

# Десять стратегий увеличения продаж

Максим Цариков

# Используйте много разных способов привлечения и удержания клиентов



- > 350 различных стратегий
- < 4% доля любого поставщика в общем объеме
- > 3 тыс. общее количество поставщиков

# Education marketing

- повышает доверие и лояльность к вам со стороны клиентов
- во время обучения продавать намного легче

# Измеряйте свои ключевые показатели

- **Стив Шиффман** - «Техники холодных звонков, которые действительно работают»

**Пять** дней в неделю менеджер совершает **15** холодных звонков. В среднем из этих **15** звонков он в **семи** случаях дозванивается до нужного человека, принимающего решения. Из этих **семи** дозвонков ему удастся назначить **одну** новую деловую встречу. Таким образом, к концу рабочей недели у менеджера есть **пять** назначенных новых деловых встреч.

Кроме того, ему известно, что на каждые **пять** новых деловых встреч он проводит **три** повторные, поэтому в конце каждой недели общее количество назначенных встреч равно **восемь**. И он знает, что в среднем **одна** из этих **восемь** встреч заканчивается продажей. К концу года у него будет около **50** новых клиентов, которых бы просто не было, не совершай он каждый день по **15** холодных звонков.

**А вы знаете свои ключевые маркетинговые показатели?**

# **Используйте правильную модель маркетинга**

- **Билл Глэйзер** - использовал директ-маркетинг на все 100%

# **Не пытайтесь продавать «в лоб». Используйте**

## **двухшаговые продажи**

- **Компьютерный магазин - «101 способ помочь вашему ребенку попасть в университет своей мечты»**

«Приходите к нам каждую субботу с вашими детьми, и вы увидите, как работают секреты с 50-го по 68-й. Бесплатный Интернет, чай с печеньем и дружелюбные инструктора гарантированы».

# Использование УТП

- **Вопрос** - «Почему я, ваш потенциальный клиент, среди всего множества компаний должен выбрать именно вашу?»
- **Domino's Pizza** 1960 год - «Свежая, горячая пицца за 30 минут, или вы получите ее бесплатно!»

# **Keep in touch, или система регулярных касаний**

- **Дэн Кеннеди «buy or die»**



# Создайте ценовую линейку продуктов

- Автомобильные компании
- Строительные компании
- Софтверные компании – Light, Standard, Premium, Gold, Platinum и т.д
- Отели
- Театры и кино

# Используйте систему перекрестных продаж (cross-sell)

- [Amazon](#)
- [McDonald's](#)
- [Expedition](#)

# три способа увеличить объем продаж

1. увеличить количество клиентов
2. увеличить среднюю стоимость покупки
3. увеличить среднее число (частоту) покупок, совершаемых клиентом.

Если мы говорим о прибыли (валовой), то добавляется четвертый показатель - маржа.

1. Cross-sell
2. Up-sell
3. Бонусы постоянным клиентам
4. Бонусы, увеличивающие ценность продукта - для поднятия цены и/или увеличения конверсии
5. Двухшаговые продажи
6. Регулярные касания (keep in touch)
7. Обучение продавцов и менеджеров по продажам
8. тестирование цен
9. элементы интерактивности для вашего целевого рынка (конкурсы, лотереи, вебинары, семинары, тесты, опросы и т.д.)
10. переделать рекламу по принципу маркетинга прямого отклика
11. используйте сильные заголовки
12. непреодолимые предложения (irresistible offer - предложение, от которого невозможно отказаться)
13. ограничение (deadline) - по времени, количеству бонусов, только первым N купившим и т. д.
14. призыв к действию "прямо сейчас"
15. моделируйте успешные компании - не только из своей отрасли, но и из других отраслей.
16. освоите искусство копирайтинга - написания продающих текстов. Нет ни одной проблемы в бизнесе, которую нельзя было бы решить с помощью хорошего продающего письма (Кто-то из великих копирайтеров - то ли Гари Халберт, то ли Ден Кеннеди)
17. мерчандайзинг (выгодное расположение товара на витринах в розничной точке)
18. заставьте ваш сайт продавать (или генерировать поток лидов в оффлайн)
19. используйте социальные сети - за небольшие деньги можно нагнать целевую группу в контакте или фейсбуке и делать туда свои маркетинговые предложения
20. партнерство с неконкурирующими компаниями
21. партнерство с конкурентами ("сливание" контактов тех, кто не купил)
22. отзывы
23. рекомендации
24. и так далее...