

ЧЕК-ЛИСТ начало продаж в торговую сеть

Этот чек-лист предназначен для компаний, желающих начать продажи в торговые сети. Он содержит пошаговый алгоритм действий, охватывающий основные этапы сделки и необходимые действия на каждом этапе.

Структура презентации:

1. 1. Подготовительный этап:

Анализ рынка, определение целевой аудитории, выбор торговых сетей, подготовка коммерческого предложения.

2. 2. Этап установления контакта:

Поиск контактных лиц, первичный контакт (телефон, email, личная встреча), формирование интереса.

3. 3. Этап переговоров:

Презентация продукта, обсуждение условий сотрудничества, работа с возражениями.

4. 4. Этап заключения сделки:

Согласование условий, подписание договора, планирование первых поставок.

5. 5. Этап развития сотрудничества:

Анализ результатов, оптимизация процессов, долгосрочное планирование.

Детальный разбор этапов:

1. Подготовительный этап:

• Анализ рынка:

- Изучение конкурентов в выбранном сегменте.
- Определение трендов и перспектив развития.
- Анализ потребительского спроса.
- Определение потенциальных торговых сетей для сотрудничества.

• Определение целевой аудитории:

- Выбор конкретных категорий покупателей, на которых нацелен продукт.
- Анализ их потребностей и предпочтений.

• Выбор торговых сетей:

- Оценка соответствия продукта сети.
- Оценка условий сотрудничества (ассортимент, цены, логистика).
- Анализ репутации сети и ее целевой аудитории.

• Подготовка коммерческого предложения:

- Описание продукта, его преимуществ и уникальности.
- Определение ценовой политики и условий сотрудничества.
- Подготовка презентационных материалов (каталоги, образцы).

2. Этап установления контакта:

• Поиск контактных лиц:

- Определение ответственных за закупки в выбранных сетях.
- Сбор контактной информации (email, телефон, ФИО).

• Первичный контакт:

- Выбор канала коммуникации (телефон, email, личная встреча).
- Составление краткого и цепляющего сообщения.
- Представление продукта и предложение встречи для презентации.
- **Формирование интереса:**
 - Ответы на вопросы потенциальных клиентов.
 - Подчеркивание преимуществ продукта и выгод сотрудничества.
 - Создание позитивного первого впечатления.

3. Этап переговоров:

- **Презентация продукта:**
 - Демонстрация продукта, его свойств и характеристик.
 - Подчеркивание уникальности и преимуществ.
 - Акцент на выгодах для сети и конечного потребителя.
- **Обсуждение условий сотрудничества:**
 - Согласование ассортимента, цен, сроков поставки.
 - Обсуждение маркетинговой поддержки и рекламных акций.
 - Анализ возможностей для долгосрочного сотрудничества.
- **Работа с возражениями:**
 - Проработка возможных возражений клиентов.
 - Предложение решений и компромиссных вариантов.
 - Умение убеждать и находить взаимовыгодные решения.

4. Этап заключения сделки:

- **Согласование условий:**
 - Окончательное утверждение условий сотрудничества.
 - Подготовка и подписание договора.
- **Планирование первых поставок:**
 - Согласование графика поставок.
 - Подготовка необходимой документации.
 - Организация логистики и доставки товара.

5. Этап развития сотрудничества:

- **Анализ результатов:**
 - Оценка объемов продаж и эффективности сотрудничества.
 - Сбор обратной связи от торговой сети.
 - Анализ эффективности рекламных кампаний.