

# Оглавление

Введение.....	7
Контроль отдела продаж. Как пасти котов? .....	8
Рабочие инструменты менеджера по продажам .....	8
Отчет по результатам .....	8
Чек-лист на каждый день .....	12
Рабочий журнал .....	15
Журнал звонков и встреч .....	17
База по дожиманию продаж .....	20
Отчет о проведенной встрече .....	23
Клиентская база .....	25
Рабочие инструменты руководителя отдела продаж .....	27
Чек-лист на каждый день .....	27
Отчет по работе отдела продаж .....	31
Контроль системы продаж .....	36
Пошаговая инструкция написания коммерческого предложения .....	36
Проведение планерок в отделе продаж .....	43
Работа с текущими клиентами .....	46
План продаж .....	47
Идеальный день менеджера по продажам .....	51
Регламент работы отдела продаж .....	52
Находим дыры в системе продаж. Куда утекают деньги? (Аудит системы продаж) .....	55
Анализируем клиентов .....	55
Лучшие клиенты .....	55
Те, кто покупает реже всего .....	57
Те, кто ушел после первой покупки .....	58
Общее соотношение всех позиций .....	59
Как работают ваши менеджеры по продажам? .....	60
По уровню продаж .....	60
По количеству ключевых клиентов .....	61
По результативности .....	69
Изучаем ассортимент компании .....	70
Самые ходовые товары .....	70
Самые неходовые товары .....	71

Товары, с которыми чаще всего совершают дополнительную покупку. . . . .	71
Самые ходовые товары для дополнительной покупки . . .	72
Самый неходовой товар для дополнительной покупки . .	73
Анализируем объем продаж на определенной территории . .	73
По выгоды . . . . .	73
По убыточности. . . . .	73
Самые перспективные регионы . . . . .	74
Как работают торговые точки (филиалы)? . . . . .	75
По результативности . . . . .	76
По уровню продаж . . . . .	77
По рентабельности . . . . .	78
Анализируем эффективность рекламных носителей . . . .	79
По результативности . . . . .	79
По рентабельности . . . . .	79
<b>Техники ведения переговоров. . . . .</b>	<b>81</b>
Телефонные продажи . . . . .	81
Основные ошибки. . . . .	81
Что нужно для эффективных телефонных продаж. . .	88
Технология работы с входящими звонками. . . . .	92
Скрипты исходящих звонков . . . . .	95
Шаблоны работы с возражениями . . . . .	96
Продажи один на один. . . . .	98
Пошаговая модель ведения переговоров. . . . .	98
Ситуационные вопросы . . . . .	102
Проблемные вопросы . . . . .	104
Извлекающие вопросы . . . . .	108
Построение цикла извлекающих вопросов . . . . .	114
Направляющие вопросы. . . . .	116
Завершение сделки. . . . .	119
Скрипт продажи дополнительного товара . . . . .	122
Скрипт сбора контактов . . . . .	123
Анкета сбора контактов . . . . .	125
<b>Продажи в торговом зале. . . . .</b>	<b>126</b>
Фишки, используемые для увеличения продаж в торговом зале. . . . .	126
Чек-лист утренней проверки торгового зала. . . . .	134

Планировка торгового зала и расположение товара .....	138
Скрипт определения потребностей клиента .....	145
Отчет по определению потребностей клиента .....	147
<b>Мотивация менеджеров по продажам .....</b>	<b>148</b>
Базовая система оплаты .....	148
Мотивационная доска .....	152
Работа с дебиторской задолженностью .....	154
Какой процент должны получать менеджеры по продажам? .....	155
Нематериальная мотивация .....	157
Схема выплаты бонусов .....	161
<b>Тайм-менеджмент для руководителя .....</b>	<b>165</b>
Список задач .....	165
Методы эффективного делегирования текущих задач ..	177
Чего не должен делать руководитель .....	186
Чем должен заниматься руководитель? .....	188
Идеальный день руководителя .....	195
<b>Эффективное рекламное сообщение .....</b>	<b>197</b>
Пошаговый алгоритм составления рекламного объявления .....	197
Оценка эффективности рекламных носителей .....	200
Измерение эффективности рекламного сообщения .....	202
Проведение партнерской рекламной кампании. Пошаговый алгоритм .....	205
<b>Продажи через Интернет .....</b>	<b>208</b>
Как правильно создать сайт .....	208
Инструкция по созданию каталога продукции .....	216
Инструкция по совершению дополнительных продаж .....	218
Использование партнерских программ .....	219
Страница с бесплатным материалом для потенциальных клиентов .....	222
Шаблон страницы для привлечения дилеров .....	224

Обучение клиентов. Как это сделать? .....	227
Как писать статьи на сайт? .....	228
Проведение онлайн-семинаров .....	229
Принцип «уплывающих цен» .....	230
<b>Наем продающего персонала .....</b>	<b>232</b>
Три главных нюанса .....	232
Что вы должны показать в своей вакансии? .....	236
Требования для менеджеров по продажам .....	237
Собеседование .....	238
Удержание персонала .....	239
Обучение новых сотрудников .....	240
<b>Инфомаркетинг .....</b>	<b>242</b>
Пошаговая инструкция создания информационного продукта .....	242
Структура информационной мини-книги в малом и среднем бизнесе .....	244
Страница сбора контактов .....	245
Шаблон текста для привлечения внимания потенциальных клиентов .....	245
Запрос обратной связи .....	246
Звонок клиенту после подписки на информационный продукт .....	247
Письма для совершения первой продажи .....	248
<b>Специальный подарок для наших читателей — бесплатный видеокурс «MiniMBA: продажи» .....</b>	<b>252</b>
<b>Заключение .....</b>	<b>254</b>
Что делать, если нужна помощь в реализации и внедрении стратегий из этой книги? .....	254
<b>Дополнительный секретный подарок .....</b>	<b>256</b>