

# Оглавление

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

**Глава 2.** Как все обстоит на самом деле?

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

**Глава 3.** Какая схема оплаты труда наиболее

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

|   |     |
|---|-----|
| <b>Глава 4.</b> 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 |
| <b>Глава 5.</b> 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 |
| <b>Глава 6.</b> 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 |

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