

IT Sales: технологии продаж

Коломийцева Юлия



Education
Academy

Идеальный sales-мир

**Хорошо
настроенные бизнес-
процессы
и удобные sales-
инструменты**

**Меньше стрессов
от клиентов**

**Эффективная
система мотивации**

**Хорошее
отношение со
стороны
руководства**



**Клиенты платят
100% за проект**

Идеальный sales-мир

ITEA

**Заинтересованность
всей компании в
осуществлении
продажи**

**Договоры, которые
бы всех устраивали**

**Достаточное
количество
лидов по всем
каналам продаж**

**Технические
специалисты,
которые бы хорошо
знали англ.язык**



**5 жизненно необходимых
навыков
IT Sales manager**

1

**Cold letter:
осуществляйте
первый контакт
эффективно**

35% получателей электронной почты открывают сообщения электронной почты на основе темы и ничего больше

Темы с именем получателя имеют на **2,6%** больше шансов быть открытыми

35% специалистов читают
электронную почту на мобильном
устройстве

43% получателей email letters
отмечают электронную почту
как спам, основываясь только
на адресе отправителей

Большинство писем отправляются в корзину, так как ни один из авторов не удосуживается потратить на письмо больше минуты.

Cold letter: must have

**Говорите искренние
комплименты
клиенту,
интересуйтесь его
бизнесом**

**Будьте полезны
клиенту + бережно
относитесь к его
времени**

**Ответьте на вопрос:
“Почему клиент
должен общаться
именно с Вами”?**

**Одна основная мысль
письма и один призыв
к действию**

Cold letter: инструкция к применению

1. Кому отправлять cold e-mail?

2. Узнайте правильные контактные данные интересующей вас компании, а также Ф.И. ЛПРа.

3. Тема письма. Тема должна содержать “крючок”.

Тема НЕ должна содержать слова и словосочетания: продажи, увеличение продаж, повышение эффективности, скидка, уникальное предложение, только для Вас и т.д.

Cold letter: инструкция к применению

4. Что писать в начале холодного письма?

Абзац, который следует за обращением, может содержать небольшой комплимент клиенту/ его компании.

Важно! указать то, где вы взяли данный е-мейл или какие основания для написания данного письма.

5. Не начинайте холодное письмо рассказом о вашей компании.

6. Не пытайтесь в первом письме продать.
Письмо - это знакомство с клиентом.

Cold letter: инструкция к применению

7. Вложения очень важны. Вложения в виде скринов, расчетов, которые показывают выгоду для клиента, могут сыграть решающую роль.

8. Письмо необходимо заканчивать призывом к действию или вопросом.

9. Старайтесь с помощью письма вывести клиента на более “живую” коммуникацию.

2

**Up-sell - продажа без
затрат на
привлечение нового
клиента**

Up - sell: коротко о главном

Up - sell не дает клиенту
забыть о Вас

Up - sell сделки идут
быстрее, проходят проще
и лояльней

Правильный инфоповод
для up-sell - залог успеха

UP-SELL

**Постоянный
контакт
с клиентом**

**Доверие
клиента**

**Инфоповод
для
Up - sell**

3

**SPIN-технология:
особенности
применения в IT
sales**



СПИН - техника продаж, разработанная еще в 1988 году Нилом Рекхэмом.

В продажах важно не навязывать товар, а продавать именно то, что нужно клиенту, то, что поможет ему и его бизнесу.

Метод стал популярным при совершении крупных сделок и долгосрочных контрактов.

“Если серьезность проблемы превышает цену ее решения, это станет основой для успешной продажи”

Отличия небольшой и крупной продажи

“Небольшая продажа” - это продажа, которую можно завершить в течение одной встречи.

В отличие от нее, **“крупная продажа”** - это продажа, которая совершается на протяжении более длительного периода времени, и **требует нескольких встреч**, причем часто сэйлзмэну придется встретиться с несколькими представителями покупателя.

Только в небольших продажах успех вызывается энергией, энтузиазмом, напористостью, способностью без усталости говорить о своем продукте." (Нил Рикхем)

S - situation

Ситуационные вопросы - помогают установить контакт с клиентом и определить особенности его бизнеса.

P - problem

Проблемные вопросы - позволяют клиенту обратить внимание на существующие проблемы.

I - implication

Извлекающие вопросы - помогают узнать, как клиент планирует решать проблемы и что произойдет, если они не будут решены.

N - need - payoff

Направляющие вопросы - помогают клиенту увидеть то, как Ваш товар/услуга поможет ему решить его проблему.

Ситуационные вопросы

Вы можете узнать максимум информации о клиенте и его бизнесе.

Узнать, использовал ли клиент данного рода услуги и какой был опыт.

Ситуационных вопросов нельзя задавать много, потому что клиент может потерять интерес из-за что у него отнимают слишком много времени.

Проблемные вопросы

Вы можете узнать, чем недоволен клиент в существующих способах продвижения компании. Решением этих проблем послужит предлагаемая Вами услуга.

От того, что Вы выясните и как качественно это сделаете, будет зависеть, что именно из услуг Вы предложите и как.

Извлекающие вопросы

Их задача заострить внимание клиента на значимости существующих на данный момент проблем.

Вы можете с помощью данных вопросов обратить внимание клиента на последствия текущих проблем, если он не займется их решением.

Направляющие вопросы

Направляющие вопросы Вы задаете тогда, когда клиент понял насколько проблема серьезна, и пришел к выводу, что нужно что-то менять. В этот тип вопросов, Вы включаете варианты решения проблемы. Задавая вопрос мы предлагаем покупателю очередную выгоду от нашей услуги.

4

Немного о тайм-менеджменте

ВСЕ УСПЕЛ

Умение расставлять приоритеты

Умение отдыхать

**Спокойствие, только
спокойствие!**

Умение откидывать лишнее

Каждому делу - свое время!

Долой прокрастинацию

**Повышение эффективности
рабочего дня**

Метод
“поедания
слонов”

Метод “съешь
лягушку”

ITEA



Метод “помидора”



Метод блочной работы



Метод “недельный круг”

Жесткие задачи	Выполнение задач строго привязано к определенному времени.
Гибкие задачи	Дела, не имеющие строгой временной привязки.
Бюджетируемые задачи	Задачи требующие выделения определенного “бюджета времени”.
Делегируемые задачи	Задачи, выполнение которых можно поручить кому-то другому.
Уточняющие задачи	Дела, требующие перед выполнением уточнения каких-то деталей у других людей

Что делать, если?

**ваша работоспособность
сильно зависит от настроения**

**вы не выносите рутинную,
однообразную работу**

**вы стремитесь развиваться в
нескольких направлениях**

**вы чувствуете себя некомфортно в
положении строгой определенности**

**вы затрудняетесь следовать
четкому плану**

**вы беретесь за все и мало что
доводите до конца**

Около 50% людей на земле являются иррационаллами, а значит им не подходит классический тайм-менеджмент.

Основная проблема иррационально мыслящих людей – скука.

Принуждение себя действовать в соответствии с планом убивает интерес к делу.

Спонтанное планирование – лекарство от скуки

**Разрешите себе
двигаться в
нескольких
направлениях**

Не бойтесь погрузиться в хаос, при осознанном подходе и минимуме контроля это будет только помогать.

**Составьте список дел
без точного времени
выполнения**

Список дел - это просто шпаргалка, чтобы ничего не забыть. Впишите в него не только то, что вам нужно делать, но и то, что вам нравится.

**В течение дня
спонтанно
переключайтесь с
одного дела на другое**

Не занимайтесь одним и тем же делом долгое время. Работайте в непривычной обстановке. Смена обстановки всегда пойдет на пользу.

5

**Кастомизированные
продажи: миф или
реальность?**

Кастомизированные продажи

основаны на системе
нескольких
“касаний” с
клиентом

требуют
индивидуального
подхода к каждому
клиенту

необходимо время
на анализ компании
клиента для того,
чтобы найти точки
соприкосновения и
“зацепки” для
контакта с клиентом

Кастомизированные продажи

желательно,
наличие **“боли”** у
клиента и наша
возможность
помочь его бизнесу

sales должен
обладать знаниями
по основам
интернет-
маркетинга и
уметь проводить
спец.аудиты

продажа строится **на**
доверии и нашей
экспертизе в
определенной нише
(наличие кейсов по
нишам)

Какая может быть “боль” у клиентов?

**амбиции и самолюбие
клиента**

**потери для бизнеса
клиента**



Где искать клиентов?

Job sites (вакансии в штат и на удаленку)

**органическая выдача по целевым запросам в локальном поиске
([google.ru/kz/eu](https://www.google.ru/kz/eu))**

тематические сообщества в социальных сетях

портфолио веб - студий и агентств

фриланс - биржи и площадки по поиску специалистов

Схема организации продаж

**7. Проработка базы по схеме
нескольких “касаний”**

6. Сбор ХБ в CRM систему

5. Подготовка кейсов в нише

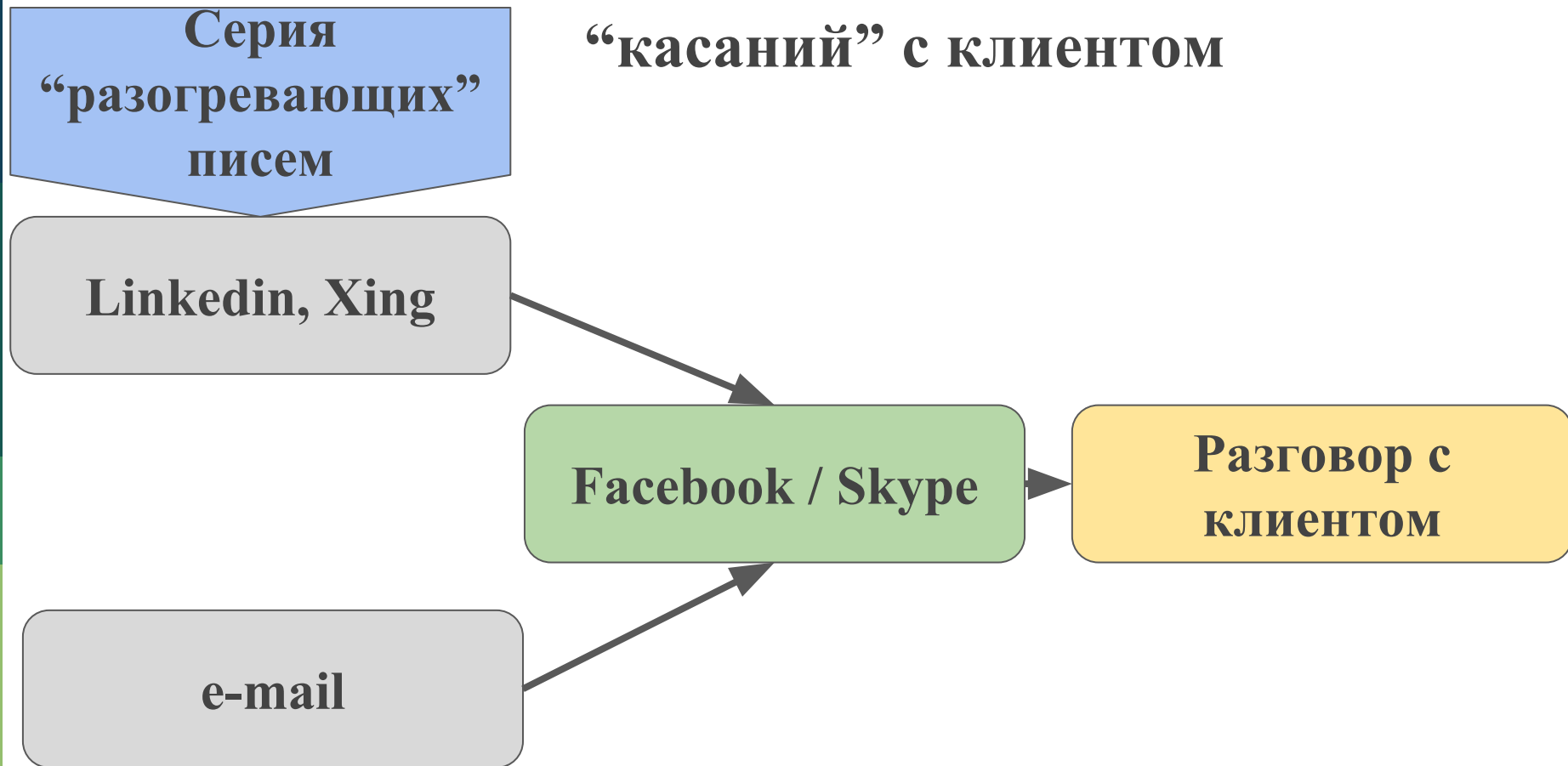
**4. Анализ рынка данной нише в
указанном регионе**

3. Выбор географии клиентов

**2. Анализ ниши: возможные
проблемы и последствия**

**1. Выбор ниши (с наличием
экспертизы)**

Схема нескольких “касаний” с клиентом



Оценка личной эффективности сотрудников отдела продаж



Цели оценки сотрудников отдела



**Выявление
слабых мест в
компетенциях
менеджера**

**Коррекция
навыков и
установок по
итогам проверки**

**Выявление
комплексных
пробелов в работе
отдела или всей
компании, их
исправление**



Оценку персонала необходимо проводить с определенной периодичностью, не дожидаясь возникновения проблем!

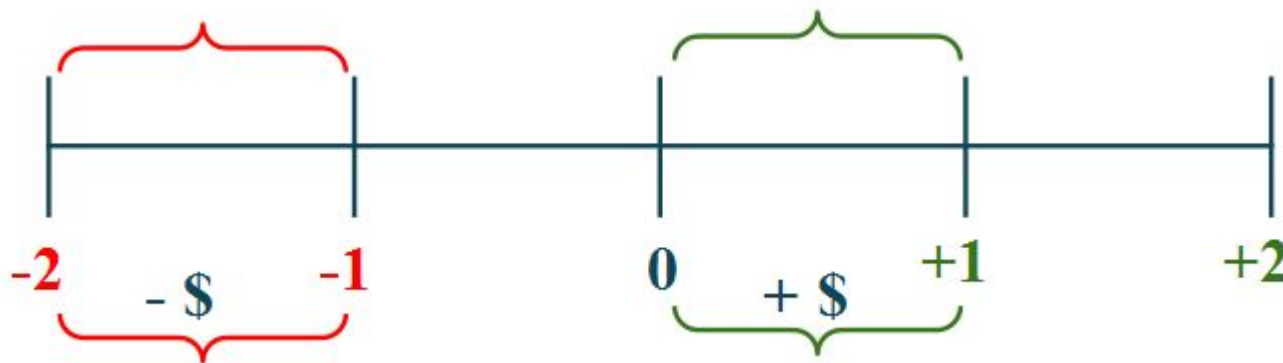


Экспертную оценку сотрудников необходимо проводить по факту закрытия планового периода.

Экспертная оценка

Каждый +- бал аргументируем 3 факторами

Самооценка



Каждый +- бал аргументируем 3 факторами

Оценка руководителя

Категории личной эффективности

Целеполагание

Планирование

Тайм-менеджмент

Самоконтроль

Умение общаться с
людьми



Задачи в системе SMART

**S****M****A****R****T****Specific**

Конкретные

Measurable

Измеримые

Attainable

Достижимые

Relevant

Актуальные

Time-boundОграниченные
во времени

**Что конкретно
Вы хотите
достигнуть?**



**В чем будет
измеряться
результат?**



**Цель
достижимая?**



**Ваши цели
согласованы с
целями
компании?**



**Сколько времени
потребуется,
чтобы достичь
цели?**

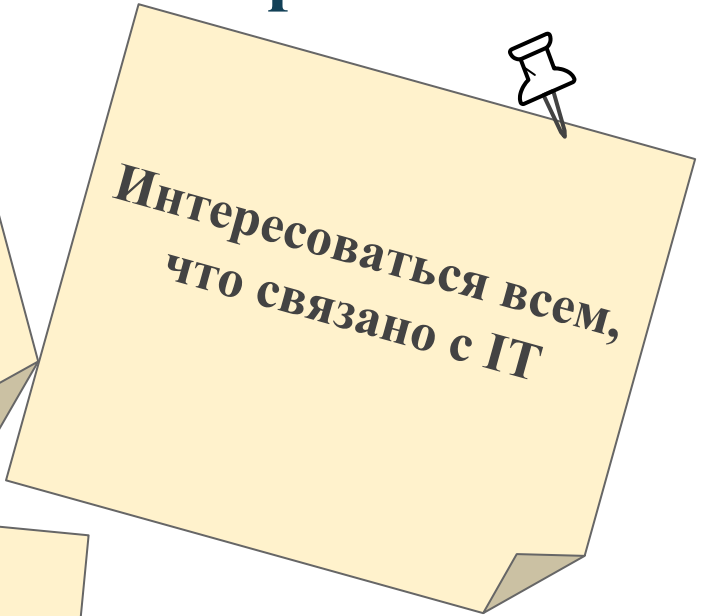
Заповеди идеального sales-мира



Быть активным



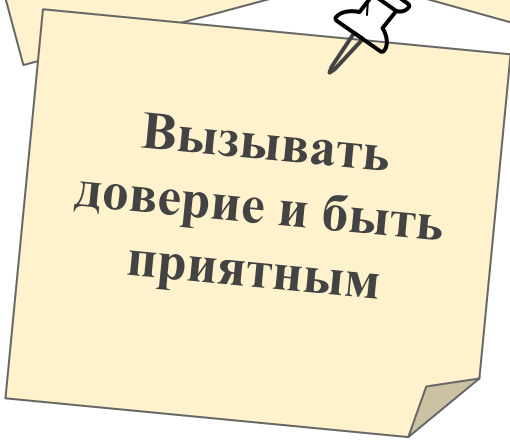
**Уметь говорить
“НЕТ”**



**Интересоваться всем,
что связано с IT**




**Интересоваться
клиентом**



**Вызывать
доверие и быть
приятным**

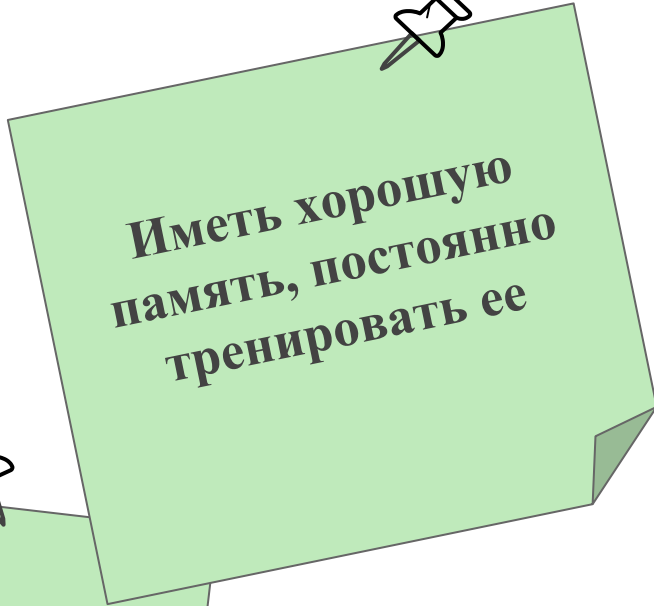
Заповеди идеального sales-мира



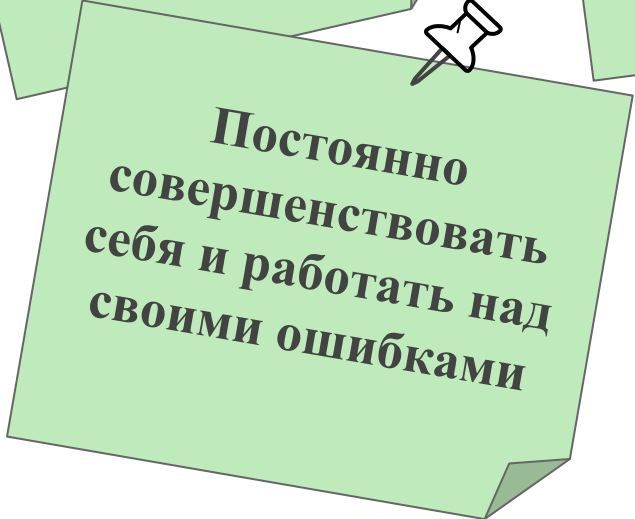
Уметь слышать и
слушать



Быть гибким и
вежливым



Иметь хорошую
память, постоянно
тренировать ее




Постоянно
совершенствовать
себя и работать над
своими ошибками



Быть в меру
напористым


Заповеди идеального sales-мира



Уважать себя и
других




Быть
продуктивным и
организованным



Иметь хорошие
коммуникативные
способности



Заниматься
спортом



Читать бизнес
литературу,
посещать IT форумы

УСПЕШНЫХ ПРОДАЖ

Спасибо за внимание

Коломийцева Юлия

julia.kebalo@gmail.com

skype: julia_kebalo

facebook.com/yulia.kebalo



Education
Academy