

УДК 334.0
ББК 65.290

Андрей Меркулов

Удвоение продаж в оконном бизнесе

Настольная книга владельца
розничной компании по продаже окон

Меркулов А.

М 52 Удвоение продаж в оконном бизнесе. Настольная книга владельца розничной компании по продаже окон. — 2-е изд. — СПб.: Издательско-Торговый Дом «СКИФИЯ», 2016. — 224 с.

Книга «Удвоение продаж в оконном бизнесе» предназначена для владельцев оконных компаний, а также для коммерческих директоров, в задачи которых входит увеличение прибыльности оконного бизнеса.

Она содержит конкретные пошаговые методики по умножению доходов в оконном бизнесе, которые будут полезны не только владельцам оконных компаний, но и тем предпринимателям, которые занимаются комплексным ремонтом и строительством, а также оказанием услуг в этой сфере.

ISBN 978-5-00025-012-9

УДК 334.0
ББК 65.290

© Меркулов А., 2013
© ИТД «Скифия», 2016

Все права защищены. Никакая часть данной книги не может быть воспроизведена в какой бы то ни было форме без письменного разрешения владельцев авторских прав.

ОГЛАВЛЕНИЕ

Об авторе	12
Введение	13
ТРИ ОТВЕТА НА ВОПРОС «ЧЕМ ПОЛЕЗНА ЭТА КНИГА?»	15
ПЯТЬ СТРАТЕГИЙ ПОИСКА КЛИЕНТОВ НА РОЗНИЧНОМ РЫНКЕ ПО ПРОДАЖЕ ОКОН	17
Ваша клиентская база	19
Клиенты, которые остались довольны установкой	20
Клиенты, которые остались недовольны вашей работой	21
Клиенты по рекомендации	22
Клиенты, которым уже установили окна другие компании	22
Клиенты, которые обращаются по рекомендации в другие компании	24
Как работать с новыми клиентами на оконном рынке	24
УДВОЕНИЕ РОЗНИЧНЫХ ПРОДАЖ ОКОН В ПРИМЕРАХ	29
Оконная воронка продаж	29
Почему необходимо учитывать одновременно две воронки продаж?	34
Учет показателей оконной воронки продаж в динамике	36
Формула оконных продаж — от чего еще зависит ваша прибыль в оконном бизнесе	37
Почему классическая формула продаж неприменима в оконном бизнесе	37
Среднее число квадратных метров окон на один договор ...	38

Итоговая формула оконных продаж	39
Маржинальная или чистая прибыль: какой показатель использовать?	40
Пошаговый алгоритм работы с продажами окон	41
Еще три примера работы оконных компаний	44
Ваша отправная точка	47
Бесплатный сервис «Диагностика оконных продаж»	48
Что еще необходимо знать о своих продажах	49
Принципы работы с продажами	50
Подбросьте максимум шаров в воздух	52
КАК УВЕЛИЧИТЬ ПРИБЫЛЬ С КАЖДОГО ОКНА	56
Соотношение цены и ценности предложения	58
Когда продавать самые дешевые окна выгодно	59
Как продать дороже на рынке, где все товары похожи (Пример из другого бизнеса)	60
Еще несколько способов увеличения прибыли с каждого окна	62
Используйте уникальное торговое предложение (УТП)	62
Используйте прием «Сравнение цен»	64
Тестируйте свои цены	65
Берите дополнительные деньги за срочные заказы	65
Назначайте разные цены для разных каналов рекламы	66
Как правильно использовать технику дополнительных продаж (допродаж) в оконном бизнесе	68
Пример увеличения прибыли с окна сразу на 700 рублей	69
Пошаговый алгоритм увеличения прибыли с квадратного метра	71
Трехступенчатая модель увеличения прибыли с каждого квадратного метра окон	74

Предложите клиенту дополнительные опции	76
Предложите клиенту сопутствующие товары и услуги с высокой наценкой	77
Как учитывать потребности клиента при дополнительных продажах	79
Мотивируйте персонал на использование техники дополнительных продаж	81
Проведите обучение персонала по работе с прибылью и скидками	82
Сократите операционные расходы, связанные с выполнением заказа	82
Сократите постоянные расходы	83
Расходы на маркетинг	84

КАК ЗАКЛЮЧАТЬ БОЛЬШЕ ДОГОВОРОВ С КАЖДЫМ КЛИЕНТОМ. ПОВЫШАЕМ КОНВЕРСИЮ 85

Конверсия менеджера. Как записывать больше замеров с входящего потока обращений 87

Причины неэффективной работы менеджера	87
Эффективный способ повысить конверсию менеджера	90
Алгоритм работы с возражениями	92
Можно ли судить о качестве работы менеджеров в отделе продаж по показателям конверсии?	94

Несколько способов учитывать количество входящих звонков и записывать разговоры с клиентами	96
«Золотые правила» успешных переговоров о цене окон	98

Конверсия замерщика. Как заключать больше сделок на замере 105

Как теряются заказы на этапе замера	105
Шесть принципов, которые позволяют повысить доверие клиента к замерщику	107
Как повысить доверие к замерщику с помощью дополнительных атрибутов	111

Как платить замерщику, чтобы он продавал больше	113
Как превзойти ожидания клиента на этапе замера (несколько слов о качестве продаж)	114
Как работать с потребностями клиента на замере	117
«Дорого», «Посоветуемся», «Подумаем». Работа с возражениями на замере	118
Конверсия в офисе	121
Стандарты встречи клиента	122
Инструменты, повышающие конверсию отдела продаж	123
КАК РАБОТАТЬ С КЛИЕНТАМИ ПО РЕКОМЕНДАЦИИ	126
Как работать со своей клиентской базой	126
Два типа клиентов в вашем бизнесе	127
Три источника клиентов по рекомендации	129
Продажа окон на доверии	130
Как установить обратную связь с клиентом	131
Анкета обратной связи с клиентом	132
Обратная связь с клиентом по актам выполненных работ	133
Семь шагов для внедрения механизма «сарафанное радио»	133
ВАШЕ УБОЙНОЕ УНИКАЛЬНОЕ ТОРГОВОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ (УТП)	141
Как составить свое УТП	141
Восемь продающих механизмов	141
Три критерия, которым должно соответствовать УТП	143
Примеры УТП в оконном бизнесе	145
Еще несколько вариантов УТП, которые можете предложить вы	147

Как отстроиться от конкурентов с помощью УТП	148
Характеристики и выгоды в рекламе окон	148
Легкий способ определить выгоды вашего предложения	150
Три способа продемонстрировать ценность вашего предложения	152
Как использовать потребности клиента при разработке УТП	153
КАК ПОВЫСИТЬ ЭФФЕКТИВНОСТЬ РЕКЛАМЫ ОКОН	154
Реклама окон — количество или качество?	155
Три составляющих эффективной рекламы окон	158
Как использовать гарантии в оконной рекламе	159
Три условия, которые должны быть выполнены для того, чтобы ваша реклама окон сработала	161
Как правильно работать с каналами рекламы	162
Какие каналы рекламы стоит использовать регулярно	163
Ключевые показатели рекламы	165
Что нужно, чтобы каждый канал работал эффективно	166
Как привлечь больше клиентов в вашу компанию	167
Почему клиенты не обращают внимания на вашу рекламу	167
Маркетинговый план в оконном бизнесе	168
Как найти своего покупателя в оконном бизнесе и сэкономить на рекламе окон	171
Контроль над эффективностью рекламы	173
Шесть золотых правил контроля рекламной кампании	173
Первый способ измерить эффективность рекламы	174
Второй способ измерить эффективность рекламы	175

Основные показатели эффективности рекламы окон	176
Рекламный бюджет	177
Реклама — инвестиция или затрата?	178
Четыре способа рассчитать рекламный бюджет	179
Как оптимизировать рекламный бюджет	182
Семь инструментов бесплатной рекламы	184
Для чего нужно выделять средства на эксперименты	186
Стоит ли вкладывать инвестиции в имиджевую рекламу	188
Как работать с рекламой в интернете	189
Десять шагов к созданию продающего сайта	189
Как продвигать свой сайт	194
Методы, позволяющие увеличить количество продаж на сайте	196
БОНУС № 1. КАК ПОСТРОИТЬ ОКОННЫЙ БИЗНЕС С ДОХОДОМ 10 000 ДОЛЛАРОВ В МЕСЯЦ	201
Как снизить конкуренцию по каналам рекламы	203
Качество рекламного сообщения	204
Качество работы вашего менеджера	205
Качество работы замерщика	207
От чего еще зависит конверсия в отделе продаж	208
Делегирование полномочий	210
БОНУС № 2. МОЯ ИСТОРИЯ ПРОВАЛА С ПРОДАЖАМИ КОНДИЦИОНЕРОВ В 2010 ГОДУ	212
Система, которая позволяет получать прибыль без вашего участия	217