

Оглавление

Предисловие. О продажах «по-взрослому», с картинками	5
Глава 1. Системный подход	8
Почему система важна	10
Элементы системы продаж на рынке B2B	12
Глава 2. Портрет клиента. Тот, кто должен нам деньги	21
Глава 3. Продукт	35
Нет продукта — нет продаж.	35
Как выбрать вектор движения	42
Сервис и развитие продаж	47
Пять шагов по усилению собственного продукта	52
Что делать с конкурентами	61
Глава 4. Система взаимодействия с клиентом	70
Жизнь сегмента с высоты птичьего полета	71
Групповые профессиональные мероприятия.	85
Директ-мейл	99
Самый лучший инструмент интернет-продвижения.	108
Глава 5. Структура отдела продаж	144
Вопросы структуры	149
Различные принципы формирования структуры отдела продаж	155
Технология продаж и «продуктовая» инструкция.	161
Менеджер отдела активных продаж	165
Специалист отдела маркетинга.	166

Как наладить взаимодействие между коммерческими структурами?	168
Сколько менеджеров должно быть в подразделении? ..	172
Глава 6. Контент.	177
Пора управлять контентом.	177
Что у вас хранится в карточке клиента?	180
Сценарий продаж	188
Лист подготовки—отчета	199
Глава 7. Мотивация торгового персонала	205
Специфика системы стимулирования персонала	206
Материальное стимулирование	216
План-отчет.	230
Нематериальное стимулирование	235
Глава 8. Обучение торгового персонала	260
Обучение как инвестиция	262
Ролевой тренинг.	266
Роль управленческих процедур	267
Обучающее видео	270
Заключение. Семь ценных качеств.	283