

УДК 658.8.07
ББК 65.291.33
К84

Крутов Д.

К84 Отдел продаж под ключ / Дмитрий Крутов и Сергей Капустин. — М. : Манн, Иванов и Фербер, 2013. — 224 с.

ISBN 978-5-91657-682-5

В этой книге описан набор инструментов, внедряя которые вы сможете выстроить эффективный отдел продаж, дающий стабильный результат.

Вы поймете, как лучше проводить аудит текущей ситуации в компании и определять точки приложения основных усилий для увеличения продаж. Вы научитесь измерять и отслеживать все элементы процесса продаж и планировать их рост, активно привлекать новых клиентов. Вы поймете, как создавать работающую рекламу и разумно размещать ее, узнаете об особенностях, правилах и оценке эффективности интернет-маркетинга. Будете правильно мотивировать своих сотрудников и проводить их обучение.

Авторы дают интересные кейсы проектов по совершенствованию продаж в компаниях разных направлений и масштабов деятельности, показывают, как внедрить систему учета показателей, способствующую росту продаж.

УДК 658.8.07
ББК 65.291.33

Правовую поддержку издательства обеспечивает юридическая фирма «Вегас-Лекс»

VEGAS LEX

ISBN 978-5-91657-682-5

© Д. Крутов
© Оформление. ООО «Манн, Иванов
и Фербер», 2013

Оглавление

Предисловие. Клиент выберет вас.	11
Глава 1. Семь базовых принципов, без которых ничего не получится	15
1. Как определить слабые стороны вашей компаний? «Воронка продаж»	17
2. Сколько вам приносит каждый вложенный в маркетинг доллар? Маркетинг как инвестиции	21
3. Правильный подход к каждому изменению. Тест, замер, корректировка	29
4. Как правильно прогнозировать результаты продаж. План. Прогноз. Отчет	35
5. Касание! Еще одно! Сколько можно и зачем это нужно?	43
6. Правильное отношение к продажам. Продажи как система.	47
7. Формула продаж — основа системного подхода.	50

Глава 2. Как все обстоит на самом деле?

Аудит и планирование продаж.	55
8. Что такое аудит и почему он необходим вашей компании?	57
9. Как провести правильный аудит, который покажет, что делать дальше?	59
10. План продаж — план по достижению успеха	64
11. Два подхода к планированию продаж	67
12. S.M.A.R.T..	75
13. Как матрица Ансоффа позволит строить планы по увеличению продаж	79
14. Индивидуальный подход и сезонность	82
15. Не играйте с показателями, а добивайтесь успеха. Перспективы на следующий год	84

Глава 3. Какая схема оплаты труда наиболее

эффективна	87
16. Как правильно организовать оплату труда	89
17. Как «продавать» новую систему мотивации. . .	99
18. Как доска и маркер могут помочь замотивировать ваших сотрудников. <i>Progressbar</i>	105
19. Что такое мотивационная доска?	108
20. Секреты БНАЦ. Прыгнуть выше головы. . .	112

Глава 4. Как многошаговая продажа позволяет продавать даже самым непреклонным	115
21. Клиент — не крепость. Осада или штурм? <i>Front-end</i> и <i>back-end</i>	117
22. Стратегия привлечения клиентов. Как выделиться на фоне конкурентов	120
23. Как инфомаркетинг позволяет завоевывать лояльность клиентов	122
Глава 5. Как система учета показателей увеличивает продажи	129
24. Что важнее, вести учет или продавать?	131
25. Как правильно составить таблицу отчетности	134
26. Как таблица отчетности помогает добиваться результата	138
27. «Морковка» впереди, плетка сзади	141
28. Отчеты менеджеров	144
Глава 6. Здесь куют успех, или Как правильно организовать работу отдела продаж	151
29. Как повысить эффективность сотрудников	153
30. Зачем переходить на новое, когда и старое работает неплохо?	156
31. Пять факторов успеха в продажах	160

Глава 7. Как правильно проводить обучение	
сотрудников.	165
32. Адаптация новых сотрудников	167
33. Как организовать обучение сотрудников. ...	169
34. Руководитель отдела продаж в роли тренера. Секреты успеха.	172
35. Миссия руководителя отдела продаж. В чем секрет успешности тренинга	176
36. Как максимально эффективно выстроить рабочий день отдела продаж ...	178
Глава 8. Простой способ усовершенствовать	
навыки продаж ваших менеджеров	183
37. Основные правила составления скрипта телефонного разговора	185
38. Секреты написания скрипта встречи.	195
Заключение. Если вы дочитали до конца	201
Кейсы. Практика внедрения инструментов	
совершенствования продаж.	203
Как увеличить объем продаж в 4 раза?	204
Выясняем, что мешает развитию системы продаж	211
Как формировать и эффективно использовать клиентскую базу?	217