

Sales Playbook برای B2B

**بخش ۱: فرآیند فروش ۷ مرحله‌ای # # # #

۱. Qualification (واجدسازی)**

هدف: **شناسایی و تأیید مشتریان ایده‌آل بر اساس معیارهای مشخص**

زمان: **۱-۲ روز**

معیارهای واجدسازی

حجم بیمار: روزانه بیش از ۴۰ بیمار -

موقعیت جغرافیایی: مطب در شهر شیراز -

وضعیت فعلی: سیستم نوبتدھی فعلی دارای مشکل است -

توان مالی: امکان پرداخت ماهانه ۳۰۰ هزار تومان به بالا -

تصمیمگیرنده: صحبت مستقیم با پزشک یا منشی ارشد -

سوالات کلیدی واجدسازی

"در حال حاضر روزانه چند بیمار ویزیت می‌کنید؟" -

"بزرگترین چالش در سیستم نوبتدھی فعلی چیست؟" -

"آیا بیماران از زمان انتظار طولانی شکایت دارند؟" -

"آیا به فکر بهبود سیستم نوبتدھی خود بوده‌اید؟" -

ارتقا می‌یابند Leads Qualified به مرحله نرخ تبدیل: **۵۰٪ از**

**۲. Discovery (کشف نیاز عمیق)

هدف: * درک کامل مشکلات، نیازها و اهداف مشتری

زمان: * جلسه ۳۰-۲۰ دقیقه‌ای

*: ساختار جلسه

بررسی فرآیند فعلی و نقاط درد . ۱

شناسایی تمام ذی‌نفعان و تصمیم‌گیرندگان . ۲

تخمین تاثیر مالی مشکلات فعلی . ۳

تعريف معیارهای موفقیت از دید مشتری . ۴

*: خروجی مورد انتظار

فهرست ۳-۵ درد اصلی با مثال‌های عینی -

تخمین صرفه‌جویی زمان و هزینه احتمالی -

شناسایی تمام افراد مؤثر در تصمیم‌گیری -

درک اولویت‌ها و محدودیت‌های مشتری -

نرخ تبدیل: * ۶۰٪ به مرحله ارائه دمو

**۳. Demo (ارائه دمو هدفمند)

هدف: * نمایش تطابق محصول با نیازهای شناسایی شده

زمان: * جلسه ۳۰ دقیقه‌ای

*: ساختار دمو

دقیقه ۵-۰: مرور مشکلات شناسایی شده -

دقیقه ۲۰-۵: نمایش ویژگی‌های مرتبط با هر مشکل -

دقیقه ۲۰-۲۵: پرسش و پاسخ -

دقیقه ۲۵-۳۰: پیشنهاد گام بعدی -

تکنیک‌های ارائه مؤثر

نمایش زنده سیستم، نه اسلاید -

تمرکز بر حل مشکلات خاص مشتری -

استفاده از زبان و مثال‌های مشتری -

پاسخ مستقیم به نگرانی‌های احتمالی -

پایان جلسه: **پیشنهاد دوره آزمایشی ۷ روزه رایگان**

نرخ تبدیل: **۵٪ پذیرش آزمایش رایگان**

**Trial (دوره آزمایشی) # # # **

هدف: **ایجاد تجربه عملی و کاهش ریسک تصمیم‌گیری**

مدت: **۷ روز کامل**

برنامه آزمایش

روز صفر: **راهاندازی و آموزش اولیه (۲ ساعت)** -

روز اول: **پیگیری تلفنی (۱۵ دقیقه)** -

روز سوم: **بررسی میانی (۲۰ دقیقه)** -

روز پنجم: **آماده‌سازی برای تصمیم** -

روز هفتم: **جلسه جمع‌بندی و ارائه پیشنهاد** -

**: معیارهای موفقیت آزمایش

منشی حداقل ۱۵ نوبت ثبت کرده باشد -

حداقل ۸ بیمار از وضعیت لحظه‌ای استفاده کرده باشند -

پزشک گزارش‌ها را مشاهده کرده باشد -

هیچ مشکل فنی حل نشده باقی نماند باشد -

نرخ تبدیل: ** ۴۰٪ به مرحله پیشنهاد رسمی

**۵. Proposal (پیشنهاد رسمی)

هدف: ** ارائه راه حل ساختاریافته با ارزش مشخص*

زمان: ** ۱ روز پس از پایان آزمایش**

**: محتوای پیشنهاد

خلاصه‌ای از مشکلات و راه حل‌ها . ۱.

نتایج دوره آزمایشی . ۲.

جزئیات بسته پیشنهادی و قیمت‌گذاری . ۳.

و بازگشت سرمایه ROI محاسبه . ۴

شرایط قرارداد و گام‌های بعدی . ۵

**: ساختار قیمت‌گذاری

پلن پایه: ** ۳۵۰ هزار تومان ماهانه -

پیش‌پرداخت: ** ۳ ماه (۱'۰۵۰'۰۰۰ تومان) -

قرارداد: ** حداقل ۱۲ ماه** -

تحفیف: ** ۱۰٪ برای پرداخت سالانه** -

تحویل پیشنهاد: ** به صورت حضوری با حضور پزشک و منشی**

نرخ تبدیل: ** ۸۰٪ به مرحله مذاکره**

۶. Negotiation (مذاکره)

هدف: ** رسیدن به توافق متقابل و برد-برد*

زمان: ** ۱-۲ روز**

**: موارد قابل مذاکره

تحفیف٪ ۵-۱۰ برای تعهد بلندمدت -

اضافه شدن جلسات آموزشی -

شرایط پرداخت انعطاف‌پذیر -

اضافه شدن ویژگی‌های جزئی -

**: موارد غیرقابل مذاکره*

قیمت زیر ۳۰۰ هزار تومان ماهانه -

تضمين کمتر از ۳۰ روز -

پشتيباني ۲۴ ساعته -

توسعه ویژگی‌های سفارشی بزرگ -

**: تکنيك‌های مذاکره*

تأکید بر ارزش، نه قیمت -

استفاده از "اگر-آنگاه" (اگر سالانه پرداخت کنید، آنگاه ۱۰٪ تخفیف) -

مذاکره فقط با تصمیم‌گیرنده اصلی -

حفظ رابطه بلندمدت در اولویت -

نرخ تبدیل: **٪ ۹۰ به مرحله نهایی**

۷. Close & Onboarding (بستن و راهاندازی)

هدف: **تکمیل فروش و راهاندازی موفق**

زمان: **۱ روز برای بستن، ۳۰ روز برای راهاندازی**

فرآیند بستن

امضای قرارداد الکترونیکی .۱

دریافت پیشپرداخت .۲

فعالسازی حساب .۳

ارسال تأییدیه رسمی .۴

برنامه راهاندازی ۳۰ روزه

هفته ۱: **آموزش فشرده و پشتیبانی تمام وقت** -

هفته ۲-۴: **پشتیبانی فعال و پیگیری منظم** -

پایان ماه اول: **بررسی نهایی و برنامه‌ریزی ادامه** -

اولیه Lead نرخ تبدیل نهایی: **٪ ۳ از**

۲: بخش Pipeline مدیریت فروش

تعاریف مراحل Pipeline:

اطلاعات اولیه تماس ۱. **Lead:**

ICP تأیید معیارهای ۲. **Qualified Lead:**

جلسه کشف نیاز ۳. **Discovery Call:**

زمانبندی ارائه ۴. **Demo Scheduled:**

دوره آزمایشی فعال ۵. **Trial Active:**

پیشنهاد ارسال شده ۶. **Proposal Sent:**

در حال مذاکره ۷. **Negotiation:**

فروش موفق ۸. **Closed Won:**

بنرخ تبدیل هر مرحله:

- Lead → Qualified: ۵۰٪

- Qualified → Discovery: ۷۰٪

- Discovery → Demo: ۶۰٪

- Demo → Trial: ۵۰٪

- Trial → Proposal: ۴۰٪

- Proposal → Negotiation: ۸۰٪

- Negotiation → Closed: ۹۰%

نرخ تبدیل کل: ** ۳٪ از Lead تا Closed
متوسط طول سیکل فروش: ** ۱۴ روز
ارزش متوسط هر معامله: ** ۴'۲۰,۰۰۰ تومان (سالانه)

معیارهای سلامت Pipeline: **
جديد: ** حداقل ۵۰ عدد در هفته Leads تعداد ** . ۱.
حداقل ۳۰٪ Qualified: ** نرخ تبدیل ** . ۲.
متوسط طول سیکل: ** حداقل ۲۱ روز ** . ۳.
حداقل ۳ برابر هدف فروش ماهانه Pipeline: ** ارزش کل ** . ۴.
نرخ پیشرفت: ** حداقل ۲۰٪ پیشرفت در هر مرحله ** . ۵.

هشدارهای Pipeline: **
هشدار زرد: ** سیکل فروش بیش از ۲۱ روز ** -
هشدار نارنجی: ** نرخ تبدیل کلی زیر ۲٪ ** -
جدید زیر ۲۰ در هفته Leads هشدار قرمز: ** تعداد ** -

بخش ۳: پاسخ به اعتراضات رایج ** # #

**:# اعتراضات قیمتی # #

گران است"**

درک می‌کنم که قیمت اولیه ممکن است زیاد به نظر برسد. اما اجازه دهید محاسبه کنیم: منشی شما "روزانه حدود ۲ ساعت برای نوبتدهی وقت می‌گذارد که ارزش ماهانه آن حدود ۴۰۰ هزار تومان است. سیستم ما این زمان را آزاد می‌کند. علاوه بر این، افزایش رضایت بیماران و کاهش خطاهای ارزش افزوده" ایجاد می‌کند. در واقع سیستم هزینه خودش را در می‌آورد

"رقب ارزان‌تر داریم"**

سیستم‌های ارزان‌تر معمولاً هزینه‌های پنهان دارند: وقت بیشتری برای یادگیری می‌گیرند، پشتیبانی "ضعیفی دارند، و اغلب اطلاعات بیماران شما را جمع‌آوری می‌کنند. ما تمرکز تخصصی روی مطب‌های "شیراز داریم، پشتیبانی محلی قوی ارائه می‌دهیم، و اطلاعات کاملاً در اختیار خودتان می‌ماند

**:# اعتراضات فنی # #

"منشی من با تکنولوژی مشکل دارد"**

"این نگرانی کاملاً طبیعی است. به همین دلیل سیستم را بسیار ساده طراحی کردیم. آموزش اولیه فقط ۲ ساعت طول می‌کشد و در هفته اول پشتیبانی کامل داریم. تاکنون ۹۵٪ منشی‌ها بعد از یک هفته به "راحتی با سیستم کار می‌کنند. همچنین راهنمای تصویری و ویدیوهای آموزشی در دسترس است

"بیماران مسن من از اپلیکیشن استفاده نمی‌کنند"**

سیستم ما چندگانه است. بیماران جوان از اپلیکیشن استفاده می‌کنند، میانسالان پیامک دریافت می‌کنند، و "برای بیماران مسن می‌توانید همان روش تلفنی را حفظ کنید. مهم این است که وضعیت نوبت‌ها شفاف باشد و حتی اگر فقط نیمی از بیماران از ویژگی‌های دیجیتال استفاده کنند، باز هم حجم کار شما نصف "می‌شود

**:# اعتراضات زمانی # #

وقت ندارم سیستم جدید یاد بگیرم"

یادگیری سیستم جدید دغدغه مهمی است. ما کل فرآیند را مدیریت می‌کنیم: در زمان مناسب شما "آموزش می‌دهیم، داده‌های قدیمی را منتقل می‌کنیم، و در هفته اول پشتیبانی کامل ارائه می‌دهیم. معمولاً بعد از ۳-۴ روز، منشی شما راحت‌تر از سیستم قدیمی کار می‌کند"

سیستم فعلی خوب کار می‌کند"

سؤال اینجاست: آیا می‌تواند بهتر کار کند؟ هر دقیقه‌ای که بیمار در مطب منتظر می‌ماند، هم برای او "ناخوشایند است و هم فضای مطب شما را شلوغ می‌کند. سیستم ما کمک می‌کند بیماران در زمان بهینه‌تری مراجعه کنند که منجر به مطب خلوت‌تر، بیماران راضی‌تر و استرس‌کمتر برای شما می‌شود"

بخش ۴: ساختار قیمت‌گذاری و **# # SLA**

#:پلن‌های قیمتی **# # #

**پلن پایه (۳۵۰ هزار تومان ماهانه)

- نوبت‌دهی آنلاین و تلفنی -

- نمایش وضعیت لحظه‌ای به بیماران -

- اطلاع‌رسانی پیامکی -

- مدیریت اورژانس پایه -

- گزارش‌های ماهانه ساده -

- (۹-۱۸) پشتیبانی: ساعات اداری -

- آموزش: ۲ ساعت اولیه -

حداقل قرارداد: ۶ ماه -

**: پلن حرفه‌ای (۵۰۰ هزار تومان ماهانه)

- تمام ویژگی‌های پلن پایه -

- اپلیکیشن اختصاصی بیمار

- گزارش‌های تحلیلی پیشرفته -

- یکپارچه‌سازی با سیستم‌های دیگر -

- مدیریت کامل اورژانس -

- پشتیبانی اولویت‌دار -

- پشتیبانی: ۹-۲۱

- آموزش: ۴ ساعت + جلسات ماهانه -

حداقل قرارداد: ۱۲ ماه -

#: شرایط پرداخت **

۱. پیش‌پرداخت: ** ۳ ماه برای شروع*

۲. **: تخفیف‌ها

- تخفیف برای پرداخت سالانه % ۱۰ -

- تخفیف برای معرفی مشتری جدید % ۵ -

- تخفیف برای مطب‌های دارای ۳ + پزشک % ۱۵ -

۳. **: روش‌های پرداخت*

- واریز بانکی

- کارت‌خوان -

- پرداخت آنلاین -

#: (توافقنامه سطح خدمات) **SLA # # #

**پشتیبانی فنی*

زمان پاسخ: حداقل ۱ ساعت در ساعات اداری -

زمان حل مشکل: حداقل ۴ ساعت برای موارد بحرانی -

دسترسی سیستم: ۹۹/۵٪ تضمین شده -

داده‌ها: روزانه و خودکار - Backup

آموزش و راهاندازی

راهاندازی: حداقل ۲ روز کاری -

آموزش اولیه: ۴-۲ ساعت در محل -

آموزش‌های تکمیلی: ماهانه بر اساس نیاز -

تضمين‌ها

تضمين بازگشت وجه ۳۰ روزه در صورت عدم رضایت -

تضمين افزایش رضایت بیماران یا تنظیم مجدد قیمت -

تضمين کامل امنیت و محترمانگی داده‌ها -

**بخش ۵: آموزش و مدیریت تیم فروش # #

برنامه آموزش ۴ هفته‌ای

هفته ۱ : مبانی پایه

روز ۱-۲ : عمیق‌شدن در محصول و ویژگی‌ها -

روز ۳-۴ : شناخت بازار و رقبا -

روز ۵ : آشنایی با فرآیند فروش و ابزارها -

هفته ۲ : مهارت‌های فروش

روز ۱-۲ : تکنیک‌های Qualification و Discovery -

روز ۳-۴ : ارائه دمو مؤثر و پاسخ به اعتراضات -

روز ۵ : مذاکره و بستن معامله -

هفته ۳-۴ : آموزش عملی

همراهی با فروشنده ارشد در جلسات واقعی -

ارائه دموهای آزمایشی با بازخورد -

شبیه‌سازی سناریوهای مختلف فروش -

سیستم پاداش و انگیزش

حقوق و پاداش پایه

حقوق ثابت ماهانه: ۶ میلیون تومان -

کمیسیون: ۱۰٪ از درآمد ماه اول هر مشتری جدید -

پاداش هدف ماهانه: ۱ میلیون تومان برای رسیدن به هدف -

پاداش‌های ویژه**

- بهترین عملکرد ماه: ۲ میلیون تومان اضافه -

- بیشترین مشتری حفظشده: ۱ میلیون تومان -

- بهترین بازخورد مشتری: ۵۰۰ هزار تومان -

- بیشترین معرفی موفق: ۳۰۰ هزار تومان به ازای هر معرفی -

معیارهای ارزیابی عملکرد # ## #**

تعداد مشتریان جدید: ** وزن ۴۰٪ .۱

ارزش کل قراردادها: ** وزن ۳۰٪ .۲

نرخ نگهداری مشتریان: ** وزن ۲۰٪ .۳

وزن ۱۰٪ CSAT) نمره رضایت مشتریان ** .۴

جلسات منظم تیم ** # ## #

جلسه روزانه (۱۵ دقیقه)**

- بررسی برنامه روز -

- اشتراک‌گذاری چالش‌ها و موفقیت‌ها -

- تنظیم اولویت‌های روز -

جلسه هفتگی (۶۰ دقیقه)**

- بررسی عملکرد هفته گذشته -

- و پیش‌بینی فروش Pipeline تحلیل -

آموزش یک موضوع تخصصی -

تعیین اهداف هفته آینده -

جلسه ماهانه (۹۰ دقیقه)

- بررسی جامع عملکرد ماه

- تحلیل روندها و شناسایی الگوها

- برنامه‌ریزی استراتژیک برای ماه آینده

- شناسایی نیازهای آموزشی تیم

بخش ۶ : فروش به عنوان یک سیستم # # #

: چرا فروش نوبت‌نحو یک سیستم است * # ## #

: استانداردسازی کامل . ۱

هر مرحله از فرآیند فروش به دقت تعریف شده است. از اولین تماس تلفنی تا راه اندازی نهایی، هر فروشنده دقیقاً می‌داند چه کاری باید انجام دهد، چه سؤالاتی بپرسد، و چگونه به نگرانی‌ها پاسخ دهد. این استانداردسازی باعث می‌شود کیفیت خدمات ثابت بماند.

: قابلیت اندازه‌گیری . ۲

های مشخص است. نرخ تبدیل، طول سیکل فروش، ارزش KPI دارای Pipeline هر مرحله از معامله، و دهها معیار دیگر به طور مستمر رصد می‌شوند. تصمیم‌ها بر اساس داده‌ها اتخاذ می‌شوند نه بر اساس احساس یا حدس.

**قابلیت آموزش .^۳

فرآیند استاندارد شده به راحتی قابل آموزش است. فروشنده‌گان جدید می‌توانند به سرعت فرآیند را یاد بگیرند و عملکرد قابل قبولی داشته باشند. آموزش مستمر بر اساس عملکرد واقعی و بازخورد مشتریان انجام می‌شود.

**قابلیت بهبود مستمر .^۴

فرآیند فروش ایستانا نیست. بر اساس تحلیل داده‌های عملکرد، بازخورد مشتریان، و تغییرات بازار، به طور مستمر بهینه می‌شود. هر فرضیه آزمایش می‌شود و در صورت موفقیت، در فرآیند استاندارد گنجانده می‌شود.

**ابزارهای پشتیبان مناسب .^۵

ابزارهای دمو Pipeline برای مدیریت CRM تیم فروش به ابزارهای لازم مجهز است: سیستم برای نشان دادن ارزش، اسناد استاندارد برای تسهیل فرآیند، و ROI برای ارائه مؤثر، ماشین حساب سیستم گزارش‌گیری برای تحلیل عملکرد

##مزایای سیستم بودن فروش**

**پیش‌بینی‌پذیری

با داشتن نرخ تبدیل‌های مشخص و طول سیکل استاندارد، می‌توان عملکرد فروش را به دقت پیش‌بینی کرد. این برای برنامه‌ریزی مالی و عملیاتی حیاتی است

****:کنترل کیفیت***

استانداردسازی باعث می‌شود کیفیت خدمات در تمام جلسات فروش ثابت بماند. مشتریان بدون توجه به اینکه با کدام فروشنده کار می‌کنند، تجربه مشابه و باکیفیتی دریافت می‌کنند.

****:مقیاس‌پذیری***

سیستم استاندارد به راحتی مقیاس می‌پذیرد. با افزایش تعداد فروشنده‌گان، نیازی به بازطراحی فرآیند نیست. تنها نیاز به آموزش فروشنده‌گان جدید بر اساس فرآیند موجود است.

****:کاهش وابستگی به افراد***

در سیستم‌های مبتنی بر افراد، عملکرد به مهارت افراد خاص وابسته است. در سیستم، عملکرد به فرآیند وابسته است که قابل کنترل و بهبود است.

****:بادگیری سازمانی***

تجربیات موفق و ناموفق در سیستم ثبت و تحلیل می‌شوند. بهترین روش‌ها استاندارد می‌شوند و از تکرار اشتباهات جلوگیری می‌شود.

#:نتیجه‌گیری**

فروش در نوبت‌نو یک **علم** است نه یک **هنر**. یک **فرآیند سیستماتیک** است نه یک **رویداد اتفاقی**. یک **سیستم مهندسی شده** است نه یک **عملکرد فردی**. این نگرش است که تضمین می‌کند رشد کسبوکار قابل پیش‌بینی، پایدار، و مقیاس‌پذیر خواهد بود. هر معامله نه به عنوان یک موفقیت فردی، بلکه به عنوان داده‌ای برای بهبود سیستم در نظر گرفته می‌شود.