

АЛЕНА САФОНОВА

ИЗ

ПРОДАВЦА

В

АМБАССАДОРА  
БРЕНДА

---

КНИГА-ПРАКТИКУМ

---

ПО СОЗДАНИЮ СИСТЕМЫ ПРОДАЖ

---

И ПОСТРОЕНИЮ

---

ЭФФЕКТИВНОГО БИЗНЕСА

---



2021

## Из продавца в Амбассадора бренда

### \ КНИГА–ПРАКТИКУМ ПО СОЗДАНИЮ СИСТЕМЫ ПРОДАЖ И ПОСТРОЕНИЮ ЭФФЕКТИВНОГО БИЗНЕСА

Посвящается моей Семье, которая сделала возможной мою Мечту!

Моим родителям, которые никогда «не обрезали крылья» и не влияли на мой выбор. И даже если выбор не одобряли - не запрещали действовать и искать свою дорогу в жизни.

Моему мужу, который во всех ситуациях меня поддерживает. Всегда на моей стороне, даже если я не совсем права. Это очень помогает, особенно в трудных ситуациях. Благодаря заботе и комфорту, которые он обеспечивает в моей жизни, у меня есть возможность заниматься любимым делом!

Моим детям, которые своими действиями, решениями, поступками и достижениями вселяют в меня уверенность, что мои методы и убеждения работают: Успех и достижение цели возможны, в любом возрасте и любой ситуации. И зависит это только от нас!

# Оглавление

1. Кому полезна данная книга .....	4
2. Основные причины низких продаж .....	9
3. Что включает в себя система продаж .....	18
4. О компании. Почему клиентам стоит знать вашу историю? .....	21
5. Что вы знаете о своем продукте? .....	30
6. Условия продажи товара. Шаблоны прайсов, коммерческих предложений, договоров .....	41
7. Кто ещё продает такой продукт? Что вы знаете о ваших конкурентах? .....	48
8. Чем вы лучше конкурентов? Ваши уникальные торговые преимущества! .....	59
9. Вы точно продаете своим клиентам? .....	68
10. Воронка продаж – гарантия сделок .....	78
11. Ошибки переговорного процесса и методики для их устранения ...	89
12. Как сделать так, чтобы продавцы продавали по телефону? .....	96
Холодные первичные звонки .....	101
Холодные повторные звонки .....	112
Тёплые звонки .....	114
13. Архивные клиенты – источник новых продаж .....	117
14. Почему клиенты возражают? Причины распространённых возражений и способы их отработки .....	126
15. Как сделать так, чтобы ваша база клиентов была ЖИВОЙ? .....	137
16. Главные правила работы с CRM .....	144
17. Вы получили заказ. Что дальше? .....	152
18. Дебиторская задолженность. Как своевременно возвращать свои деньги? .....	159
19. Как рекламации поставить на службу бизнесу? .....	165
20. Почему важно иметь рекомендательные письма и как с ними работать? .....	172

21. Как организовать процесс командировок, чтобы они приносили прибыль? .....	180
22. Продажи – это цифры. Планы, нормативы. ....	188
23. Мотивация отдела продаж. Простые схемы, которые дают эффект ..	201
24. Цифры растут, когда за ними следят! Контроль и реакция на отклонения. ....	214
25. Как запустить систему в работу и добиться от сотрудников новой эффективности? .....	221
26. Заключительное слово. ....	228

## Кому полезна данная Книга

Всем, кто в новом времени хочет быть эффективным в бизнесе.

Эта книга полезна владельцам бизнеса, которые после 2020 года чётко осознали: прежние методы ведения бизнеса не работают. Чтобы в новом времени быть эффективными, необходимо менять всё: способы работы бизнеса, позиционирование продукта, взаимодействие с клиентом, отношение к сотрудникам.

Время изменилось и для сотрудников. 20-тый год пришёл в нашу жизнь как чистильщик. 21-ый продолжил эту тенденцию. В недалёком будущем исчезнут многие профессии, их заменят программы и боты. Как остаться востребованным в новом мире? Как не оказаться за бортом? Сотрудникам тоже необходимо менять свои подходы к работе. Наличие профессионализма – это априори, *must have*, даже не обсуждается. Но, помимо профессиональных качеств, сегодня важны такие характеристики, как инициативность, способность к самообразованию, честная самоотдача, готовность постоянно осваивать новые методы.

Если ты упорно стоишь на своём *«я так не люблю, мне так не нравится, это не мой формат, я не хочу инициировать контакт с клиентом, потому что наши клиенты так не любят»* - ты автоматически окажешься за бортом. Новый мир – это информационный мир. Мир коммуникаций. Мир сервиса. Мир отношений между людьми. Если ты не можешь вызывать доверие у клиентов, у тебя не будут покупать. Если ты не сможешь клиенту давать больше, чем просто продукт – клиент будет уходить к другому. Если ты не будешь завязывать отношения надолго (обеспечивать клиентский сервис) – клиенты будут разовые. И такую нагрузку – разовых клиентов, которые проходят транзитом через бизнес и не окупают вложения в рекламу – не выдержит ни один бизнес. Он просто разорится – а сотрудник окажется на улице. И найти работу будет не так просто. Потому что *«продавец колбасы»*, к которому приходят клиенты и говорят: *«Мне полкило докторской»*, а он отпускает ровно по запросу – в новом мире никому не нужен.

Сегодня нужны люди, которые профессионально смогут клиенту презентовать качественный и выгодный для него продукт (выгодный по маржи-

нальности и для компании), убедить клиента в целесообразности покупки более дорогого товара, расширить чек и продать сопутствующие товары.

Чтобы так обслуживать клиента – необходимо быть амбассадором своего продукта. Необходимо быть уверенным в продукте, знать свою целевую аудиторию (ЦА), ее потребности. Быть уверенным в том, что продукт закрывает потребности ЦА и выгоден ей. Быть уверенным в компании, знать, что она не подведёт ни своего сотрудника, ни своего клиента. И в случае рекламации благоприятно для всех решит сложный вопрос.

Когда продавец может стать амбассадором своего продукта? Кто влияет на это?

Влияют на это оба – и компания, и сотрудник.

В зоне ответственности компании – создать систему продаж: предоставить все необходимые инструменты для работы продавца, стандартизировать процессы, отточить качество продукта и сервиса до высшего уровня, обеспечить достойные условия работы и заработка.

В зоне ответственности сотрудника – принять все предложенные инструменты. Освоить их, изучить. Стать профессионалом в знании продукта и техниках обслуживания клиента. За сотрудника компания этого не сделает. Она может дать материалы, может обеспечить обучение, но возьмёт ли это сотрудник – зависит только от него.

Поэтому успех компании и успех сотрудника тесно связаны в новом времени. Наконец-то окончательно ушли в прошлое штампы: *«я плачу деньги и потому вы должны»*. Сегодня никто никому не должен. Равноценный выбор осуществляют обе стороны: компания выбирает сотрудников, сотрудники выбирают компанию.

Новый мир больше никому не даст «заикнуться». То, что раньше работало годами и десятилетиями – в новом мире будет меняться ежегодно. И потому главное условие для всех: и бизнесов, и сотрудников – быть высокоадаптивными и оперативно меняться в соответствии с новыми требованиями рынка.

С 2012 года я внедряю изменения в бизнесе. Не учу на тренингах, не объясняю общую теорию. А именно внедряю в ходе 3-4 месячных проектов практические инструменты в работу бизнеса. В каждом проекте мне помогает моя команда. Из хаоса и разобщённых действий мы создаем систему, регламентируем процессы, внедряем современные инструменты работы и управления, обучаем персонал. И сопровождаем до тех пор, пока новые навыки не усвоятся до автоматизма. В каждом бизнесе мы создаём уникальную систему. Главный принцип которой: сотрудники

обеспечивают результат, необходимый компании – компания обеспечивает достойную оплату результата.

В 2015 году был реализован первый проект по реорганизации продаж. Именно тогда родилась методика, которая позволила, оптимизируя процесс продаж, увеличить доходы компании в 2 раза за 4 месяца проекта. Более того, тенденция роста бизнеса продолжилась и дальше. Уже через год понадобилась аренда дополнительных цехов, потому что свои были заняты полностью. Продавцы активно захватывали рынок и требовали всё больше продукта.

Почему растут продажи в наших проектах? Потому что все продавцы по итогу наших проектов умеют работать по системе. Их не нужно держать в офисе, чтобы контролировать эффективность. Они умеют работать из любой точки мира. Они эффективны. Ценят компанию, в которой работают. Верят в продукт. Не имеют страха в разработке холодных клиентов, потому что знают, что их предложение лучшее. Все продавцы становятся Амбассадорами своего продукта. Они продают его как свой. И делают это активно, весело и энергично на глазах ошарашенных конкурентов.

Как этого добиться? В данной книге я описываю пошаговую методику построения системы продаж в бизнесе. Которая позволила нескольким десяткам наших клиентов увеличить продажи и отвоевать существенную долю рынка. Которая подтвердила свою эффективность в компаниях разных сфер деятельности, различного масштаба: от холдингов до стартапов. Молодые бизнесы смогли вырасти в 5-7 раз, зрелые компании смогли улучшить свои результаты на 50-100%.

В чём суть методики? В обеспечении полной информации, необходимой для работы, системных инструментах и регулярно повторяющихся действиях. Не раз-два сделанных, а регулярно! Регулярно звонить, регулярно вносить информацию в CRM, регулярно контролировать и проверять. Регулярно делать! И сотрудникам, и руководителю.

Успех в бизнесе – это результат упорных действий. Когда вам обещают новые результаты быстро и без особого напряжения с вашей стороны – это неправда. Это опасная ложь, на которой вы потеряете не только деньги, но и упустите самый ценный ресурс – время. Я видела сотни офисов, где стены увешаны сертификатами об окончании десятков курсов. И не видела в этих компаниях даже малейших признаков тех инструментов, о которых были эти курсы. Потому что знать и делать – это разные вещи. Поэтому только действия (и сотрудников, и руководства) могут дать иной результат, которого раньше не было в бизнесе.

Крупные заказы однажды продавцу на голову не упадут – необходимо

упорно звонить, заинтересовывать клиента, предлагать варианты, отрабатывать возражения и методично вести клиента к сделке.

Продавцы, обосновывающие низкие продажи кризисом и нецелевым трафиком, вдруг сами по себе не начнут продавать больше. Инициативные, результативные и самостоятельно работающие сотрудники тоже ниоткуда не берутся. Все работодатели их ждут, о них мечтают, но не задумываются о том, что таких сотрудников выращивают.

Всё это достигается вашими усилиями. Из многих сотрудников можно сделать результативных. Все хотят, чтобы их работа хорошо оплачивалась, чтобы к ним хорошо относились, чтобы в компании была комфортная атмосфера и понятные процессы.

За 10 лет работы мы провели опрос нескольких тысяч сотрудников и выяснили, что более 87% людей не удовлетворены оплатой труда, атмосферой в коллективе, процессами компании. Не удовлетворены и продолжают работать. Какой результат может быть от такой работы? Правильно – никакой! Компании балансируют на грани выживания. Роста нет. Живут по инерции. И всё время ждут чуда: «результативных», которые придут и изменят ситуацию. Какова вероятность их дождаться? Весьма низкая. Особенно малому бизнесу. Потому что суперпрофессионалы никогда не пойдут работать в малую компанию. Им нужны условия, статус, высокие зарплаты. Малый бизнес этого дать не может.

Да и надо ли это? Не лучше ли создать систему, при которой смогут работать любые сотрудники. Систему, которую вы будете знать «От и До». Которую лично сможете контролировать. Которую сможете перенести на любое направление, на любой новый продукт, на любую другую компанию.

Эта система проста и логична. Она содержит те инструменты, которые вы уже много лет знаете, слышали о них на множестве тренингов. Но так и не смогли внедрить. Где-то не поняли, как именно запускать инструмент, где-то попробовали – не получилось и отступили. Где-то не хватило времени, настойчивости и регулярности.

**Любые инструменты работают только при правильном применении и регулярном использовании!**

Наша методика в этом и заключается. Все знакомые вам инструменты мы встраиваем в систему регулярно повторяющихся действий. Дальше

они начинают работать и приносить новые результаты вашему бизнесу. Независимо от того, сколько лет вашему бизнесу, на каком этапе развития он находится, сколько людей в нём работает, какой продукт вы продаёте – эта методика помогает выйти на новые результаты. Ваши продавцы полюбят ваш продукт, начнут им гордиться, смогут продавать его, успешно отстраиваясь от конкурентов. Перестанут бояться холодных звонков, начнут уверенно набирать новых клиентов. Станут Амбассадорами вашего бренда!

**Завершая эту главу, описываю подробно, кому будет полезна данная Книга.**

- ✓ **Владельцам компаний**, которые заинтересованы в развитии своего дела, не хотят «полагаться на чудо» и ждать «результативных» продавцов.
- ✓ **Генеральным директорам**, которые работают по контракту на условиях «% от прибыли». За 3-4 месяца вы сможете создать систему, научить продавцов стабильно прирастать, расширять клиентскую базу. И остальное время по контракту вы отработаете на значительно увеличенном % от прибыли.
- ✓ **Коммерческим директорам и руководителям отделов продаж (РОПам)**, которые заинтересованы выстроить систему продаж в бизнесе, где они работают. А также хотят получить практический НАВЫК по выстраиванию системы, который они перенесут на любой другой продукт, другое направление или компанию.
- ✓ **Продавцам**. Независимо от того, работают они в продажах 20 лет или только начинают. Всем, кто хочет научиться продавать правильно, системно, в короткий срок увеличивая продажи в разы – эта книга для вас.

Вы повысите свою ценность, потому что не только сможете стать эффективными здесь и сейчас, вы научитесь создавать эффективность в любом месте, куда придёте. Однажды освоив методику эффективных продаж, вы откроете перед собой совсем другие горизонты!

**\ БЛАГОДАРЮ ЗА ОЗНАКОМЛЕНИЕ  
С ДЕМО-ВЕРСИЕЙ КНИГИ  
ПОЛНУЮ ВЕРСИЮ МОЖНО ПРИОБРЕСТИ  
НА МОЕЙ СТРАНИЦЕ В FACEBOOK**

<https://www.facebook.com/a.n.safonova>

