**Что не так с Вашей презентацией ?**

Неужели она не настолько хороша как Вы думаете?

Даже если это так – не отчаивайтесь, ведь создание идеальной презентации долгий и трудоемкий процесс, поэтому смело можно сказать что и совершенству нет предела ;)

Ваша презентация (в какой форме она не была бы – онлайн или офлайн и речь не только о слайдах, но и про каждого продавца, стиль общения с клиентами и тд.) скорее всего неэффективна из-за одной из 4 причин

**1. Не про покупателя**

Too often, the presentation is about the company instead of the customer. Слишком часто презентация рассказывает о компании, а не о покупателе.

Правда в том, что (особенно в первое время) большинству клиентов все равно как развивалось Ваше предприятие и его история в целом. Строители, архитекторы, подрядчики, и дистрибьюторы, которым вы продаете, не интересуются, как долго вы занимаетесь бизнесом или насколько он крупный.

Больше всего их волнует, как вы можете решить их проблемы или сделать их жизнь проще. Если они не сразу поняли, как Вы это можете сделать, то, возможно, Вы их уже потеряли.

Ваш продукт находится в центре внимания торговой презентации, но потребности клиента должны также там отображаться.

**2. Подготовка персонала**

Чтобы продать ваш продукт, продавцы должны рассказать правильную историю. Они не смогут этого сделать, если вы их этому не научите.

Вам следует нанять продавцов, обладающих отличными навыками продаж, но если Вы не донесете им цель и миссию компании – толку будет немного. Даже самые яркие звезды продаж должны быть грамотно оснащены.

Думать, что Вы можете освободить своих продавцов списком потенциальных клиентов, и волшебство произойдет, - это просто фантазия.

Правильная и основательная подготовка всегда улучшает показатели конверсии.

**3. Обновление презентации**

Информация быстро устаревает, поэтому такие вещи как презентация компании должны идти в ногу со временем, иначе кто-то из Ваших конкурентов сделает это первым. Пример работы отдела продаж автомобильной промышленности (да, она не связанна на прямую со строительной, но этот принцип касается практически любой индустрии)

Автомобильная промышленность вкладывает большие средства, чтобы убедиться, что их продавцы знают, как продавать модель этого года. Их обучают тому, как потребности клиентов меняются каждый год - потому что они меняются так быстро.

Их также учат, как представить преимущества своего продукта над конкурентами, даже если конкуренция развивается.

Когда вы в последний раз обновляли презентацию о продажах? Если этого не было в прошлом году, значит, просрочено.

**4. Работа продавца – не рутина**

Многие продавцы уделяют большую часть своего времени текущим клиентам. Это безусловно важно, но это также означает, что они со временем теряют сноровку и могут возникнуть трудности при работе с новым потенциальным клиентом.

Привлечь новых клиентов сложнее, чем работать с уже существующими. Это умение, которое может заржаветь.

Каждый в вашем отделе продаж должен обращаться к кому-то новому и делать это на регулярной основе. В противном случае они, вероятно, потерпят множество неудач, когда придет время привлекать новый бизнес.

**Эти простые действия помогут Вам улучшить результат**

Такие распространенные проблемы исправить несложно. Привлечение новых клиентов в ваших силах. Все, что вам нужно сделать, это снабдить команду продаж эффективной презентацией, которая обновляется ежегодно. Если вы хотите, чтобы они работали еще лучше, дайте им необходимое обучение и убедитесь, что они регулярно используют свои навыки. Отстойная торговая презентация - пустая трата времени каждого - вашего, продавца и, что самое важное, ваших клиентов. Если вы приложите все усилия, чтобы сохранить ее свежей и ориентированной на клиента, вы уже в ближайшее время увидите разницу.