прибыльность продаж, повысить лояльность клиентов и выделить портфолио «Шелл» среди конкурентов.

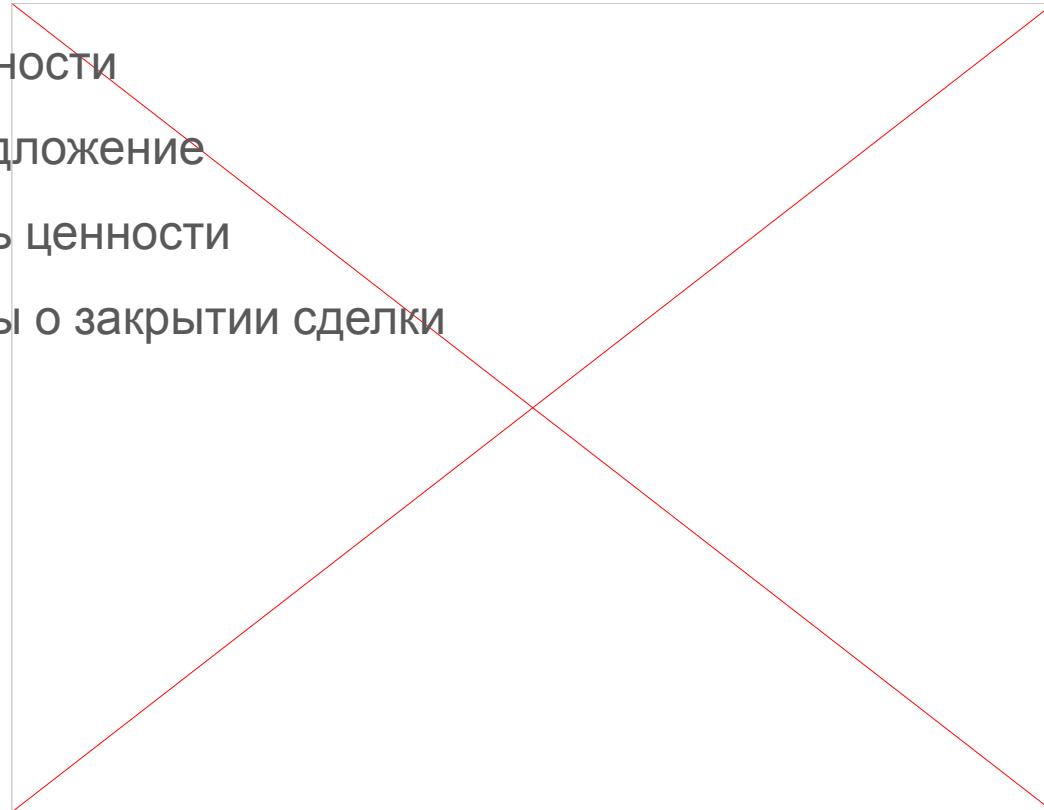
Шаг 1 – Подготовить

Шаг 2 – Раскрыть потребности

Шаг 3 – Разработать предложение

Шаг 4 – Демонстрировать ценности

Шаг 5 – Вести переговоры о закрытии сделки



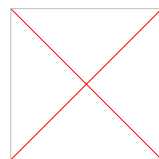
ПРОДАЖА ЦЕННОСТИ И ЕЕ ЦЕНА ДЛЯ ВАС



Экономическая эффективность является ключевым фактором развития бизнеса, поэтому демонстрация ценности для клиентов чрезвычайно важна.



Премиум становится все более важным. Но мы должны быть в состоянии продемонстрировать ценность, которую принесет их более высокая цена.



Инновации и технологии вызывают потребность в более сложных смазочных материалах, которые можно дифференцировать в соответствии с требованиями области применения.

Продажа ценности смазочных материалов Shell и то, как они могут снизить стоимость владения и повысить эксплуатационные характеристики, станет ключевым фактором успеха в будущем.

ПОДХОД К ПРОДАЖАМ, ОСНОВАННЫЙ НА ЦЕННОСТИ : ПОДГОТОВЬТЕСЬ



Задачи

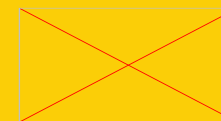
- Подготовьтесь к встрече с клиентом
- Поймите бизнес или отрасль вашего клиента
- Предвидеть ситуацию вашего клиента, потенциальные проблемы и вероятные потребности
- Предугадывайте предложение, которое вы хотели бы сделать
- Предугадайте возражения клиента
- Будьте готовы продемонстрировать ценность

Инструменты

- POPSA
- Исследовательская работа :
 - Планы учетной записи клиента
 - Интернет

Доступно в менеджере конвейера B2B

Также платформы маркетинговой политики как "BNC" Недавно представленные в 2020 году



ВАШ КОНТРОЛЬНЫЙ СПИСОК ПОДГОТОВКИ

1. Проведите исследование :

- В секторе:
 - Обновления от коллег и вашей команды Shell
 - Интернет
 - По поводу клиента:
 - Есть ли у вас план работы с клиентами, на который можно сослаться?
 - Их веб-сайт

2. С кем вы встречаетесь и каковы их вероятные приоритеты?

3. Заполните POPSA или план предварительного звонка, чтобы убедиться, что вы продумали, как вы достигнете своих целей на встрече, а также продемонстрируете клиенту свое желание понять их бизнес и то, как вы можете им помочь..

ПРИМЕР POPSA – ЦЕЛИ И ОЖИДАНИЯ

Цель и Стратегия – какой результат вы ожидаете получить от этого визита? Как вы этого добьетесь?

Понять их **бизнес-цели** (видение, план, задачи, клиенты, которых они обслуживают, ключевые инициативы/приоритеты)

Понять их **ситуацию** (как они достигают своих целей, что влияет на затраты в их операциях, насколько они удовлетворены своей текущей деятельностью/поставщиком и удовлетворяют ли они свои потребности)

Понять их **личную заинтересованность** в бизнес-решениях и их взгляды на Shell (что для вас наиболее важно в отношениях с поставщиком, что может побудить вас рассмотреть альтернативного поставщика, что вы знаете о «Шелл»/“Shell” и каково ваше мнение о «Шелл» как о поставщике)

Выявить **мотивацию клиента** к смене поставщика. (каков ваш процесс принятия решений и кто в нем участвует, какие критерии выбора используются для выбора поставщика и что наиболее важно, каковы сроки принятия решения/изменения поставщика, есть ли ключевые вехи/предстоящие мероприятия, которые могут повлиять это)

Предвидеть – что может спросить клиент? Почему мне следует рассмотреть возможность использования «Шелл» в качестве поставщика? Чем вы отличаетесь от других поставщиков? Как вы могли бы помочь мне обеспечить успех моего бизнеса? Какие преимущества или ценности вы бы привнесли в мой бизнес/операции?

ПОДХОД К ПРОДАЖАМ, ОСНОВАННЫЙ НА ЦЕННОСТИ: РАСКРЫТЬ ПОТРЕБНОСТИ



Задачи

- Задавайте вопросы, чтобы раскрыть факты о ситуации клиента
- Задавайте вопросы, чтобы изучить текущие проблемы клиента
- Задавайте вопросы о последствиях для клиента, если проблемы могут быть решены
- Задавайте вопросы о ценности решений, которые будут предоставлены для клиента
- Определите, каковы ключевые движущие силы клиента – какова для них ценность?

Инструменты

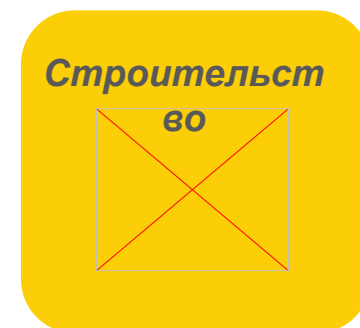
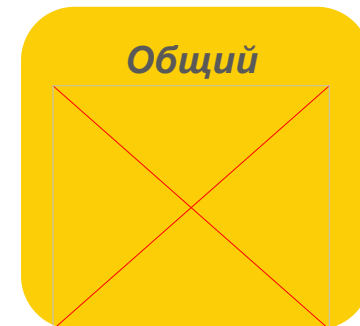
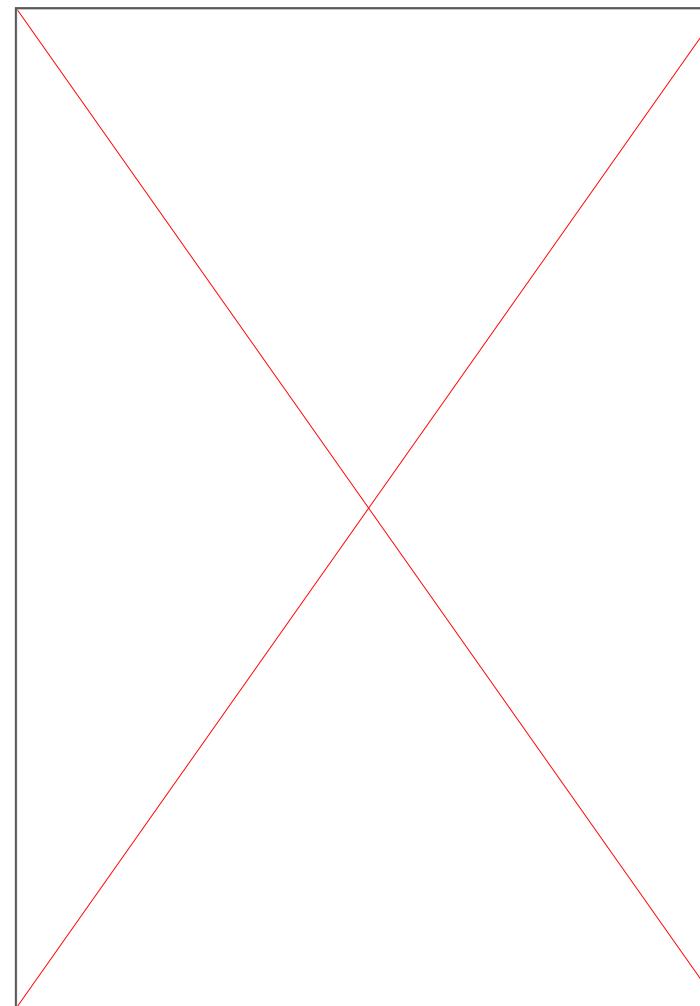
- Лист Обнаружения Сектора
- Отраслевые и прикладные вопросы.

ЛИСТЫ ОТКРЫТИЯ

Понимание операций клиента имеет решающее значение для предоставления решений с добавленной стоимостью.

Вы можете использовать листы обнаружения (**Discovery Sheets**) для получения четких указаний по сбору важной информации. Например:

- Основная информация о компании
- Практика технического обслуживания
- Условия эксплуатации
- Профиль оборудования
- Использование смазочных материалов
- Применение
- InvТребования к инвентарю/упаковке
- Рекомендации по продуктам и услугам



ИЗУЧЕНИЕ ПОТРЕБНОСТЕЙ КЛИЕНТА

Различные типы вопросов могут использоваться для определения бизнес-потребностей вашего клиента и связанных с ним возможностей. Несколько примеров вопросов приведены ниже.

'Так Как Есть' Вопросы:

- Какие проблемы вы испытываете в настоящее время?
- Как долго вы работаете с вашим нынешним поставщиком?

'Нужно' Вопросы:

- Какие изменения вы бы внедрились?
- Что вы хотите услышать от своих клиентов?

Барьерные Вопросы:

- Как бюджет влияет на ваш бизнес?
- Что стоит на вашем пути?

Нуждается в выплате:

- Что бы это значило для вас?
- Как это повлияет на вашу повседневную деятельность?



СТИЛЬ ЗАДАНИЯ ОПРОСОВ

ОТКРЫТО (OPEN) – открывающаяся перспектива, более широкие

ответы без влияния

ЛИДИРУЮЩИЕ – исследуя «почему за чем»

ЗАКРЫТО – «да» / «нет» или короткие ответы

Открытые/наводящие вопросы начинаются с:

Что, Почему, Когда, Кто, Что и Как

5 почему!

ПОДХОД К ПРОДАЖАМ, ОСНОВАННЫЙ НА ЦЕННОСТИ: РАЗРАБОТАТЬ ПРЕДЛОЖЕНИЕ



Задачи

- Соберите соответствующий набор продуктов и услуг, которые обеспечат решение и предложат потребительскую ценность.
- Подумайте, есть ли возможности увеличить стоимость, продавая весь портфель (кросс-продажи) или продукты более высокого уровня в портфеле (допродажи)
- Убедитесь, что предложение максимально увеличивает потенциальную прибыль
- Сообщите о предложении клиенту

Инструменты

- Works 360 Маркетинговые материалы по продуктам и секторам
- Предложения услуг
- Секторальные предложения
- Кросс-продажи и допродажи

ПРЕДЛАГАЕМЫЕ УСЛУГИ

Услуги помогают вам предлагать улучшения, добавляющие ценность, а также укреплять лояльность и удерживать клиентов. Техническая близость к клиентам — мощный инструмент. Исследования показывают, что клиенты ценят услуги!

Вот несколько услуг «Шелл», которые вы можете включить в свое предложение клиенту.

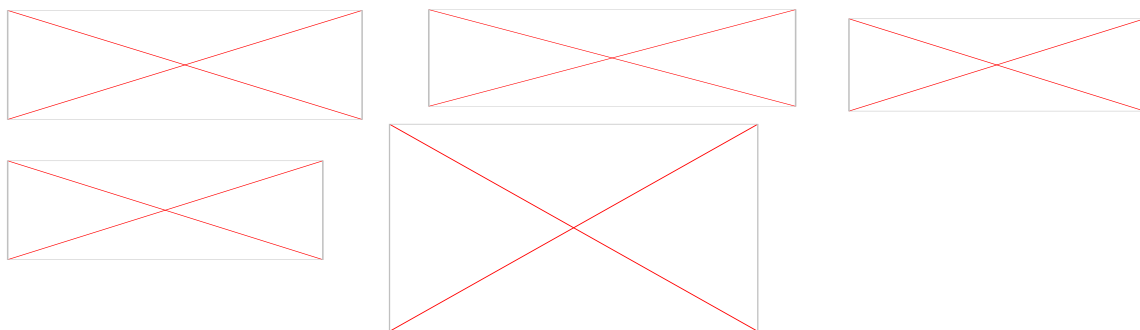
Услуга	Описание	Доставлено...	Доступно	Потребность клиента	Выгода	Комментарии
	Онлайн-рекомендации по смазочным материалам	www.shell.com/lubematch	Все рынки	Основные рекомендации по выбору продукта	Мгновенная, бесплатная рекомендация, душевное спокойствие	Для грузовиков и легких грузовиков / строительная техника для фургонов
	Мониторинг состояния масла и оборудования	Лаборатории и веб-сайт + консультация Shell Tech	Все рынки	Более высокая загрузка/производительность оборудования	Мониторинг состояния оборудования, оптимизированные сливы масла, сокращение времени простоя	Все образцы заряжены

LubeExpert
LubeChat

Команда D-FLTS предоставляет расширенные знания и техническую экспертизу клиентам по сложным техническим требованиям и запросам при поддержке технической команды Shell по всему миру.

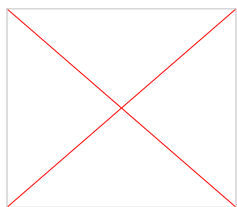
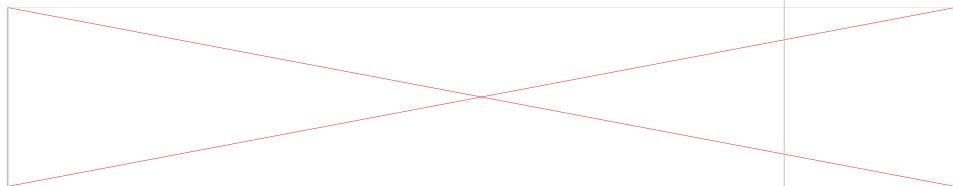
Shell Технический сервис

Наши технические услуги могут помочь вашим клиентам получить существенную выгоду за счет сокращения времени простоя. С помощью этих услуг мы можем работать с вами, чтобы убедиться, что ваш выбор применяется правильно, с правильными программами мониторинга и анализа, чтобы обеспечить эффективную работу оборудования вашего клиента. Это может иметь удивительно большое влияние на бизнес.



БИЗНЕС ЦЕННОСТЬ ТЕРЕС
**ТЕХНИЧЕСКОЕ
ОБСЛУЖИВАНИЕ**

Видеопроверка от Shell



Клиенты экономят:

- **Время простоя**
- **Время людей**

МашинаМакс (MachineMax)

Телематическая система, ориентированная на строительную технику:

- Расход топлива (из-за холостого хода)
- Чрезмерные выбросы углерода
- Потери капитальных/эксплуатационных расходов (включая аренду)
- Плохое обслуживание
- Задержки проекта

Это может работать :

- Любой Производитель Оригинального Оборудования
- Любая модель
- В любом месте
- Без проводки, поэтому можно использовать при аренде

Company name appears here

Датчик Шлюз Облако Machine
MaxCloud Appликация Date Month 2016

Срок службы
батареи
18 месяцев

Работает с датчиками до
100 и диапазоном 5 км/с

Смазочные материалы, Смазка и Техническое обслуживание: ОБЩАЯ ЦЕННОСТЬ СОБСТВЕННОСТИ



ПЕРЕКРЕСТНЫЕ ПРОДАЖИ – ПРЕИМУЩЕСТВА ДЛЯ ВАШЕГО БИЗНЕСА?

Продажа больше товаров одному и тому же клиенту окупается.

Кросс-продажи:
Повышает удовлетворенность и лояльность клиентов

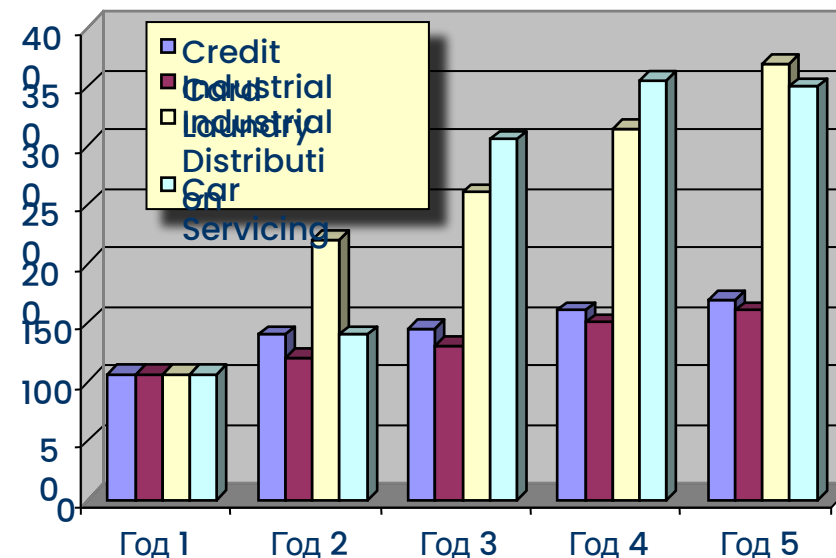
Повышает рентабельность и доход

- Единый магазин, снижает чувствительность клиентов к ценам
- Нишевые продукты требуют более высоких цен/маржи, чем товары с большим объемом продаж

Более низкие цены в вашем бизнесе дают конкурентное преимущество

Индекс Прибыли (Год 1 = 100)

Прибыль, полученная от существующих клиентов с течением времени



Reicheld, Sasser, Jr., *Harvard Business Review*

Привлечение нового клиента обходится в среднем в 5-6 раз дороже, чем реализация стратегии для удержания существующего.

ПРОДАЖА — ЧТО ПОЛЕЗНО ДЛЯ ВАС И ДЛЯ ВАШИХ КЛИЕНТОВ?

Улучшенная маржа	Продукты высшего уровня имеют более высокую удельную маржу, чем основные продукты, как правило, не менее чем в два раза.
Рыночные возможности	Рынок высшего уровня вероятнее будет расти в 10 раз быстрее, чем традиционных уровней.
Дифференциация конкурентов	Продукты высшего уровня имеют больше точек дифференциации и более веские причины доверия, чем основные продукты.
Продукты предлагают дополнительные преимущества для наших клиентов	Продукты высшего уровня предлагают покупателю дополнительные преимущества по сравнению с обычными сортами.
Технологическое лидерство	Продукты высшего уровня дают возможность развивать более тесное техническое партнерство с клиентами.
Техническая необходимость для предотвращения простоев	<ul style="list-style-type: none">• Условия окружающей среды• Эксплуатационные проблемы — слишком большие межсервисные интервалы для обычных минеральных масел
Технические характеристики Производителя Оригинального Оборудования	Некоторые указывают только продукты высшего уровня
Снижена стоимость содержания транспортных средств	Клиент получает измеримые финансовые преимущества, такие как сокращение времени простоя, повышение эффективности топливной экономичности, увеличение интервалов замены масла, снижение затрат на техническое обслуживание и сокращение отработанного масла и затрат на его утилизацию.

ПОДХОД К ПРОДАЖАМ, ОСНОВАННЫЙ НА ЦЕННОСТИ: ПОКАЗАТЬ ЦЕННОСТЬ



Задачи

- Обеспечьте релевантные и подходящие отличительные черты и «причины полагать».
- Покажите, как создается ценность (маркетинговые материалы, инструменты оценки стоимости).
- Покажите, что решение одобрено (разрешения Производителей Оригинального Оборудования).
- Покажите, где мы это делали раньше: Записи Продемонстрированной Стоимости (DVRs).
- Приведите примеры удовлетворенности клиентов (отзывы).

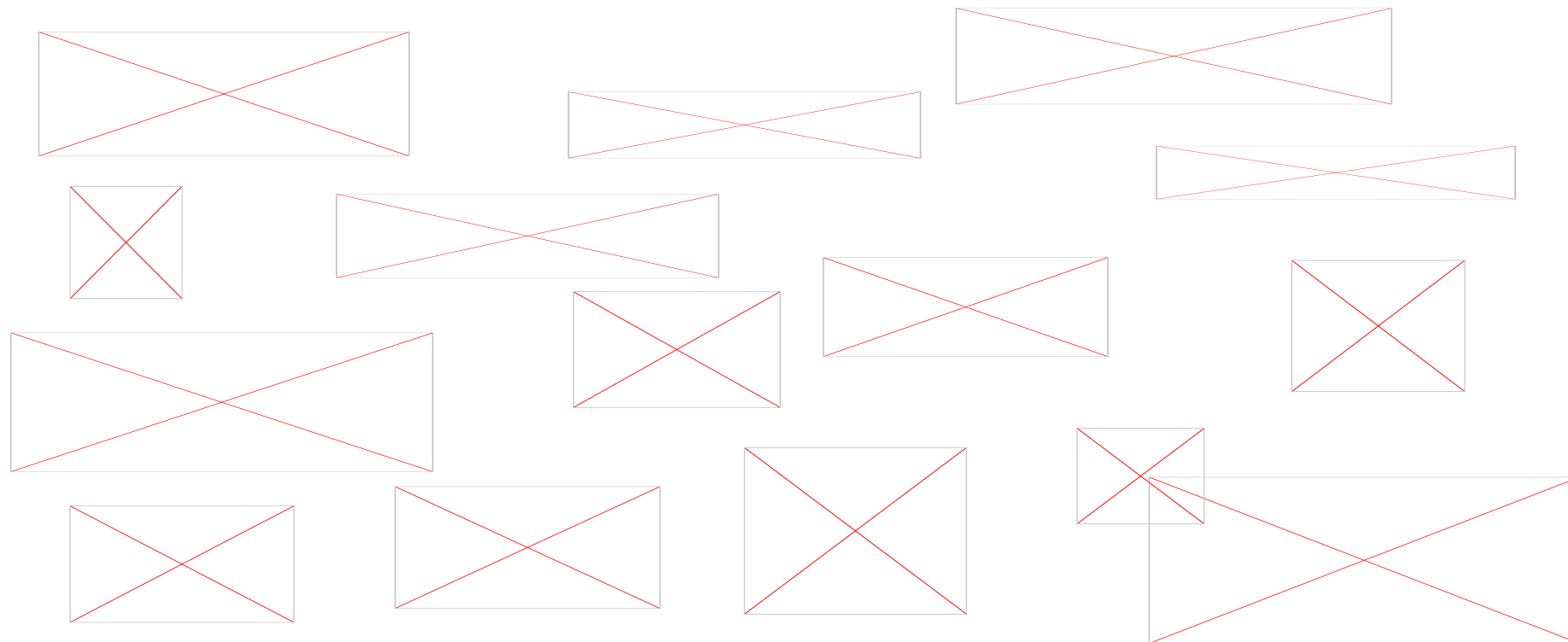
Инструменты

- Маркетинговые материалы
- разрешения Производителей Оригинального Оборудования
- Записи Продемонстрированной Стоимости (DVR)
- Инструменты оценки стоимости

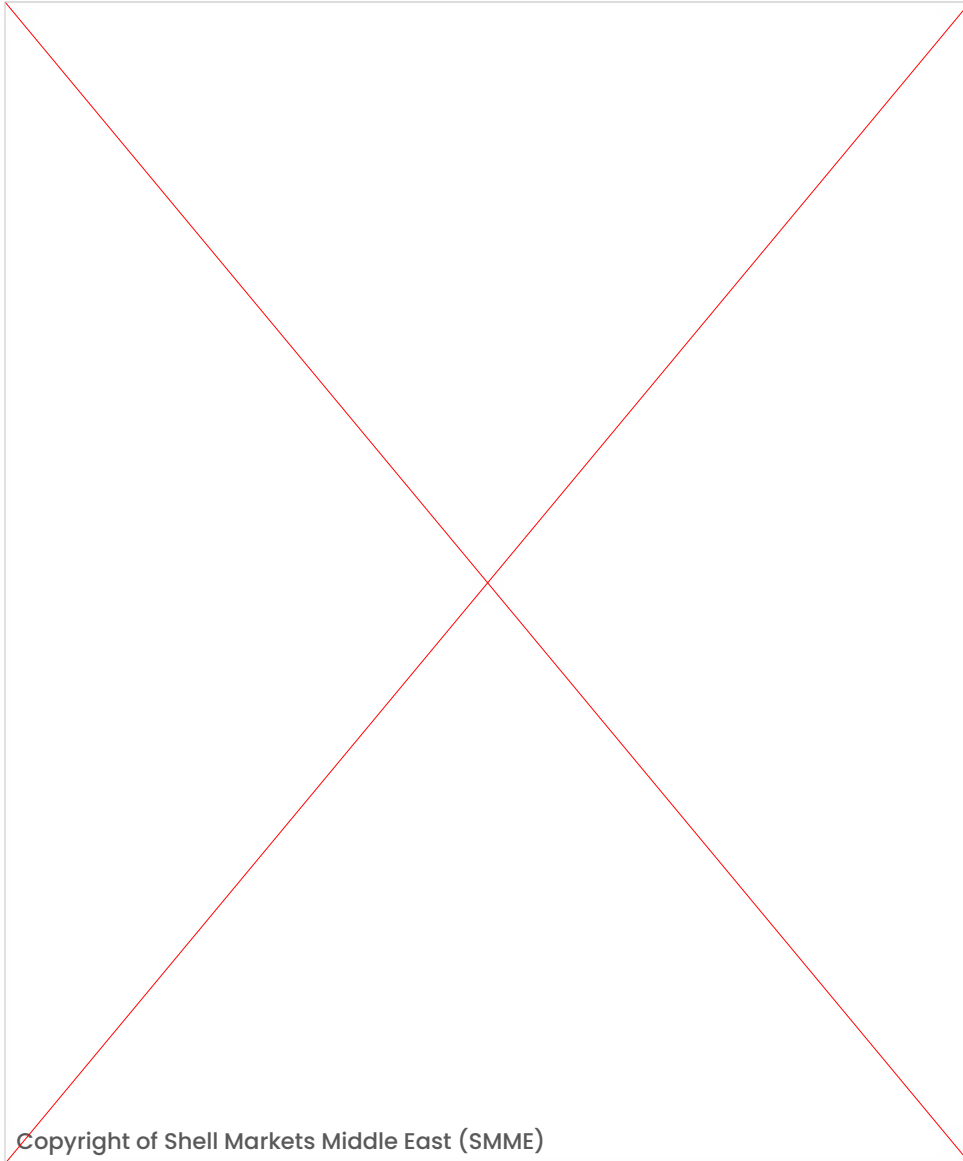
Доступно от
**Shell Industry
Pro**

Утверждение от Производителей Оригинального Оборудования

МЫ СОТРУДНИЧАЕМ С КОМПАНИЯМИ ДЛЯ РЕШЕНИЯ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ ПРОБЛЕМ:



Записи Продемонстрированной Стоимости (DVR)



Название Компании: Аль-Джабер Лизинг Сервисиз
(Al Jaber Leasing Services)

Производитель Оригинального Оборудования:
Кенворт Треки (Kenworth Tracks)

Страна: Объединенные Арабские Эмираты

Ежегодное сбережение: **US\$ 234,657.06**

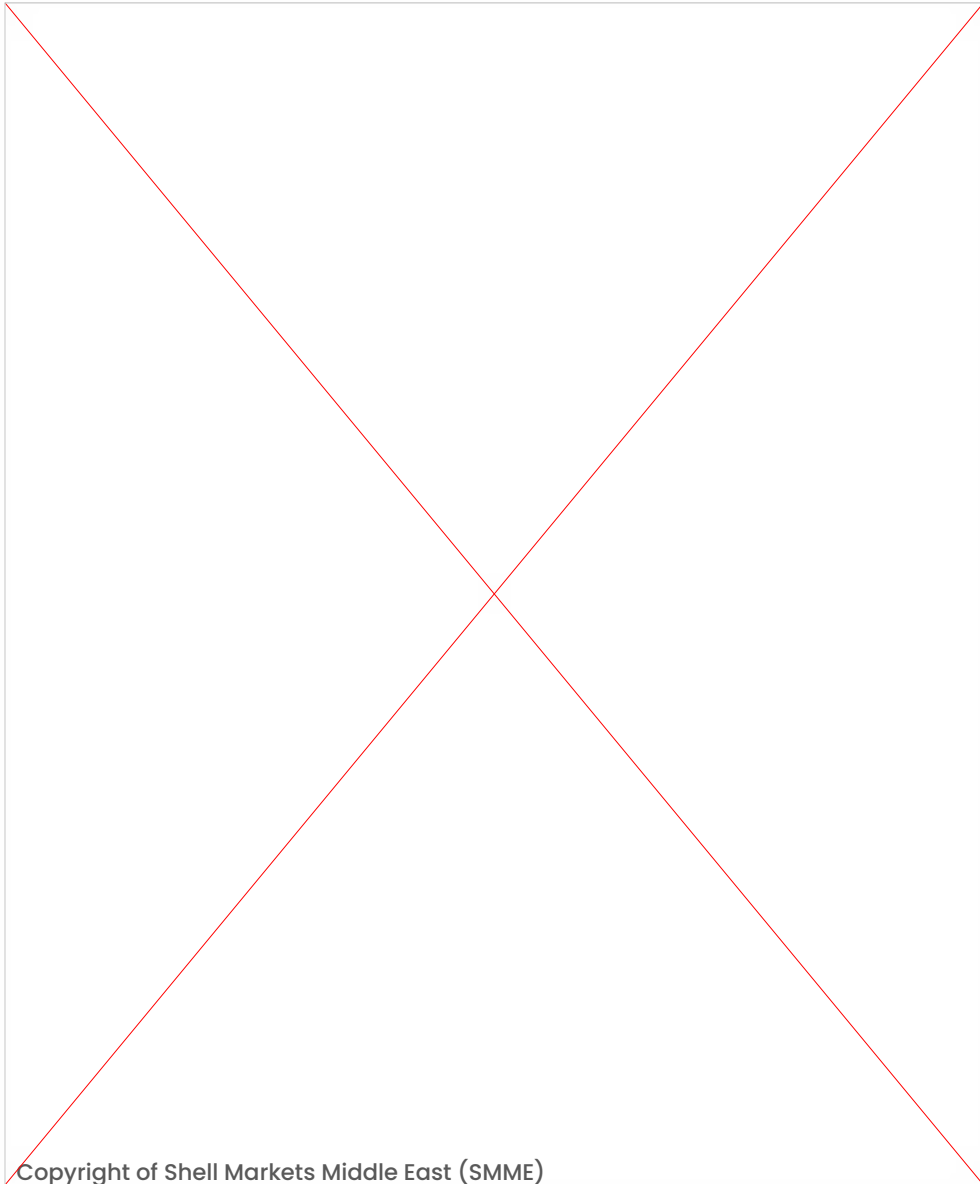
Решение:

Увеличение интервала замены масла с 7,000 км до 15,000 км:

- Shell Rimula R4 X 15W40
- Услуга Shell LubeAnalyst

Сектор строительства и автопарк

Записи Продемонстрированной Стоимости (DVR)



Название Компании: RAK Ceramics

Производитель Оригинального Оборудования:
Гидравлические прессы SACMI (SACMI-Hydraulic Pressers)

County: Объединенные Арабские Эмираты

Ежегодное сбережение: **US\$ 371,106.18**

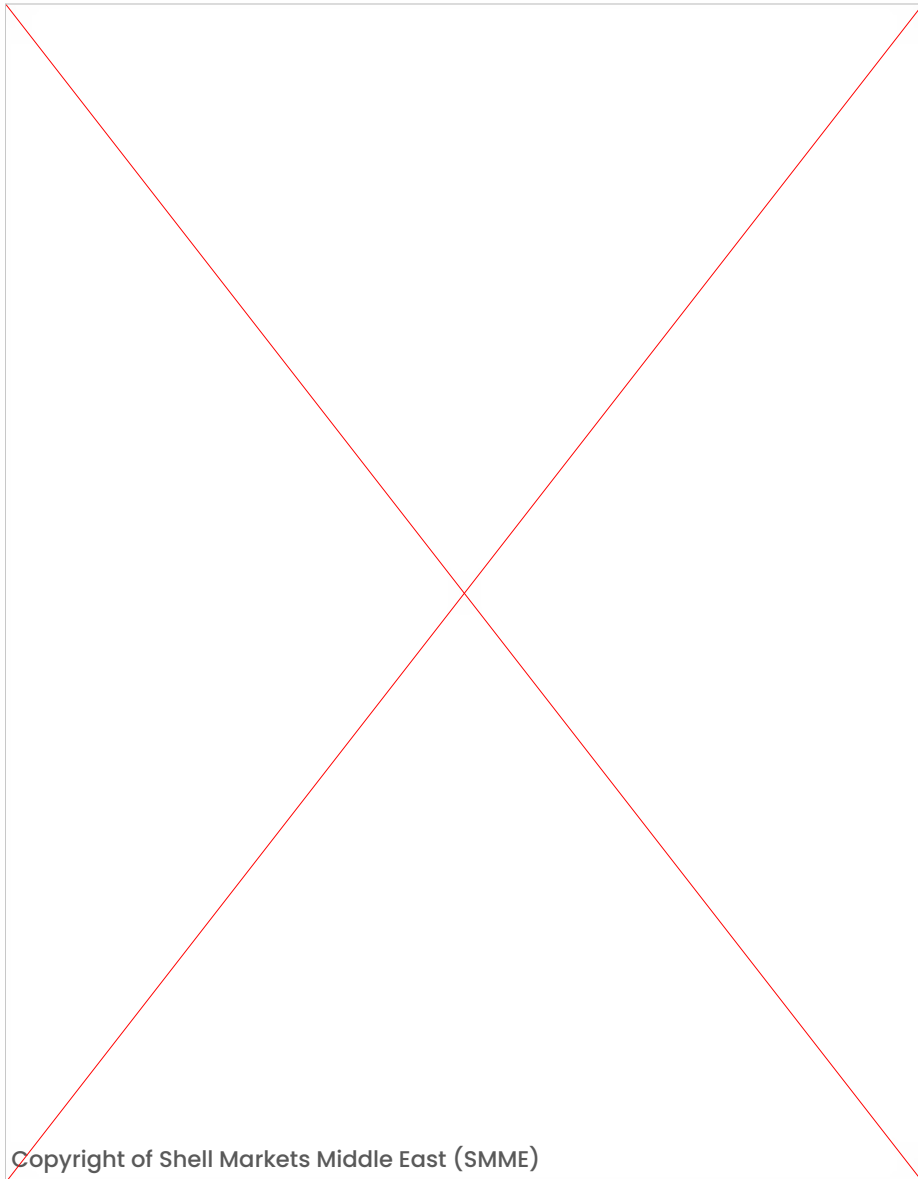
Решение:

Увеличение интервала замены масла с 2,000 часов до 6,000 часов:

- Shell Tellus S3 M 46
- Услуга Shell LubeAnalyst

Общее Производство

Записи Продемонстрированной Ценности (DVR)



Название Компании: Свайдан Трейдинг (Swaidan Trading)

Производитель Оригинального Оборудования: “VDL Buses”

Страна: Объединенные Арабские Эмираты

Ежегодное сбережение : **US\$ 290,375**

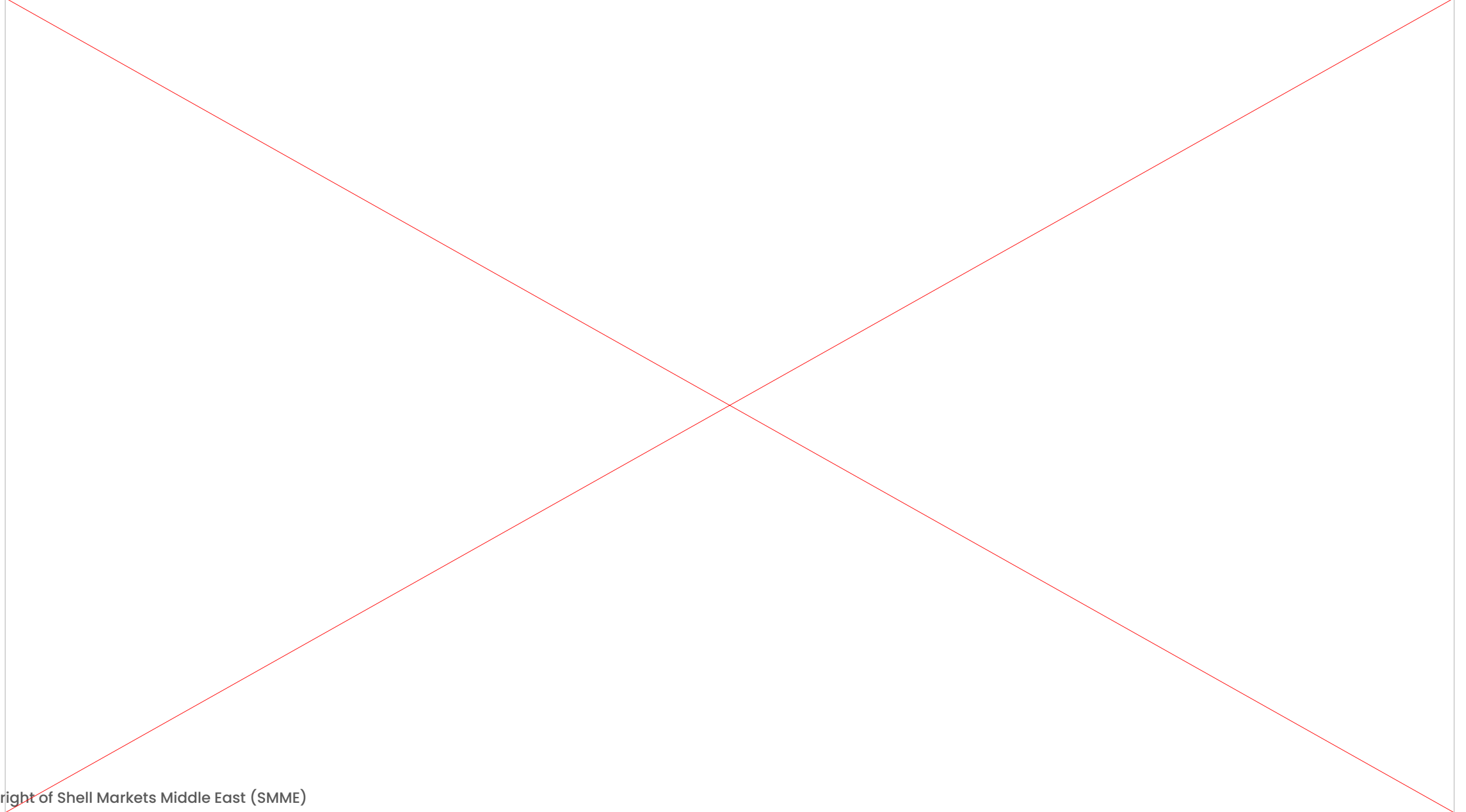
Решение:

Увеличение интервала замены масла с 15 000 км до 30 000 км.

- Shell Rimula R6 LM
- Услуга Shell LubeAnalyst

Автопарк

Гадус (Gadus) S3 V460 D2-ALES-DVR (Записи Продемонстрированной Стоимости (DVR))



ЗАПОМНИТЬ

При выборе Продемонстрированной Ценности (DVR) для конкретного клиента, Продемонстрированная Ценность (DVR) должна быть релевантной для клиента.

Сектор/регион (условия эксплуатации)

Товар

Производители Оригинального Оборудования

Также

Обратите внимание на расчет стоимости для выбранной Продемонстрированной Ценности (DVR) и разбивка сберегательной стоимости, поскольку обычно большинство людей задаются вопросом, как было рассчитано это число?!

Value Estimation Tools

Инструментом Оценки Ценности
является
Расчет сравнения между сбережениями
вызванный переходом на новый продукт

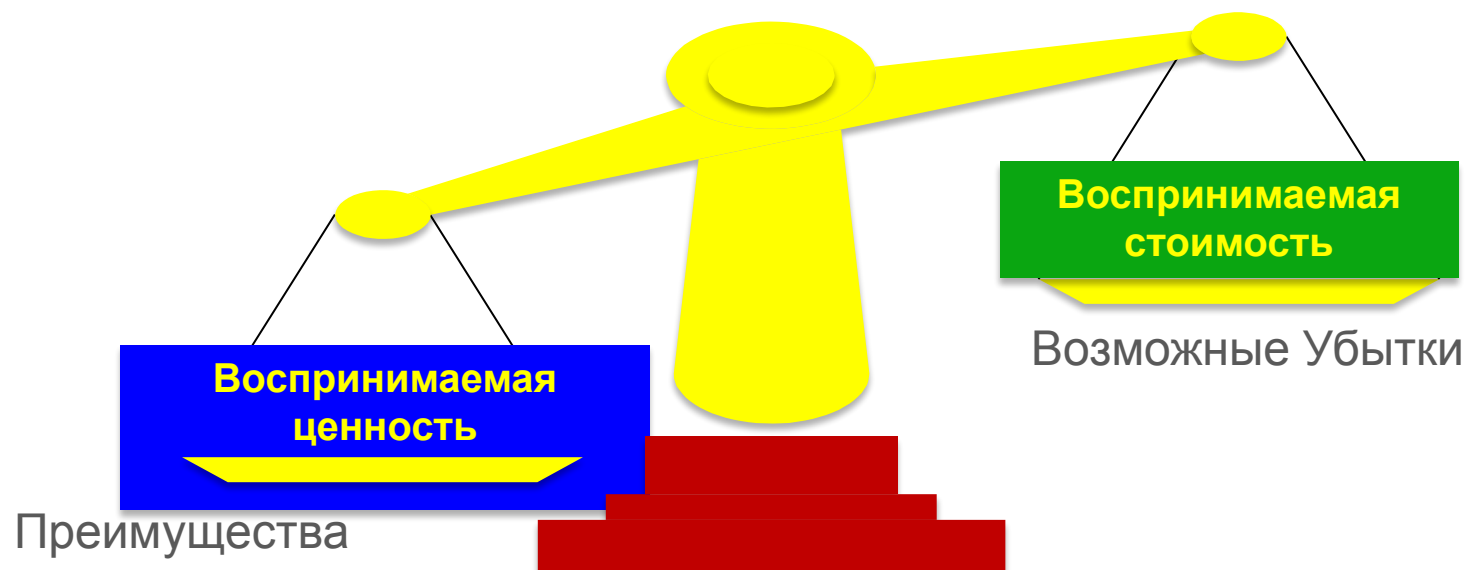
Стоимость смазочного материала из-за увеличенного интервала замены или смазки

Стоимость Рабочей Силы

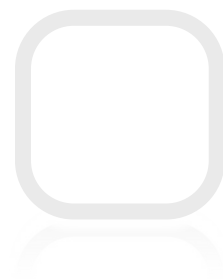
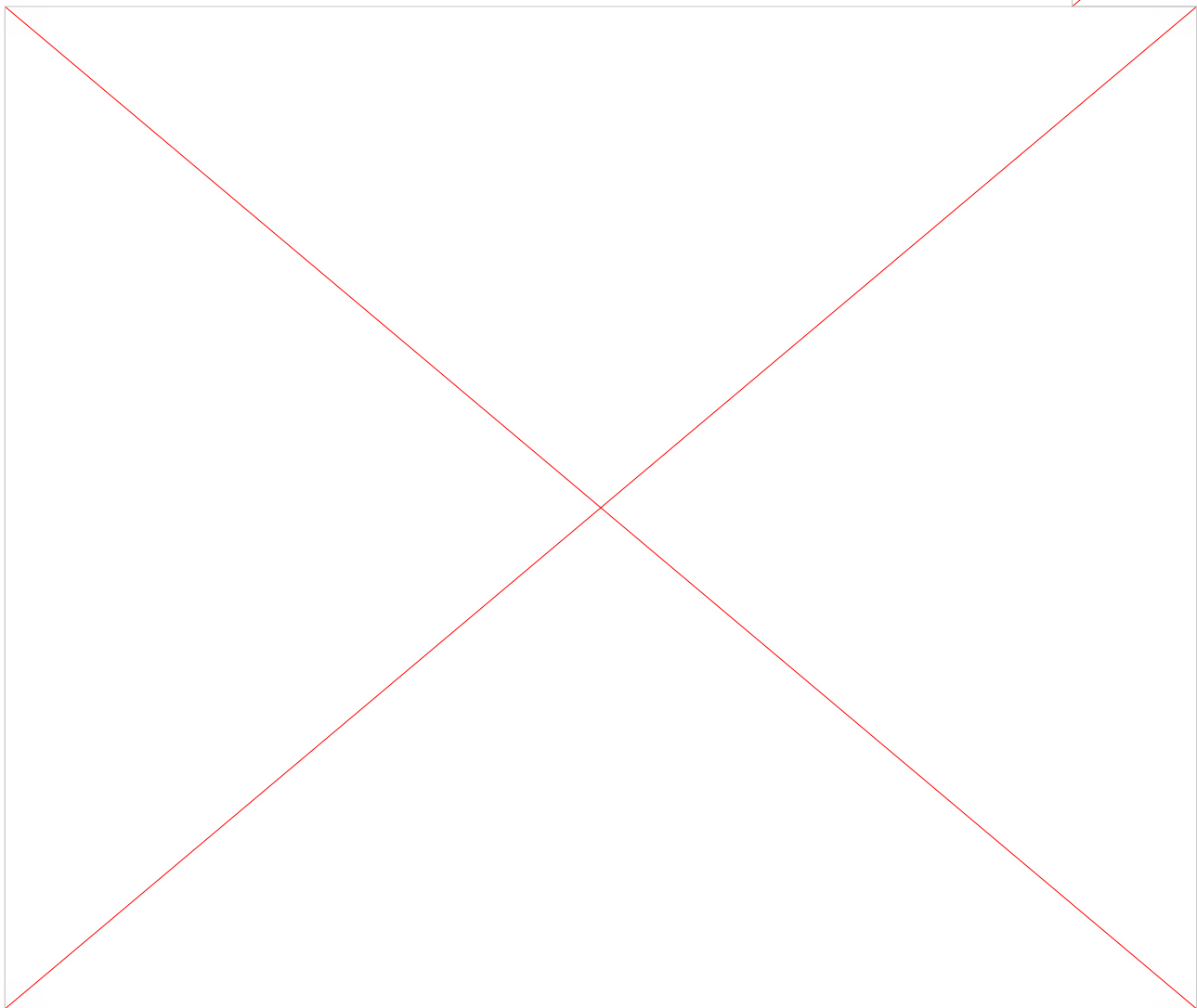
Стоимость расходных материалов (Фильтры / подшипник)

Стоимость производственных потерь

Воспринимаемая стоимость



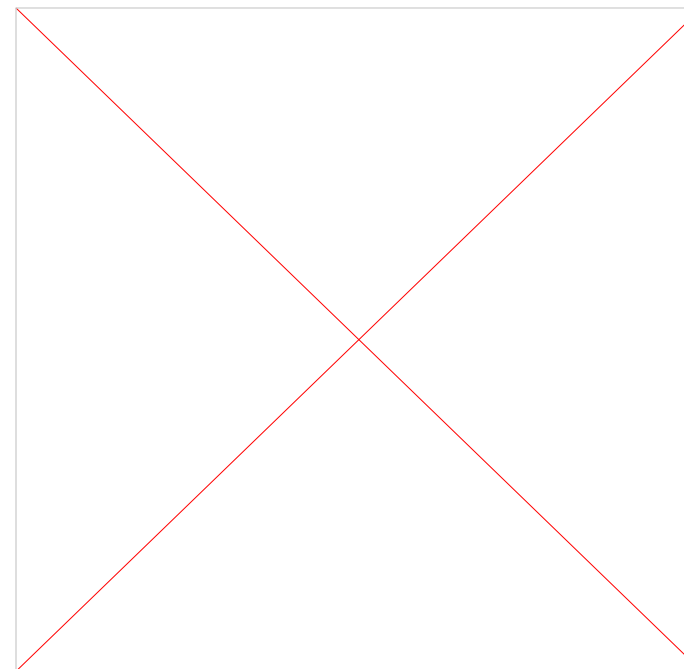
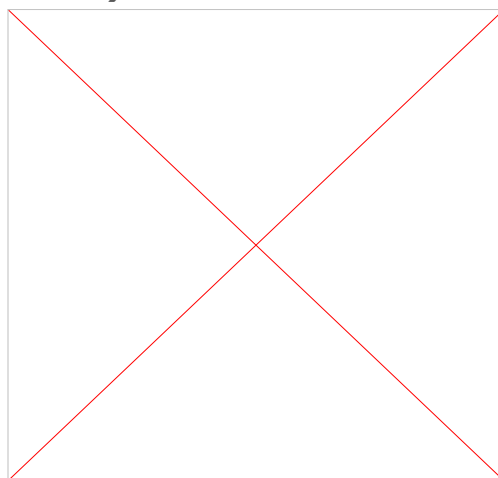
Пример Продажи Ценности – В2В



Давайте поиграем в небольшую игру!

Соедините девять точек четырьмя прямыми линиями, не отрывая ручки от бумаги.

(занятие на 5 мин)



**Когда дело доходит до демонстрации ценности
"Думайте Нестандартно!"**

Компания X ПРИМЕР ИЗ ПРАКТИКИ

ПРОФИЛЬ
КОМПАНИИ

- Известна как крупнейшая компания по управлению отходами в ОАЭ с историей с 1935 года, с более чем 12 000 сотрудников и автопарком из 180 грузовиков, обслуживающих все ОАЭ
- Компания широко известна своим устойчивым подходом и инновациями, которые помогли ей стать основным партнером EXPO 2020

СБОЙ

- Компания была клиентом Еррсо (NOC) в течение последних 18 лет, установив прочные отношения, но сбой произошел, когда компания "Shell" предложила устойчивое партнерство вместе с продуктом на основе GTL, соответствующим программе устойчивого развития компании X.

50%

Снижение расхода масла за счет увеличения интервала замены масла (ODI) до 20 000 км/с с использованием Rimula R5E 10W40.

Снижение расхода топлива при использовании Rimula R5E 10W40
Кобрендинговые рубашки для водителей грузовиков будет поставлять Shell, полностью рециркулированные из собранных отходов от компании X

1%

200

План совместной кампании по устойчивому развитию, используя распространение и каналы для Shell и компании X

УСТОЙЧИВОСТЬ
SHELL
CVP

Результат: **Контракт на поставку**

Соглашение на поставку смазочных материалов на 3 года объемом 300 кл и подписание меморандума о взаимопонимании для партнерства для устойчивого развития



ТРЕХЭТАПНЫЙ ПРОЦЕСС

Выполните этот трехэтапный процесс, чтобы продемонстрировать клиенту ценность вашего предложения..

Шаг 1

- Покажите как создается ценность.
- Подчеркните связь между вашим предложением и потребностями клиента.

Шаг 2

- Покажите маркетинговые материалы, демонстрирующие как продукты и услуги «Шелл» / “Shell” приносят дополнительную пользу бизнесу клиента..
- Например:
 - производители оригинального оборудования
 - Записи Продемонстрированной Стоимости (DVR)

Шаг 3

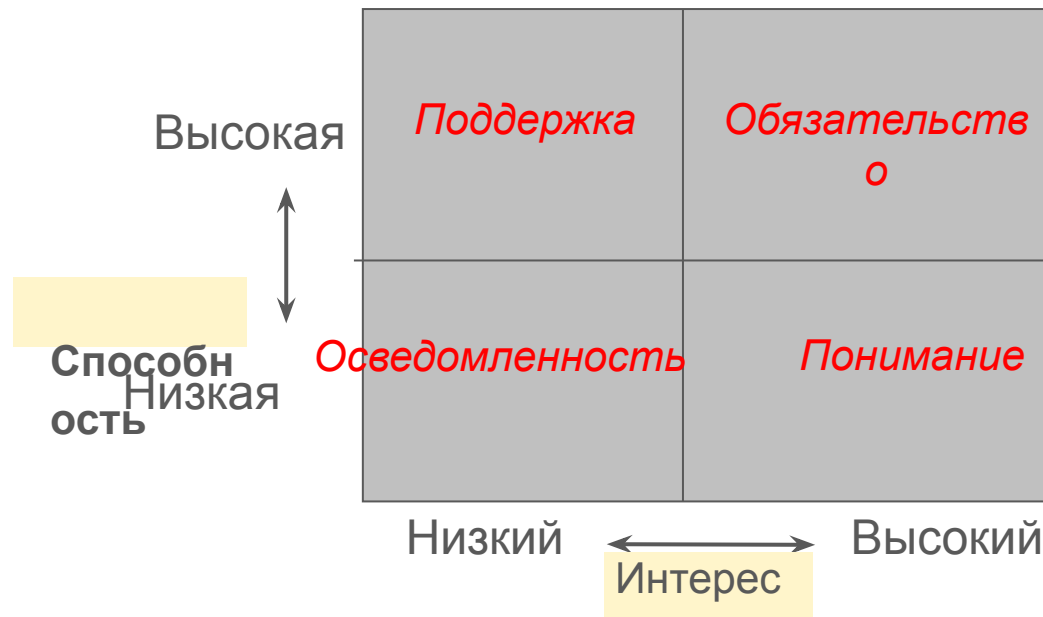
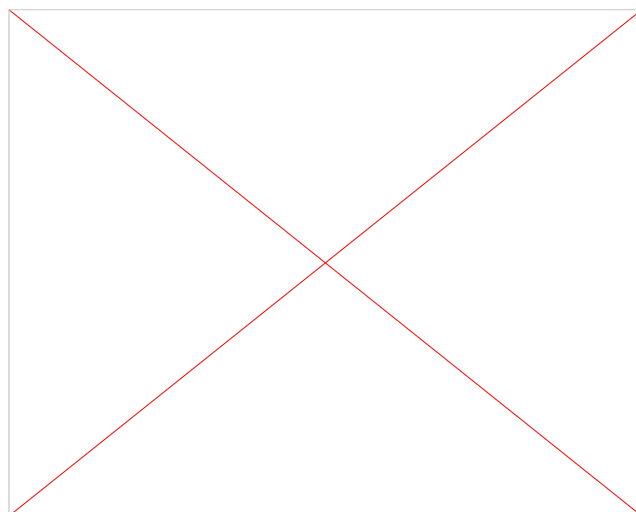
- Продемонстрируйте в денежном эквиваленте цифры по отношению к значению, чтобы сделать его реальным.
- Используйте инструменты оценки стоимости (например, калькуляторы стоимости), чтобы определить это значение.

ПЕРЕДАЧА ЦЕННОСТИ НУЖНЫМ ЗАИНТЕРЕСОВАННЫМ СТОРОНАМ

Пример

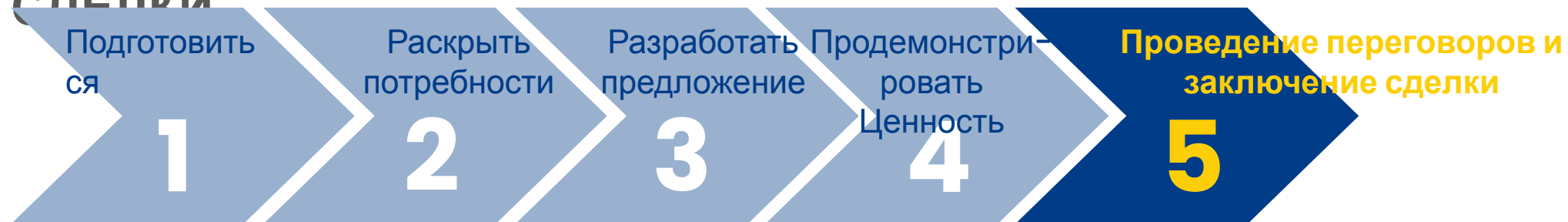
Директор / Генеральный Директор / Генеральный Менеджер (менеджмент)	Менеджер по закупкам	Операционный / Технический / Инженерный Менеджер	Менеджер по Устойчивому Развитию
<ul style="list-style-type: none">• Цель максимизировать доход акционеров• Повышение операционной эффективности и оптимизация процессов• Забота об имидже компании• Обеспечьте соблюдение законов и правил	<ul style="list-style-type: none">• Поиск конкурентоспособных цен – обычно их ключевые показатели эффективности ориентированы на сокращение расходов• Надежное снабжение является первостепенной задачей.• Не хотите беспокоиться о топливе – считайте его товаром	<ul style="list-style-type: none">• Обеспечить бесперебойную поставку топлива• Простота операций – эффективная заправка• Стремитесь к максимальной доступности оборудования и производительности	<ul style="list-style-type: none">• Улучшить имидж / репутацию компании• Поиск способов уменьшить выбросы CO2• Обеспечьте соблюдение законов и правил
Сокращение затрат / улучшение репутации / увеличение бизнеса	Сокращение расходов на топливо	Снизить стоимость владения / повысить эффективность / продлить время работы	Соблюдайте правила / улучшайте репутацию

Анализ Акционеров



Кто	Как
Обязательство – Высокая способность (власть), люди с большим интересом	Это люди, которых вы должны полностью заинтересовать и приложить максимум усилий, чтобы удовлетворить их потребности.
Поддержка – Высокая способность (власть), менее заинтересованные люди	Приложите достаточно усилий, чтобы они остались довольны, но не настолько, чтобы им стало скучно от вашей информации.
Понимание – Низкая способность (власть), люди с большим интересом	Держите этих людей в курсе и поговорите с ними, чтобы убедиться, что не возникает серьезных проблем. Эти люди часто могут быть очень полезны для деталей вашего проекта.
Осведомленность – Низкая способность (власть), менее заинтересованные люди	Опять же, следите за этими людьми, но не перегружайте их чрезмерным общением.

ПОДХОД К ПРОДАЖАМ, ОСНОВАННЫЙ НА ЦЕНЕ : ПРОВЕДЕНИЕ ПЕРЕГОВОРОВ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ СДЕЛКИ



Задачи

- Предвидеть и преодолевать возражения
- Заключение сделки

Инструменты

Повторно используйте инструменты, демонстрирующие ценность, если они соответствуют потребности и возражению.

ВАЖНО ПОМНИТЬ (1/3)

- Будьте гибкими и адаптируемыми — задавайте правильные вопросы, слушайте ответы и будьте готовы отвечать.
- Не предполагайте, что вы знаете в чем заключаются проблемы вашего клиента. Используйте свои знания, чтобы привлечь их внимание, но не заявляйте о том, что вы можете сделать, пока не поймете, что им нужно.
- Пусть они говорят о себе и своем бизнесе, но не отвлекайтесь — поддерживайте беседу в актуальном состоянии.
- Создавайте взаимопонимание на ранней стадии, во время вашего общения с клиентом.
- Используйте вопросы **«Как есть»**, **«Должно быть»**, **«Барьер»** и **«Выплата потребностей»** чтобы вести дискуссию в правильном направлении.

ВАЖНО ПОМНИТЬ (2/3)

- Продемонстрируйте своим клиентам, как сотрудничество с вами улучшит их бизнес сейчас и в будущем.
- Покажите клиенту, что вы на его стороне и понимаете его проблемы.
- Задавайте им вопросы и внимательно слушайте, что вам говорят.
- Составьте предложение, отражающее ваше понимание проблем, которые могут улучшить жизнь вашего клиента.
- Продемонстрируйте, что ваши предложения могут быть эффективными.
- Спокойно реагируйте на их сомнения, нервозность и скептицизм по отношению к переменам.

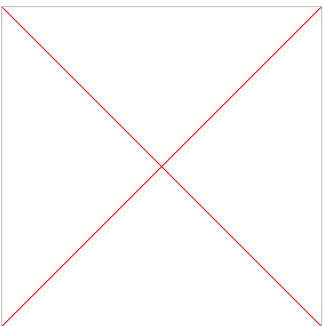
ВАЖНО ПОМНИТЬ (3/3)

- **Ценность** нашего предложения часто намного превышает **стоимость** нашей продукции для клиента.
- Для оценки стоимости требуется подробная информация о деятельности заказчика. **Как мы получаем эту информацию — задавая правильные вопросы клиенту.**
- Нам нужно сосредоточиться на **преимуществах ценности**, но часто полезно иметь возможность объяснить, как они возникают — из конкретных технических характеристик наших продуктов или услуг — причины чтобы поверить.
- Мы должны **предвидеть возражения** и быть готовыми с аргументами для их предоставления.
- Нам необходимо использовать доступные маркетинговые материалы, чтобы привести убедительные доводы: подсчёты стоимости, Продемонстрированная Ценность (DVR), истории успеха, отзывы, примеры, рекомендации производителей оригинального оборудования и т. д. **Помните, доказательства ПОРАЖАЮТ сомнения!**

ЗАКЛЮЧИТЕЛЬНЫЕ ЗАМЕТКИ

Ключевые выводы:

- Получите правильное представление об основах.
- Слушайте что говорят ваши клиенты.
- Используйте все ресурсы, которые у вас есть – те, которые предоставляет «Шелл» (Shell) и ваши собственные.
- Сосредоточьтесь на кросс-продажах и дополнительных продажах.
- Бросьте вызов вашим клиентам.
- Предлагайте решения с добавленной стоимостью.

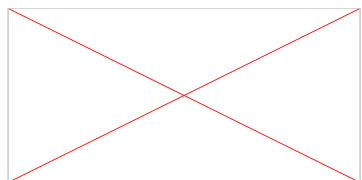
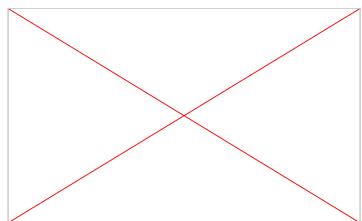
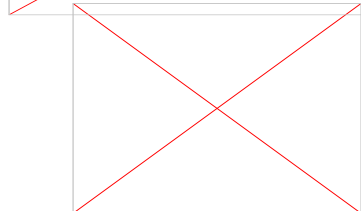
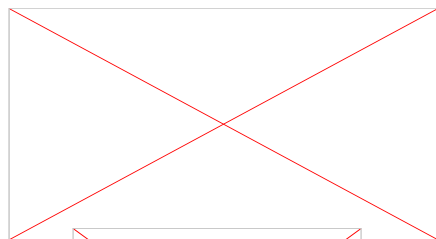


Портфолио

Матрица защиты Shell Rimula

Энергетическая защита

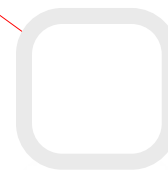
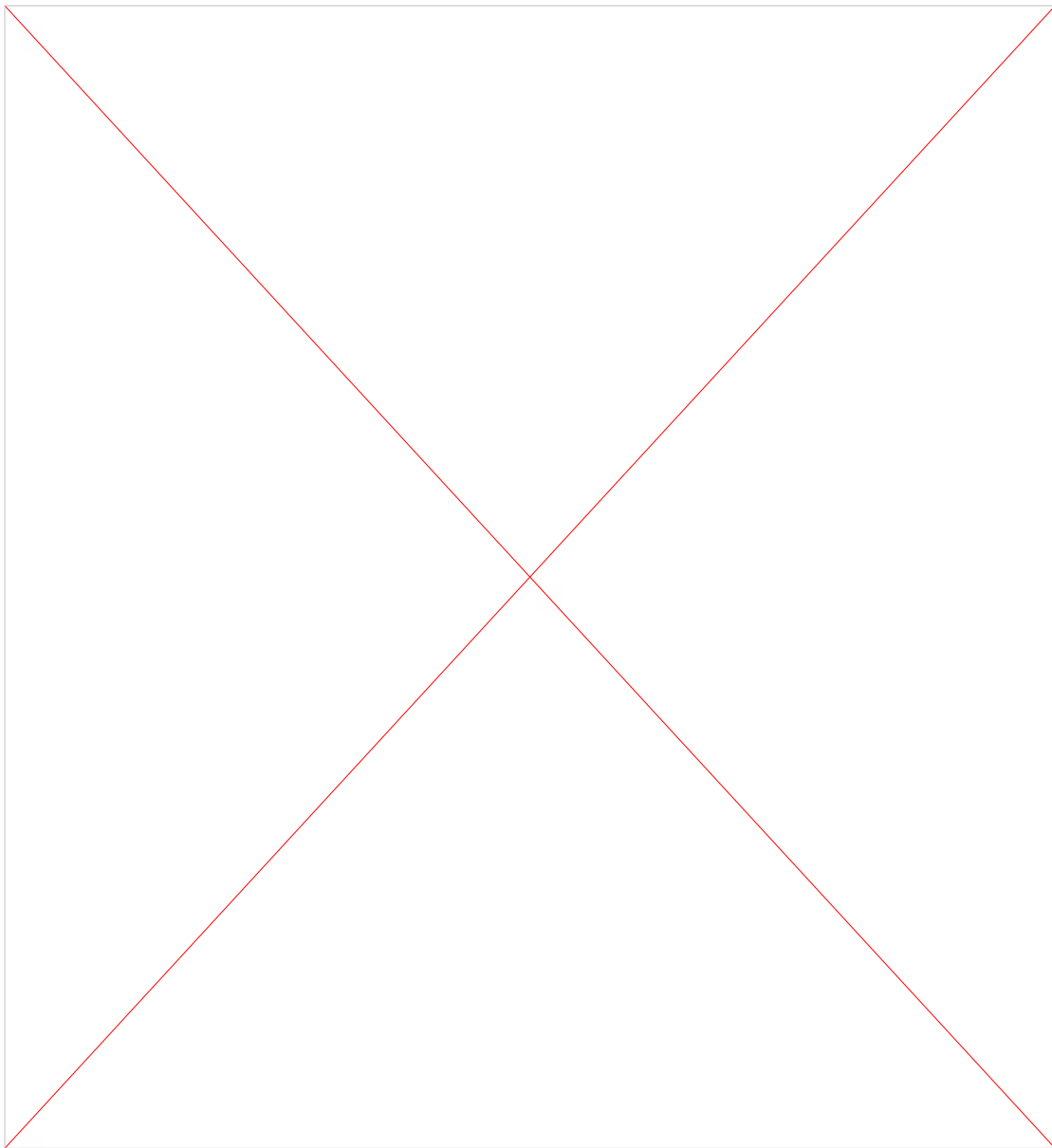
Адаптация к изменяющимся потребностям вашего двигателя



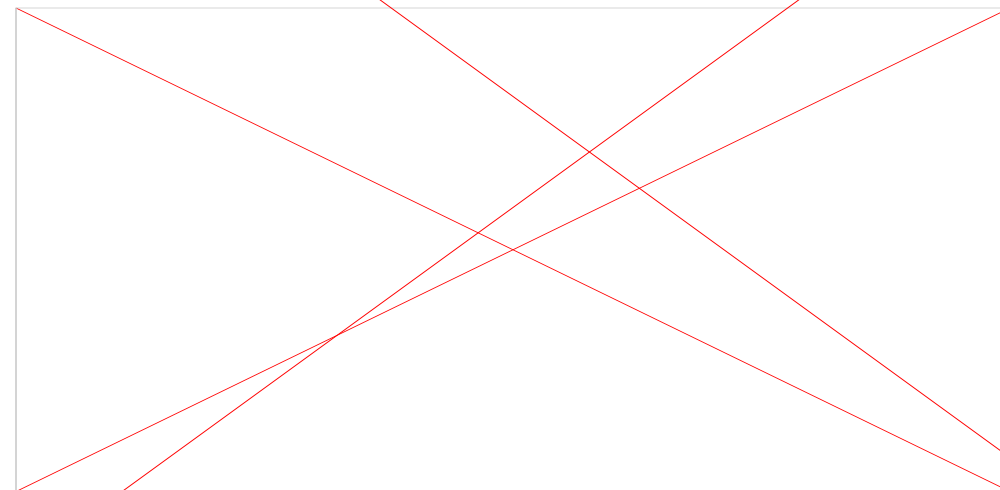
R6LM	Кислота/Коррозия	Грязь и Отложения	Износ	Выхлоп
R6M	Кислота/Коррозия	Грязь и Отложения		Износ
R4 X	Кислота/Коррозия	Грязь и Отложения		Износ
R2	Кислота/Коррозия	Грязь и Отложения		Износ

CJ-4

Shell Tellus



Industry Pro



Полное сравнение доступно через :

- **Графики для разных классов**
- **Фото**
- **Видео**
- **3D-моделирование**

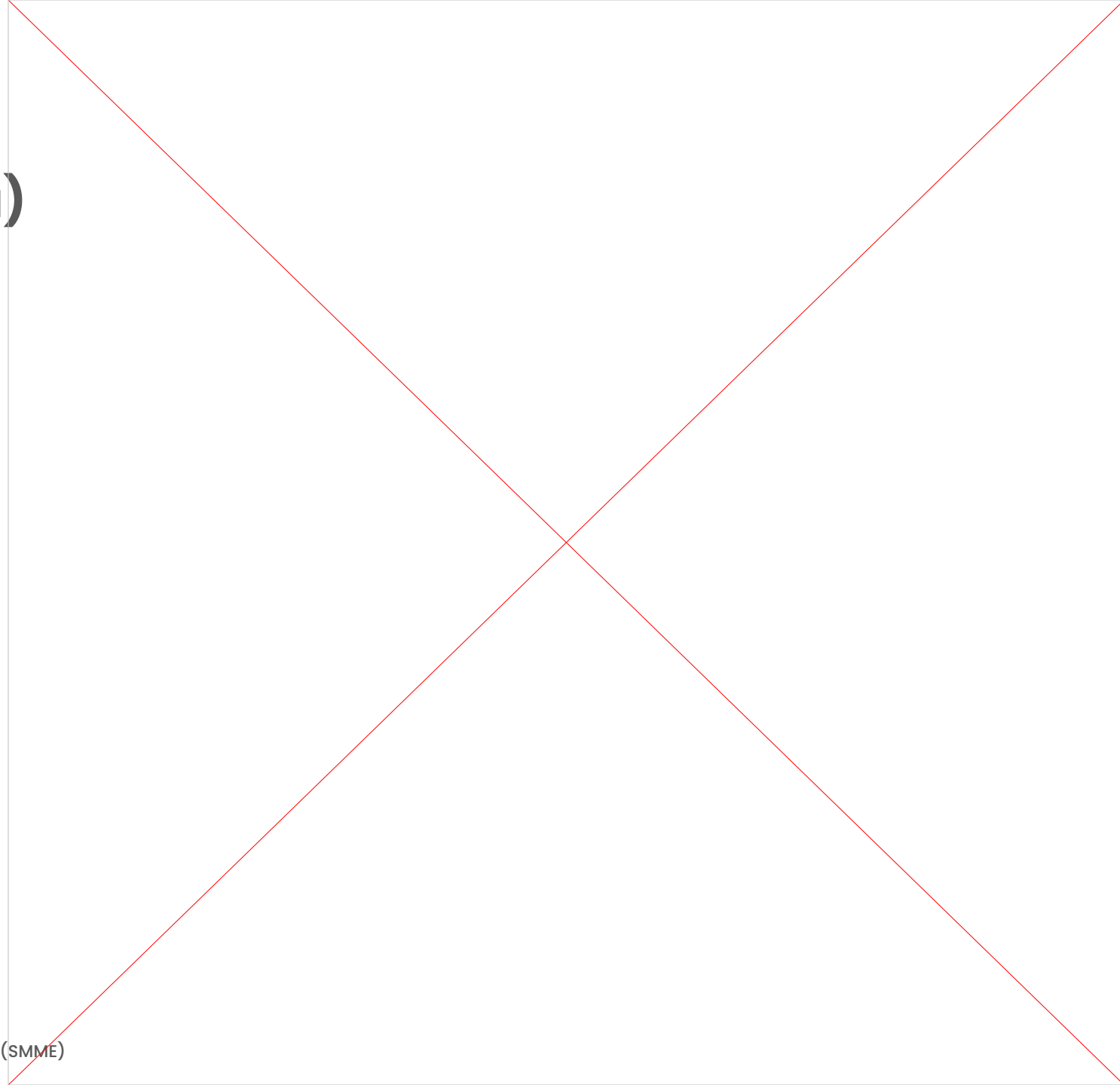
Это доступно для всех линеек продукции

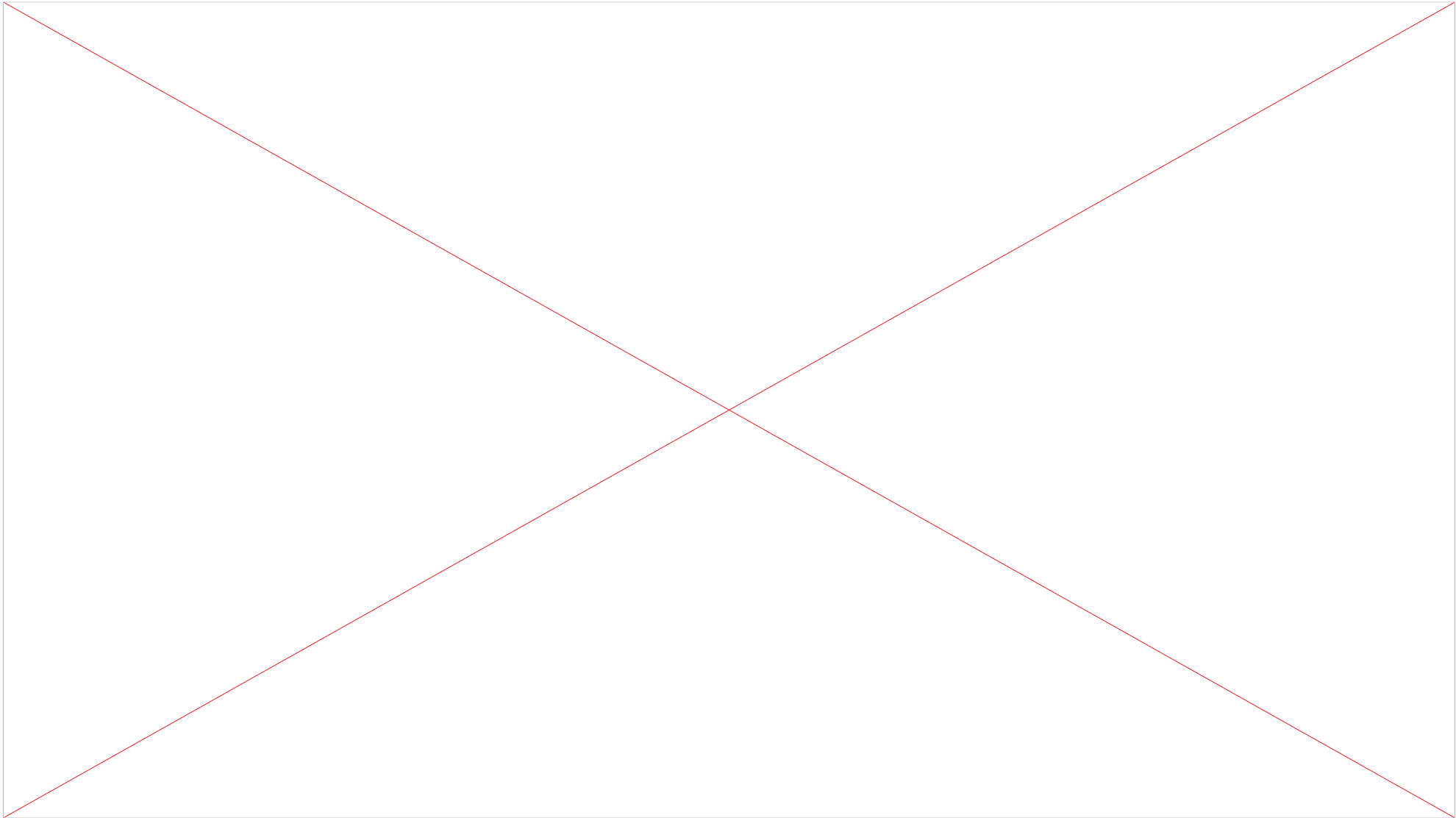


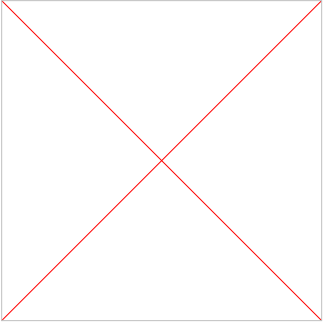
Шелл Омала (Shell Omala)



Шелл Корена (Shell Corena)







Проект 360

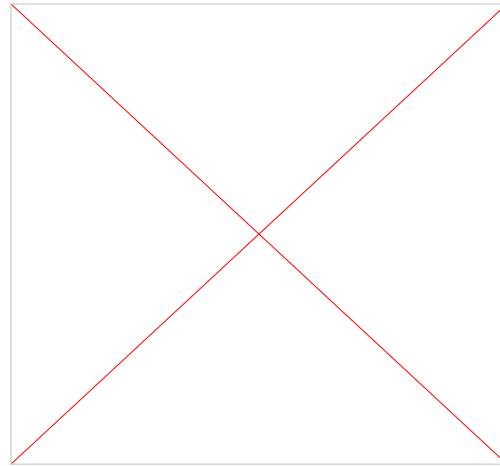
Строительство и парк

Аль Моханад Аль Надаби (Al Mohanad Al Nadabi)
Технический консультант по смазочные материалы

Семинар о Продажи Ценности 2020

МУСКАТ, ОМАН 17 и 18 февраля 2020 г

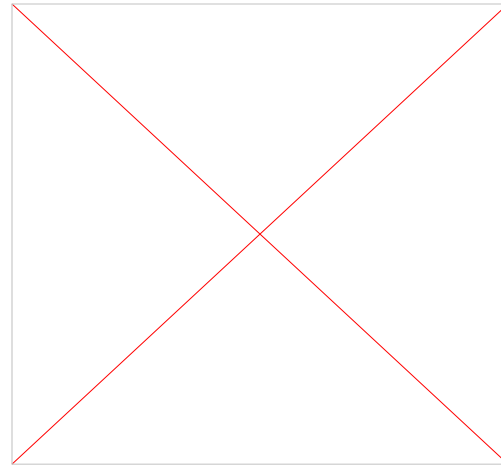
ТОП УЧАСТНИК на 1 МЕСТЕ



Семинар о Продажи Ценности 2020

МУСКАТ, ОМАН 17 и 18 февраля 2020 г.

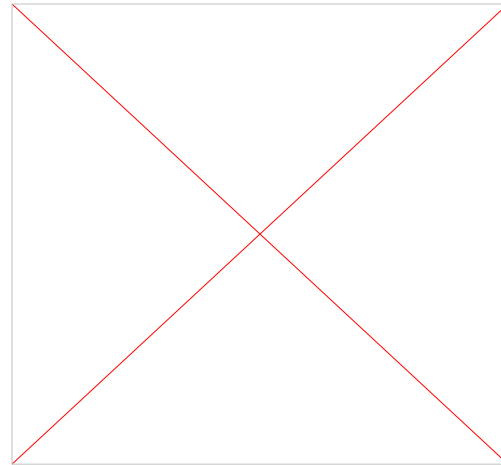
ТОП УЧАСТНИК на 2 МЕСТЕ



Семинар о Продажи Ценности 2020

МУСКАТ, ОМАН 17 и 18 февраля 2020 г.

ТОП УЧАСТНИК на 3 МЕСТЕ



Семинар о Продажи Ценности 2020

МУСКАТ, ОМАН 17 и 18 февраля 2020 г.

