

Отдел продаж ОТК



Объединение
Таксомоторных
Компаний

План собрания

- 1 Обязанности
отдела
- 2 Воронка
продаж
- 3 Работа с
возражениями
- 4 Алгоритм работы с
заявками
- 5 График работы
- 6 Цели на след месяц

Обязанности отдела

- 1. Конвертирование продаж : Конечно, главная задача отдела продаж — делать продажи, подключение максимального кол-во водителей.
- 2. Удержание водителей.
- 3. Постоянное повышение коэффициента конверсии “продаж”.
- **Коэффициент конверсии** — это процент клиентов, совершивших “продажу”. В нашем случае процент вышедших на линию и выполнивших 1 заказ

“Теплые” и “Холодные” звонки

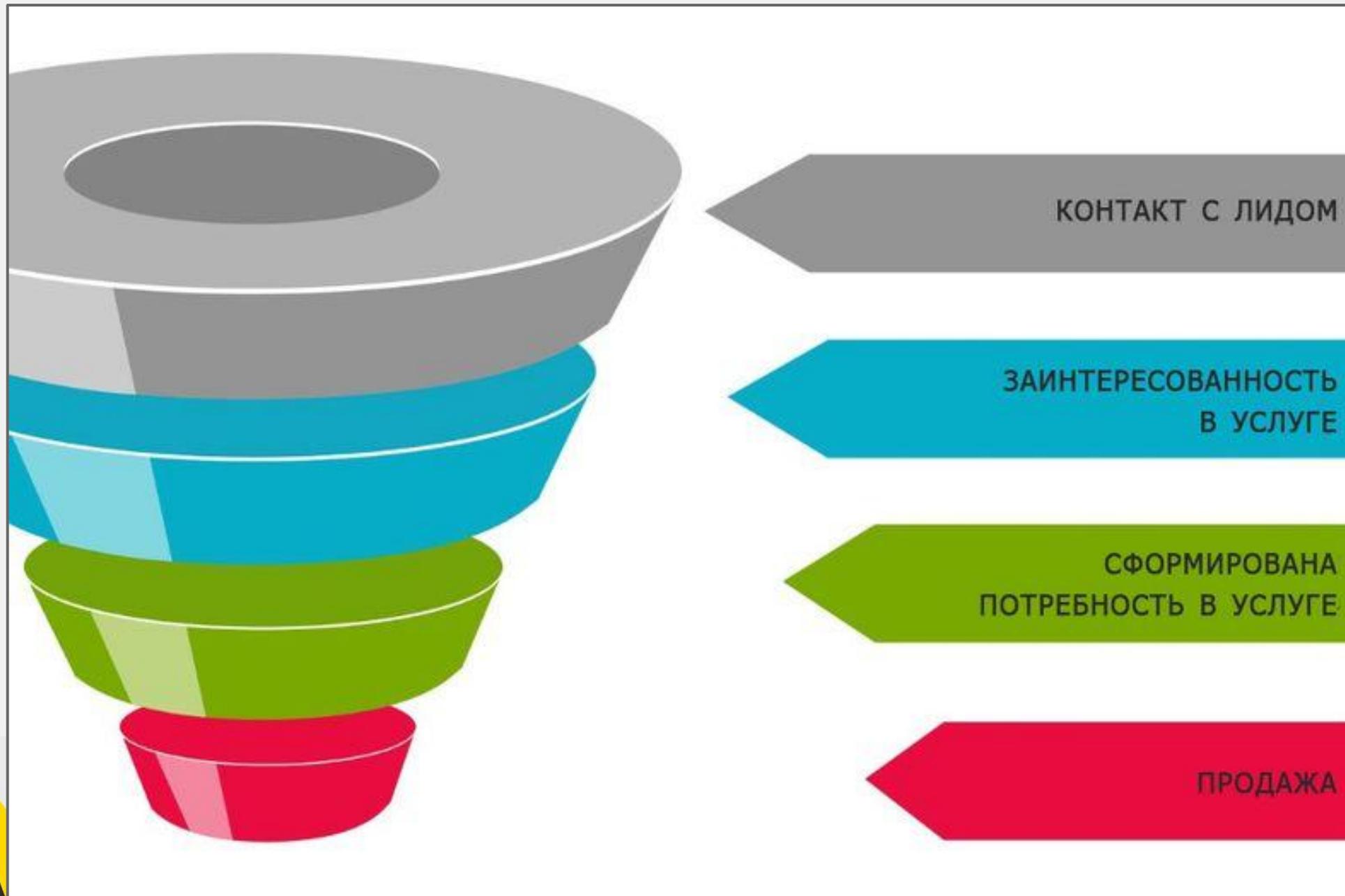
Теплые звонки

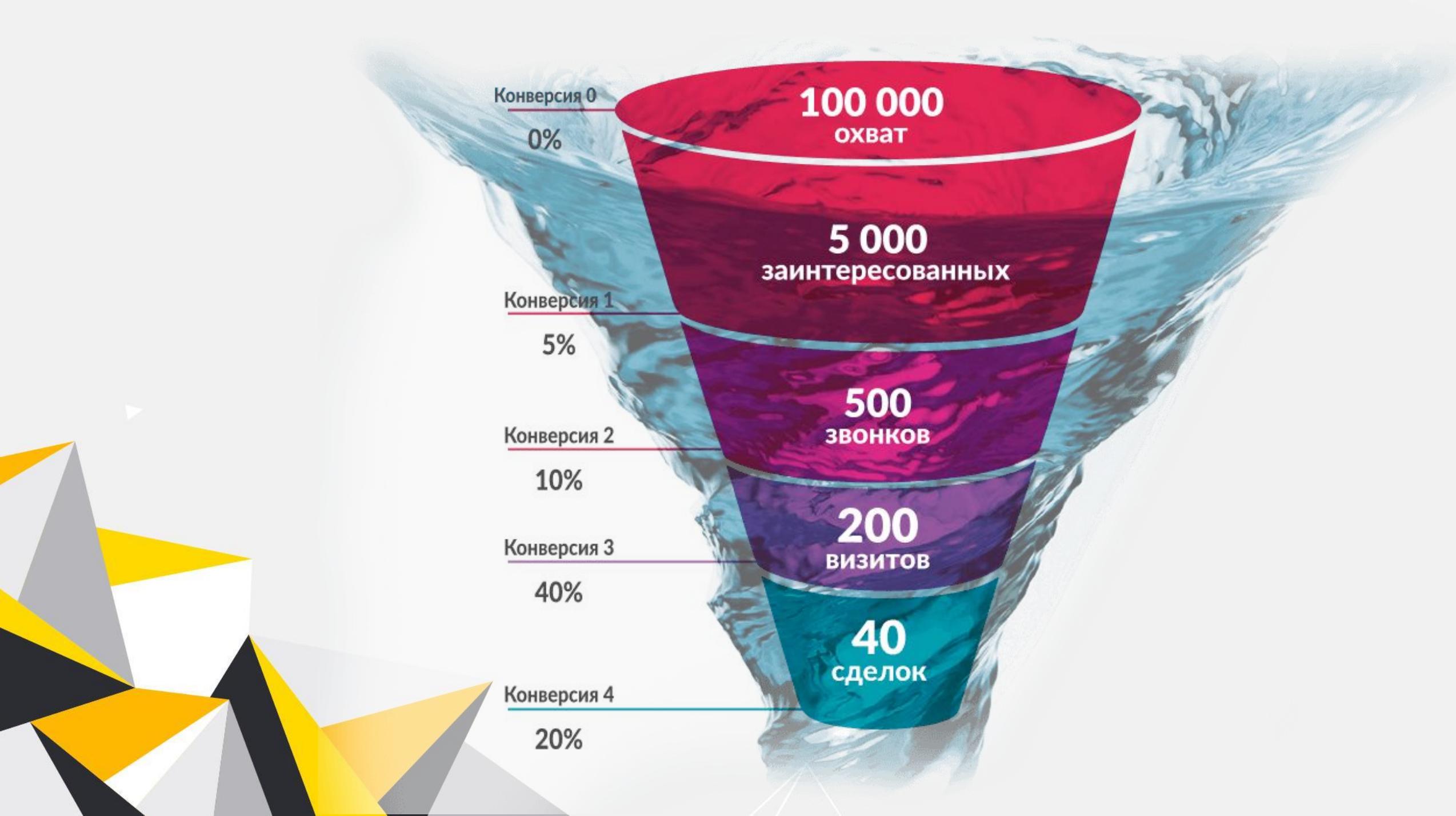
- Заявки через приложения
- Заявки с сайта, вк, таплинк
- Сарафанное радио
- Горячая линия
- Ватсап

Холодные звонки

- Отвалившиеся водители
- Не вышел на линию
- Перестал выходить на линию
- Лиды
- База водителей

Воронка продаж





Конверсия 0

0%

100 000

охват

5 000

заинтересованных

Конверсия 1

5%

500

звонков

Конверсия 2

10%

200

визитов

Конверсия 3

40%

40

сделок

Конверсия 4

20%

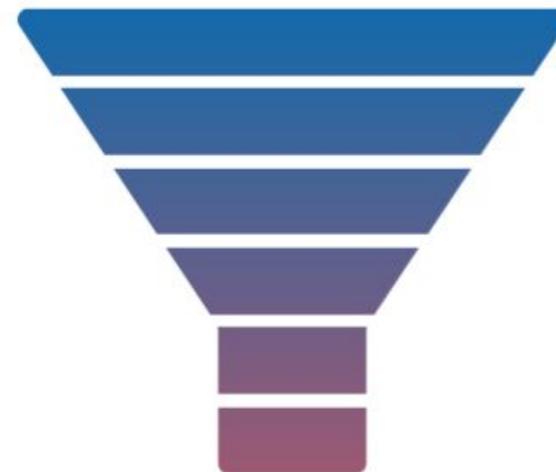
Воронка продаж

Основные этапы:

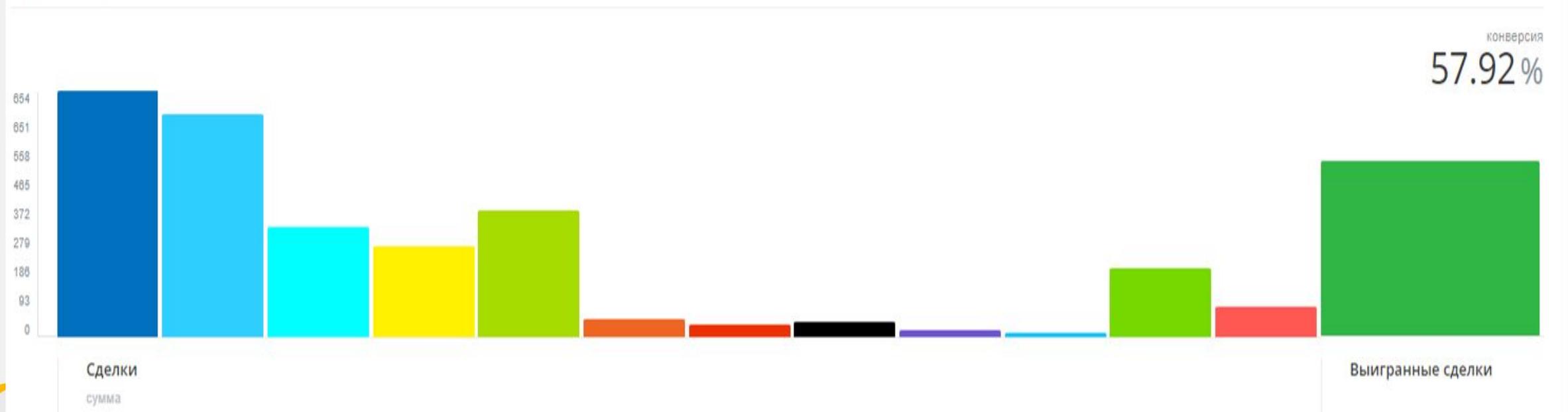
1. Установление контакта
2. Выявление потребностей
3. Презентация товара
4. Работа с возражениями
5. Завершение сделки
6. Feedback / удовлетворенность

Дополнительные этапы:

7. Повторные продажи
8. Продажа отказавшимся



Воронка продаж



Воронка продаж

1 этап

- Первое касание менеджера с водителем
- Заинтересованность
- Выявление «проблемы»

2 этап

Направление на Прохождение фотоконтроля.

Работа с возражениями.

Я не хочу сейчас проходить.

У меня нет возможности.

Пройду позже.

Нет времени.

*Обязательным является

Чтобы водитель зашел Именно в наш таксопарк

3 этап

Проверка фотоконтроля

Направление выход на линию

Решение возможных проблем

4 этап

Выход на линию

Работа с возражениями

1. ВЫСЛУШАТЬ

-Подскажите что вас не устроило в работе прошлого таксопарка?

2. ПОНЯТЬ

Понять причину отказа водителя.

3. ПРИСОЕДИНИТЬСЯ

-Я вас понимаю... -Действительно Вы правы...

4. ПРИВЕСТИ КОНТРАРГУМЕНТ

-Именно поэтому я хочу предложить...

Психологические приемы снятия возражений

- Способ “Спасибо за день, спасибо за ночь...”
- Способ “Я вас понимаю”
- Способ “Задать вопрос”

- Способ “Уточнение”

- Способ “Стадный инстинкт”

- Способ “Предложи выгоду”

А как делать не надо?

- Спорить с клиентом
- Навязывать свое мнение.
- Превращать диалог в монолог
- Наоборот, показывать свою некомпетентность, затрудняться с ответами
- Не думать о клиенте вообще, рассматривать его как инструмент, средство для выполнения плана продаж.
- Бояться отвечать на возражения, соглашаться с каждым словом клиента.
- Думать, что возражение - это отказ!

Алгоритм работы с заявками

Заявка через приложение.

1. Первое касание → не отвечает → 30 мин → 2 часа → на след день (в течении 3 дней)

Заявка Сайт, ВК

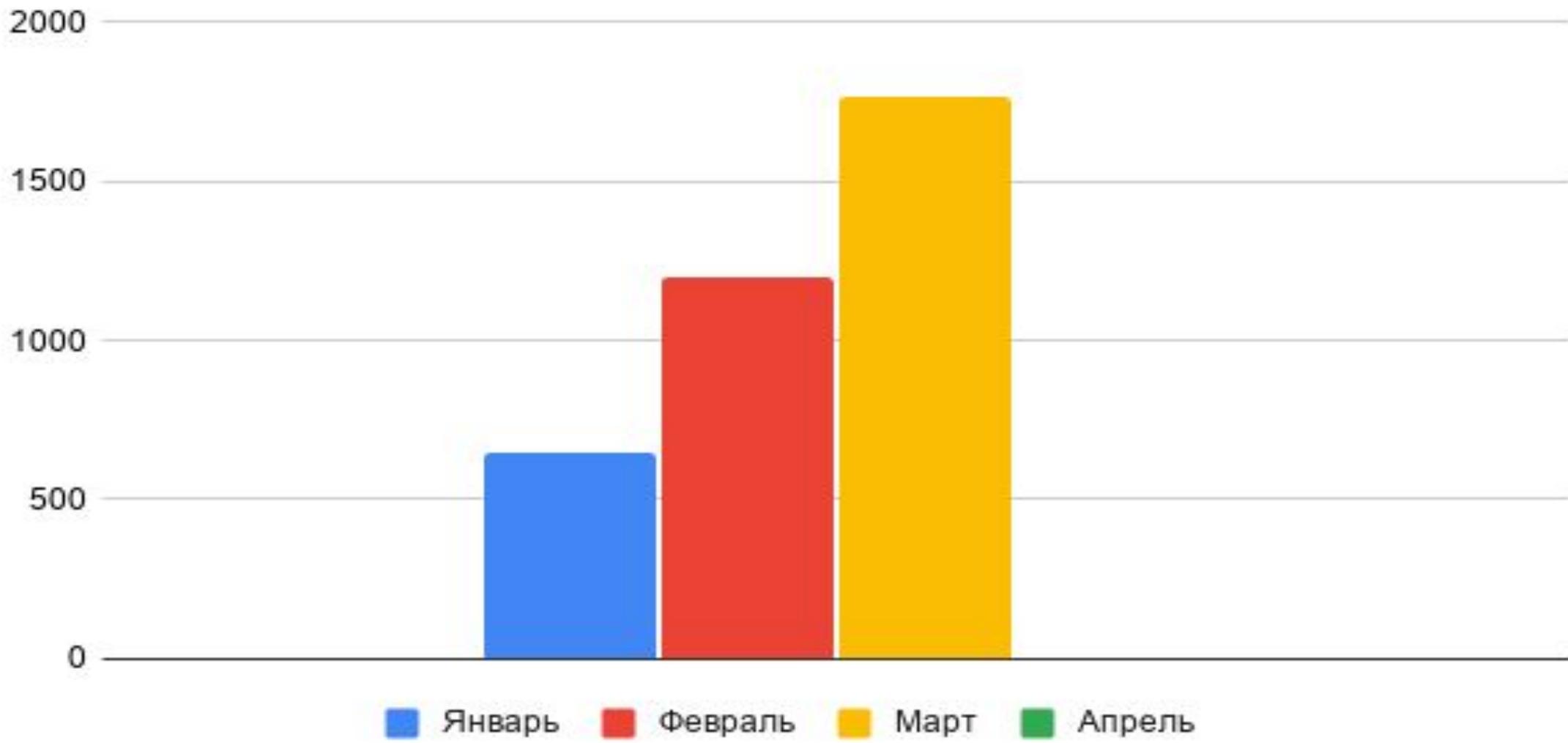
1. Первое касание → не отвечает → 30 мин → 2 часа → на след день (в течении 3 дней)

2. Первое касание → запрос документов → через 1ч смотрим прислал или нет → не прислал напомнили о себе на ватсап → через час повторили операцию → не ответил на след день.

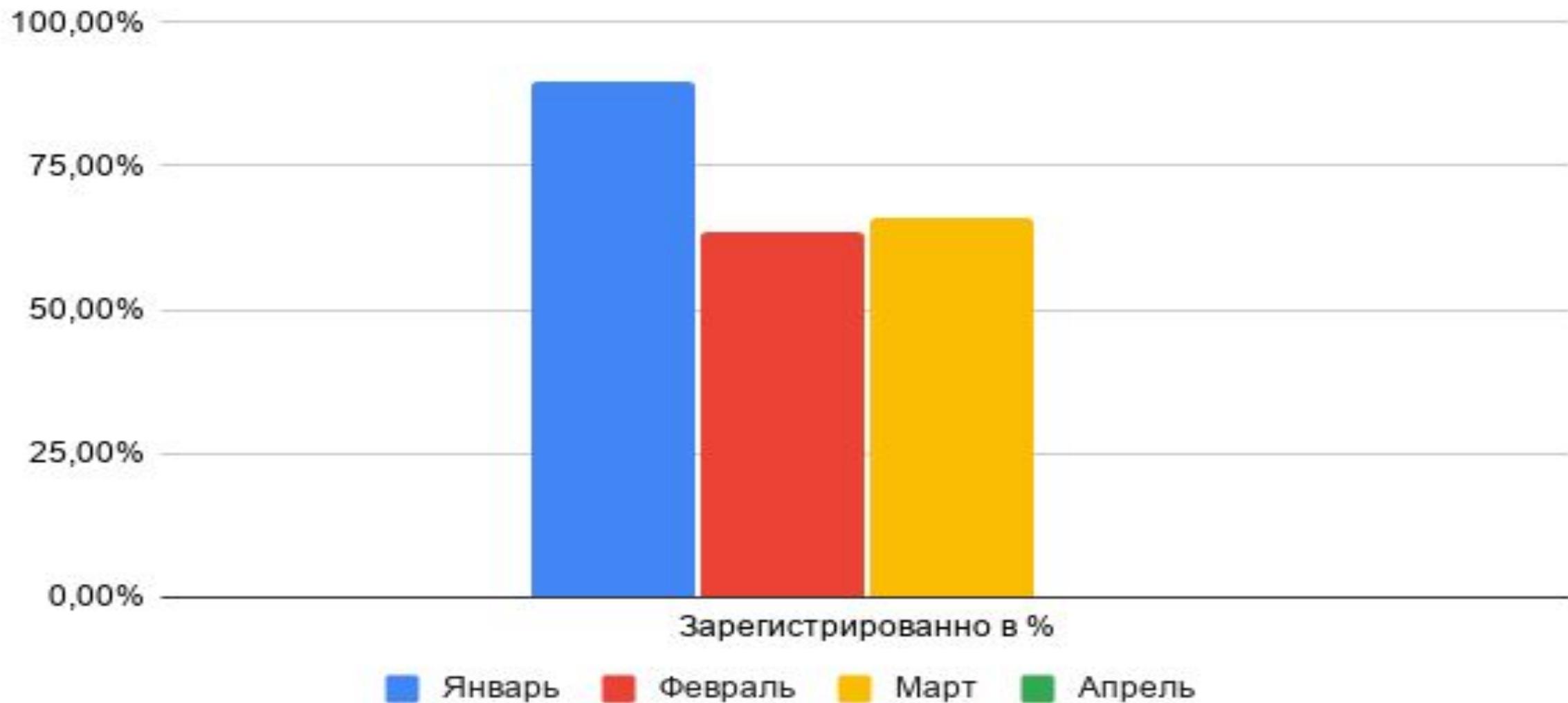
Лиды

1. Первое касание → запрос документов → через 1ч смотрим прислал или нет → не прислал напомнили о себе на ватсап → через час повторили операцию → не ответил на след день.

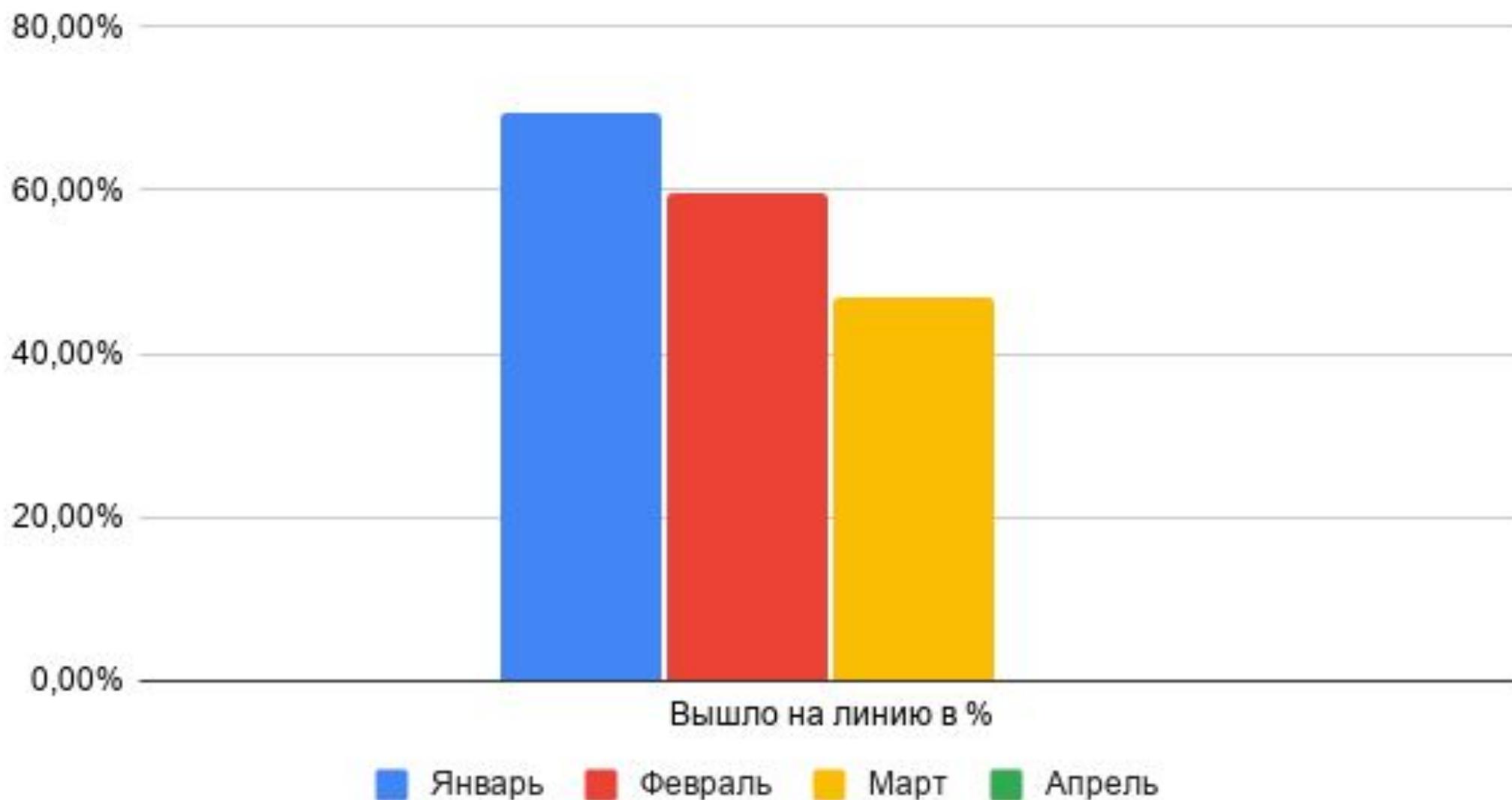
Объем заявок



Процент зарегистрированных в парки



Выход на линию от числа зарегистрированных



Конверсия в работающего водителя

