

КАК НАСТРОИТЬ ПОНЯТНУЮ СИСТЕМУ КОНТРОЛЯ В ОТДЕЛЕ ПРОДАЖ

СПИКЕР: АЛЕНА БЕССОНОВА



СЕГОДНЯ РАЗБЕРЕМ:

1. Без чего отдел продаж не можем функционировать?
2. Ключевые показатели в отделе продаж. Как и когда их замерять?
3. Понятная система упаковки всех материалов и регламентов в отделе продаж
4. Как руководителю влиять на качество продаж и клиентский сервис

ДАВАЙТЕ ПОЗНАКОМИМСЯ



**АЛЕНА
БЕССОНОВА**
ЭКСПЕРТ В ПРОДАЖАХ



@bessonovasales

Эксперт по построению бизнес процессов и управлению в отделе продаж.

За время работы построила 39 отделов продаж, для таких компаний как Бизнес Молодость, Mills, Runferry, Mola, Cruzo, LinkAddIN, Kochut. Также опыт в сферах: b2b услуг, образование, ритейл и производства.

В продажах 7 лет. Прошла путь от менеджера по продажам до директора продаж - 109 менеджеров.

Компетенции: разработка аналитики и отчетности, разработка стратегии развития ОП, настройка системы управления в отделе продаж.
Команда: 8 специалистов.

kochuf

ТЕРМОПЛЮС
рішення, що вражають!

Window
orld
ater

ИНСТРОЙ

runferry

НАШ ДОМ

VooDoo
ECOMMERCE
ACADEMY

AVA GROUP

2012
DERZHAVIN
BUREAU

CAIKA Tech
Group

TOP COSMETICS

QMARKETING
ACADEMY

Dow Jones Bots

stomat
service

ideale
здоровая семья

Soprano
dental house

GoRazh

CHOICE

ПОКУПАЙКО

RAVEN BIG
CAPITAL
www.raven.net.ua

EXIT JAZZ

mills

VS
CENTER
vs-center
Чинить легко!

LinkAddin

SARGOJ

LEADSPEED top

HOLST
PRINT

МАСТЕРСКАЯ МОДЫ
ПЕРВАЯ УКРАИНСКАЯ FASHION & DESIGN ШКОЛА

TIME 2 LEAD

ГЕПАРАД
ПЕЙНТБОЛ-КЛУБ

алпакс
Smart покування

ТИТАН
ЮРИДИЧЕСКАЯ КОМПАНИЯ

A class

Laser 22
CLINIC

AVTO BOOM

Perio Center
ЦЕНТР ПАРОДОНТОЛОГИИ

ТОП
АВТО
запчасти

PrimeLaser
SYSTEMS

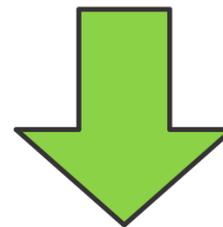
IGRAND

CRUZO®
Мебель ручной работы

Lux Site

БМ
БИЗНЕС
МОЛОДОСТЬ

**НАПИШИТЕ ВАШУ НИШУ И КОЛИЧЕСТВО
ПРОДАВЦОВ В ОП**



**ОДИН, САМЫЙ АКТИВНЫЙ УЧАСТНИК ПОЛУЧИТ
ПОДАРОК ЗА 300 ДОЛЛАРОВ**



Система продаж состоит из :

1. Стратегии отдела продаж
2. Системы мотивации сотрудников
3. Скрипты , лист работы с возражениями
4. Регламенты работы отдела продаж : должностная инструкция, путь клиента , Свот анализ и др.
5. CRM Система и ИП телефония
6. Система показателей отдела продаж
7. Обучение сотрудников и контроль их качества продаж

Система продаж состоит из :

1. Стратегии отдела продаж

Система продаж состоит из :

1. Стратегии отдела продаж
2. Системы мотивации сотрудников

Система продаж состоит из :

1. Стратегии отдела продаж
2. Системы мотивации сотрудников
3. Скрипты , лист работы с возражениями

Система продаж состоит из :

1. Стратегии отдела продаж
2. Системы мотивации сотрудников
3. Скрипты , лист работы с возражениями
4. Регламенты работы отдела продаж : должностная инструкция, путь клиента , Свот анализ и др.

Система продаж состоит из :

1. Стратегии отдела продаж
2. Системы мотивации сотрудников
3. Скрипты , лист работы с возражениями
4. Регламенты работы отдела продаж : должностная инструкция, путь клиента , Свот анализ и др.
5. CRM Система и ИП телефония

Система продаж состоит из :

1. Стратегии отдела продаж
2. Системы мотивации сотрудников
3. Скрипты , лист работы с возражениями
4. Регламенты работы отдела продаж : должностная инструкция, путь клиента , Свот анализ и др.
5. CRM Система и ИП телефония
6. Система показателей отдела продаж

Система продаж состоит из :

1. Стратегии отдела продаж
2. Системы мотивации сотрудников
3. Скрипты , лист работы с возражениями
4. Регламенты работы отдела продаж : должностная инструкция, путь клиента , Свот анализ и др.
5. CRM Система и ИП телефония
6. Система показателей отдела продаж
7. Обучение сотрудников и контроль их качества продаж

КЛЮЧЕВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ В ОТДЕЛЕ ПРОДАЖ. КАК И КОГДА ИХ ЗАМЕРЯТЬ?

11 ФУНКЦИЙ КОМПАНИИ

- ГЛАВА КОМПАНИИ
- МАРКЕТИНГ
- ПРОДАЖИ
- ПРОИЗВОДСТВО
- БУХГАЛТЕРИЯ
- R&D (ИССЛЕДОВАНИЯ И РАЗРАБОТКИ)
- IT
- ЗАЩИТА ИНТЕРЕСОВ КЛИЕНТА
- HR
- ФИНАНСОВО-КАЗНАЧЕЙСКИЙ ОТДЕЛ
- РАЗВИТИЕ ТАЛАНТОВ/ОБУЧЕНИЕ

ЕСТЬ 2 ТИПА ПОКАЗАТЕЛЕЙ В ОТДЕЛЕ ПРОДАЖ:



ОПЕРЕЖАЮЩИЕ

ЗАПАЗДЫВАЮЩИЕ

Показатели эффективности по МАРКЕТИНГУ:

МАРКЕТИНГ

Опережающие

- К-во проведенных мероприятий и кампаний
- % следования контент плану
- Регулярный сбор ОС от отдела продаж, партнеров, клиентов
- АВ-тесты
- Количество публикаций
- Скорость передачи клиента менеджеру
- К-во собранных фидбеков от клиентов
- Анализ коммерческих условий конкурентов

Запаздывающие

- Лиды: стоимость, кол-во, качество
- Конверсия (лендинг / воронка)
- Стоимость клиента (не лида)
- Средний чек
- К-во подписчиков
- К-во повторных покупок
- К-во обращений по рекомендации
- % вложений на рекламу к выручке
- К-во положительных отзывов
- Рост узнаваемости бренда среди ЦА
- Доверие к бренду (NPS)
- SMM охвата

Показатели эффективности СОБСТВЕННИКА:

Глава компании

Опережающие

- Ежедневное отслеживание KPI (дешборд);
- К-во проведенных stay интервью с ТОПами и ключевыми сотрудниками на еженедельной основе
- К-во контрольных срезов по показателям в рамках отчета
- % финальных собеседований с кандидатами
- Проведение ежемесячных общекорпоративных встреч
- Контроль опережающих показателей каждой функции
- Регулярное донесения стратегии и миссии до всей компании

Запаздывающие

- Доход
- Валовая прибыль
- EBITDA
- Чистая прибыль
- Возврат на инвестиции (ROI)
- Капитализация
- Доля рынка
- % А-плейеров
- Выручка на сотрудника

Показатели эффективности ПРОИЗВОДСТВА:

ПРОИЗВОДСТВО

Опережающие	Запаздывающие
<ul style="list-style-type: none">• Проверка 100% продукции отделом качества• Соблюдение графика поставки сырья• Проверка соответствия сырья документам• Соблюдение графика тех осмотра оборудования• Соблюдение ППР оборудования (планово-предупредительный ремонт)• Регулярное проведение инструктажа на рабочем месте• Следование графику подготовки и обучения сотрудников• Соблюдение графика поставки расходных материалов и комплектующих	<ul style="list-style-type: none">• Объем произведенной продукции (штуки/ деньги)• К-во запущенных программ• % выполнения плана производства• Затраты на единицу продукции (себестоимость)• Время на единицу продукции (производственный цикл)• Качество готовой продукции• % брака• % простоя оборудования• Скорость ремонта• Стоимость ремонта согласно бюджету• % эффективной загрузки нового оборудования

Показатели эффективности БУХГАЛТЕРИИ:

БУХГАЛТЕРИЯ

Опережающие

- Ежедневный контроль внесения первичной документации
- Сроки составления и подачи отчетности в контролирующие органы
- Сроки сбора оригиналов документов
- Сроки проведения всех банковских операций
- Вовремя начисленная зарплата, отпуск, командировки, больничные
- Нулевые сверки с бюджетом
- Нулевые сверки с контрагентами
- Внедрение электронного документооборота на всех участках

Запаздывающие

- Следование графику платежей согласно запросов отделов
- % штрафов от не вовремя зарегистрированных налоговых накладных
- % штрафов от не вовремя сданной отчетности
- Наличие корректировок после закрытия периода
- Вовремя оплачены налоги на зарплату
- Вовремя погашен кредит и % по кредиту
- Своевременное обслуживание факторинга

Показатели эффективности по отделу продаж:

Опережающие

- К-во касаний с клиентами (встречи/ звонки)
- % вовремя обработанных заявок клиентов
- К-во отправленных КП
- К-во отправленных образцов
- К-во контактов с ЛПРами после получения образцов
- Качество презентации
- К-во просроченных задач
- % диалогов по скрипту
- качественное ведение CRM
- К-во менеджеров прошедших обучение
- К-во клиентов прошедших наше обучение
- К-во менеджеров по продажам

Запаздывающие

- Объем продаж (на компанию, филиал, менеджера)
- Объем продаж продукта N (приоритетного)
- К-во новых клиентов
- Объем контрактов
- Цикл продаж
- Средний чек
- Дебиторская задолженность
- Средняя длительность сделки
- % конверсии
- Остатки на складе
- Коэффициент оборачиваемости
- % повторных покупок

КАК РУКОВОДИТЕЛЮ ОТДЕЛА ПРОДАЖ ИХ ЗАМЕРЯТЬ:

1. Выбрать показатели, и настроить отслеживание в CRM системе или же использовать Power bi.
2. Внедрить ЕЖЕДНЕВНЫЙ ОТЧЕТ менеджера - где они ФИКСИРУЮТ СВОИ опережающие и запаздывающие показатели.(чат Телеграмм, CRM отчет, вайбер)
3. ДАШБОРДЫ для сравнения показателей по менеджерам.
4. Летучки 15-ти минутные для анализа действий +выстраивания приоритетности задач.

КОММУНИКАЦИЯ С СОБСТВЕННИКОМ:

1. Еженедельный отчет по показателям отдела продаж +
Информация по тесту гипотез с цифрами
2. Системный мозговой штурм с КЛЮЧЕВЫМИ сотрудниками отделов - Маркетинг, Продажи, Производство с анализом показателей + ГИПОТЕЗАМИ повышения продаж

СЛАЙД со

ВАЖНО ДОНОСИТЬ ПОКАЗАТЕЛИ ОТДЕЛА ПРОДАЖ ДО
МЕНЕДЖЕРОВ

ЗАДАЧА РУКОВОДИТЕЛЯ - научить менеджера считать
Свою зарплату и делать декомпозицию по ней

ПОКАЗАТЕЛИ ПО КАЖДОЙ ФУНКЦИИ



КАК ПОЛУЧИТЬ ПРЕЗЕНТАЦИЮ?

@teleport.genius

@alena_bessonova

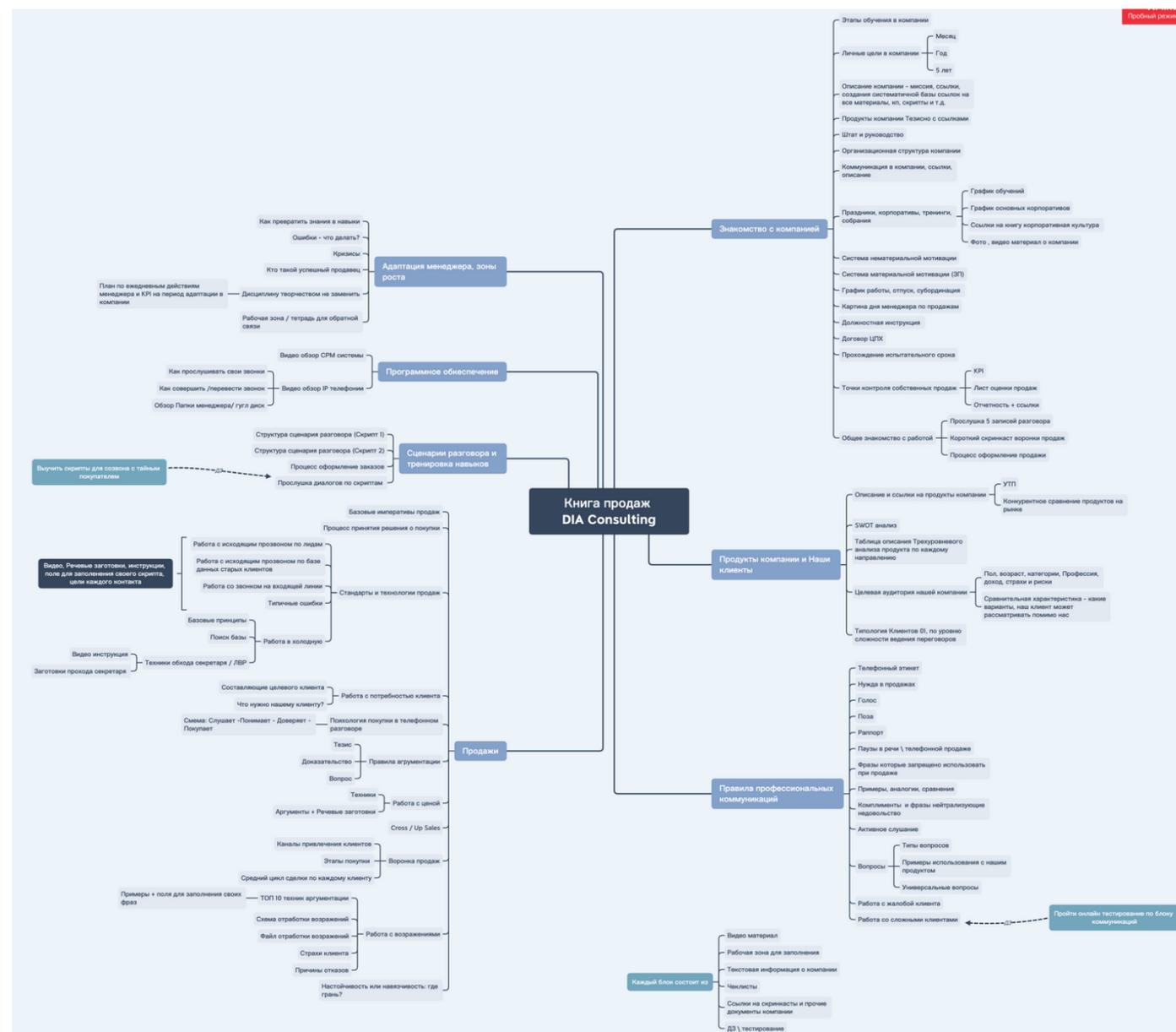


ПОНЯТНАЯ СИСТЕМА УПАКОВКИ ВСЕХ МАТЕРИАЛОВ И РЕГЛАМЕНТОВ В ОТДЕЛЕ ПРОДАЖ



КНИГА ПРОДАЖ

СХЕМА УПАКОВКИ МАТЕРИАЛОВ В ОТДЕЛЕ ПРОДАЖ:



ПЛАН РАЗРАБОТКИ КНИГИ ПРОДАЖ



ПРИМЕР УПАКОВКИ ОТДЕЛА ПРОДАЖ для БЫСТРОЙ адаптации менеджеров и работы с текущими

Книга ПРОДАЖ Канадский Дом

Лента **Задания** Пользователи

Открыть свой профиль Google Календарь Папка курса на Диске

О компании

- Процесс адаптации сотрудников Опубликовано 16 авг.
- Что такое Канадский Дом Изменено: 20 мая
- Задание к Блоку "О Компании" Срок сдачи не задан

Регламенты работы

- Регламенты работы Изменено: 15 апр.
- Программное обеспечение менеджера п... Срок сдачи не задан

Навыки продаж

- Технологии продаж Изменено: 30 мар.

Навыки продаж

- Технологии продаж Изменено: 30 мар.
- Записи продаж наших менеджеров Изменено: 16 авг.
- Задание у Блоку "Навыки продаж" Срок сдачи не задан

Скрипты и Возражения

- Скрипты Изменено: 25 мая
- Задание к блоку "Скрипты" Срок сдачи не задан

Обучение

- Калибровки записей продаж Изменено: 30 мар.

РАСШИРЕНИЕ - ClassRoom

ПРИМЕР УПАКОВКИ ОТДЕЛА ПРОДАЖ для БЫСТРОЙ адаптации менеджеров и работы с текущими

компании

Пользователь CANADA HOUSE добавил материал: Процесс адаптации сотрудников

Опубликовано 16 авг.

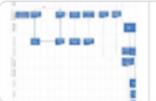
Используйте этот файл для изучения продукта и технологий продаж - Канадский ДОМ.

 **Адаптация Канадский ...**
PDF

Добавьте комментарий...

Пользователь CANADA HOUSE добавил материал: Что такое Канадский Дом

Опубликовано 30 мар. (Изменено: 20 мая)

 Бизнес модель Канадск... PowerPoint	 Бизнес-процесс обраб... Excel
 СИП-технология - Канад... https://kanadskiy-dom.com...	 Stories • Instagram https://www.instagram.com/...
 Канадский дом. Энерго... Видео YouTube 4 минуты	 КАНАДСКИЙ ДОМ - ко... Видео YouTube 1 минута

https://drive.google.com/file/d/1mctmqbWEGiQUcQk/view?usp=drive_web&authuser=0

Скрипты и Возражения

Пользователь CANADA HOUSE добавил материал: Скрипты

Опубликовано 30 мар. (Изменено: 25 мая)

 СКРИПТ ВХ. КАНАДСКИ... PDF	 Работа с возражениями... Google Таблицы
 Часто задаваемые вопр... Изображение	 Преимущества техноло... Word
 СКРИПТЫ КАНАДСКИЙ ... PDF	 Скрипт Кан Дом после ... PDF
 Скрипт переписка под ... PDF	

Добавьте комментарий...

Пользователь CANADA HOUSE добавил задание: Задание к блоку "Скрипты"

В какой программе разрабатывать скрипты продаж ?

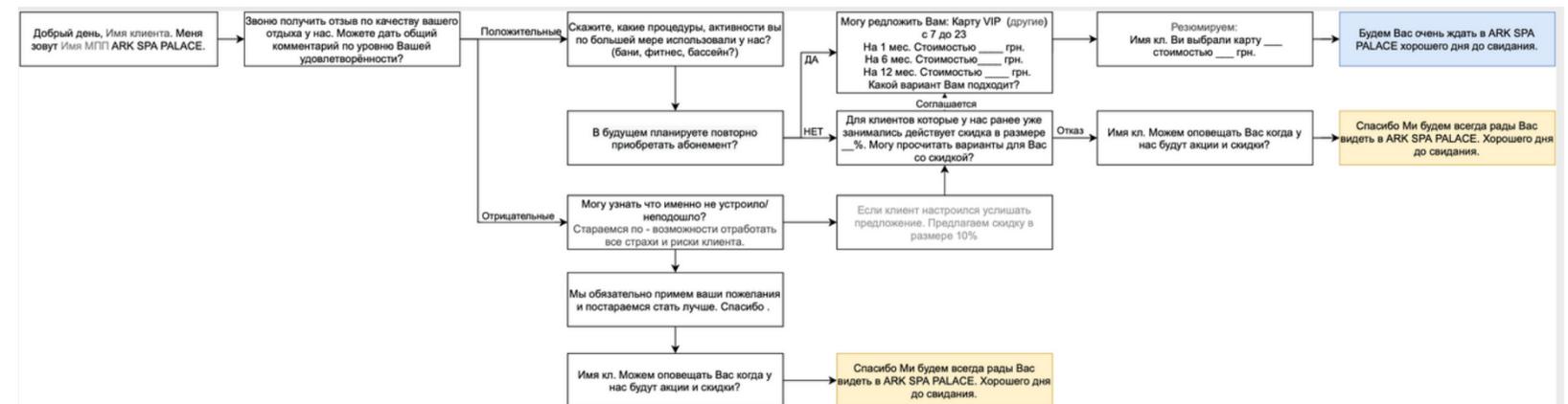
1. MindMap

2. XMind

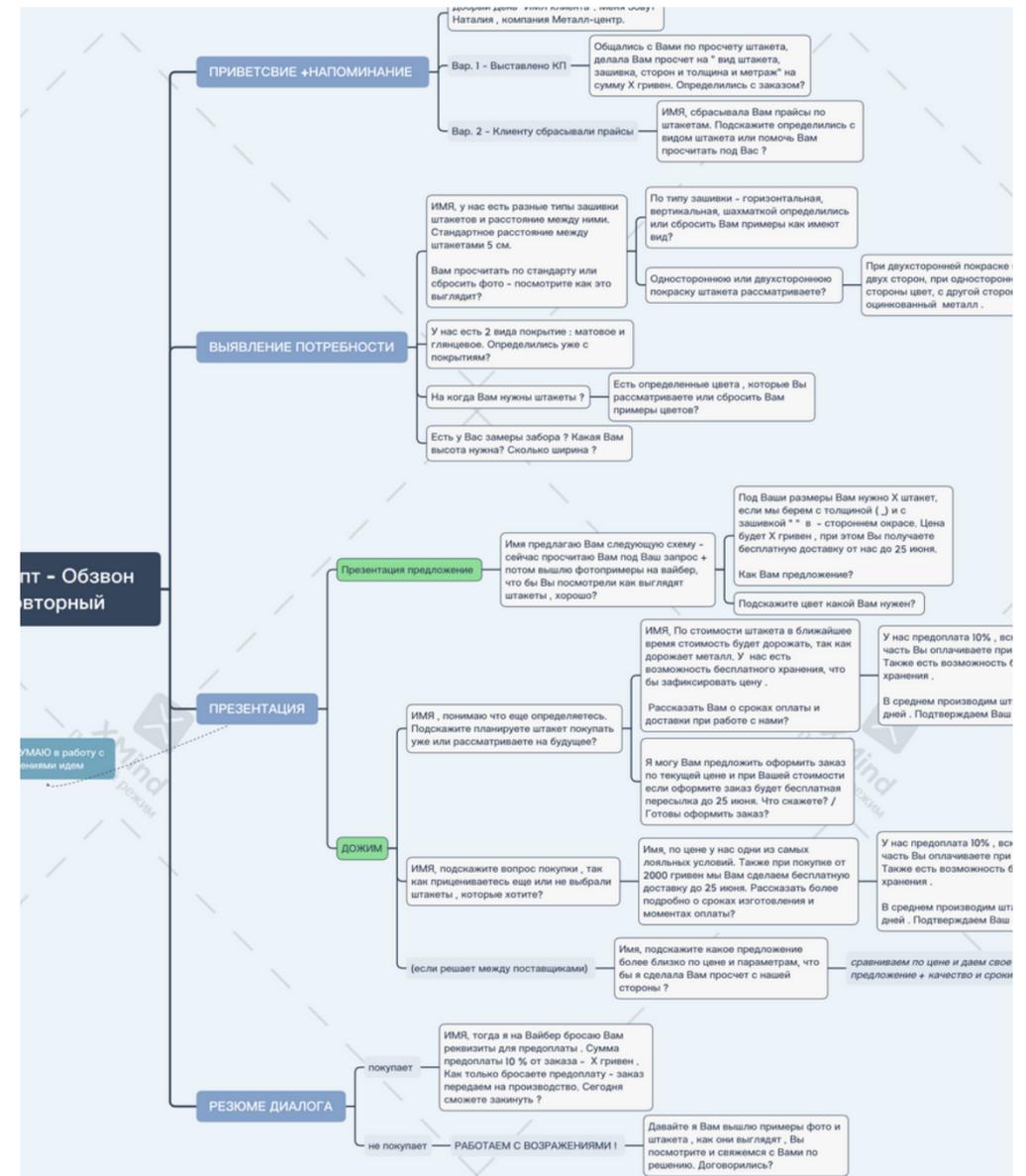
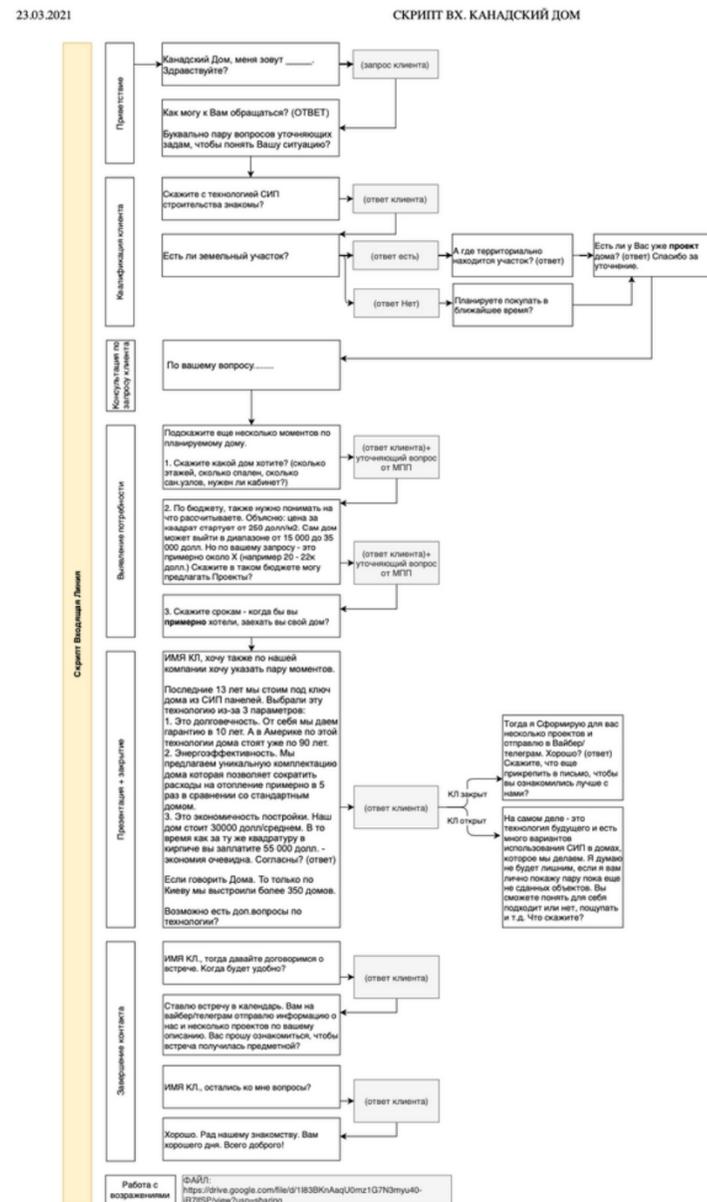
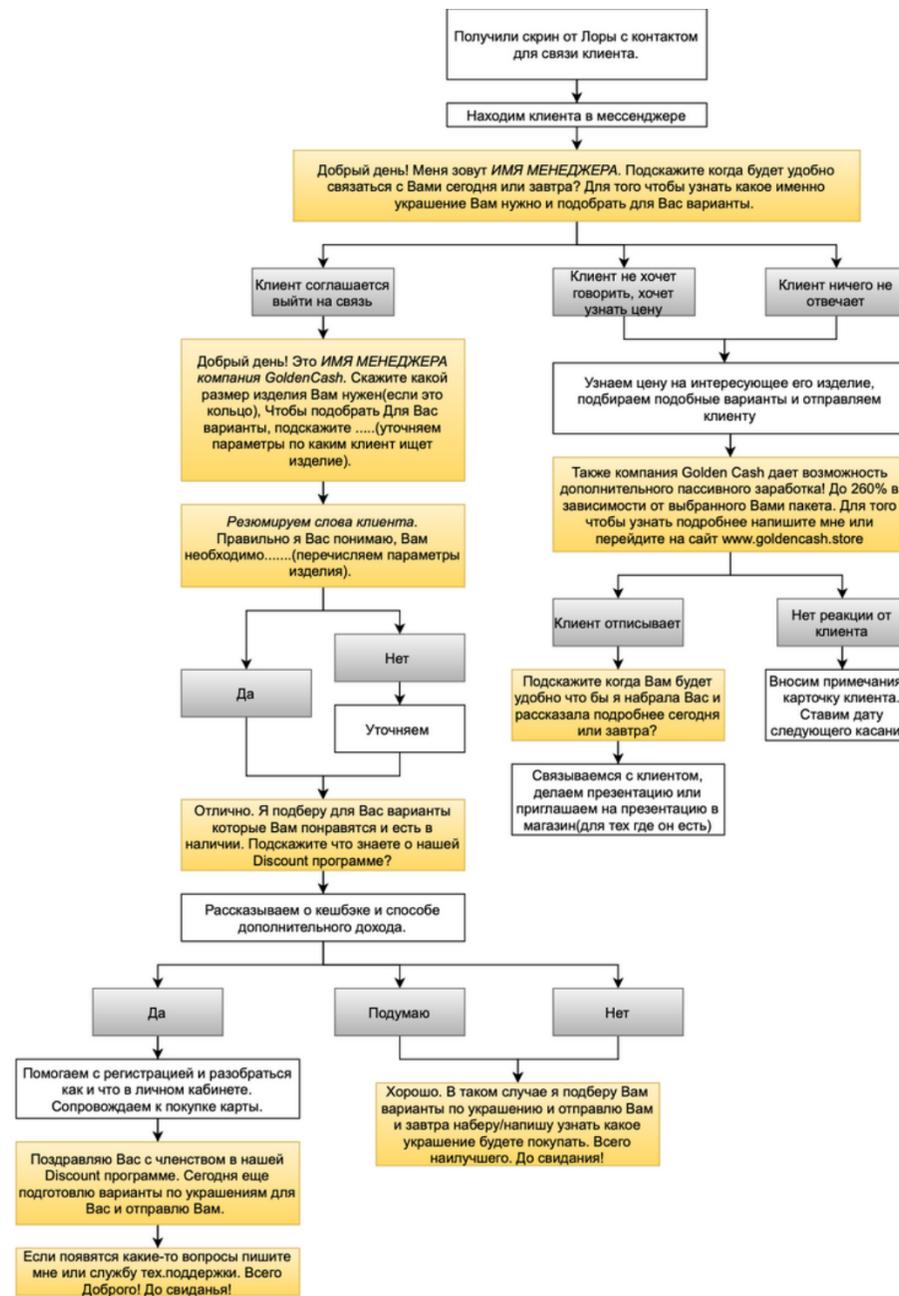
3. Скриптогенератор

4. HyperScript

5. Draw io



ПРИМЕРЫ ОФОРМЛЕНИЯ СКРИПТА ПРОДАЖ:



КАК РУКОВОДИТЕЛЮ ВЛИЯТЬ НА КАЧЕСТВО ПРОДАЖ И КЛИЕНТСКИЙ СЕРВИС

Как замерять сервис продаж ?!

Лист оценки качества продаж менеджера

Файл Правка Вид Вставка Формат Данные Инструменты Дополнения Справка Последнее изменение: аноним 13 апреля

100% р. % .0 .00 123 Arial 10 B I S A

	A	B	C	D	E
1	ИМЯ СОТРУДНИКА				
2	Уникальный номер диалога				
3	В приветствии было использовано имя компании, менеджера	100%			
4	Клиенту понятна цель звонка (если ВХ.ЗВ. - есть запрос)	50%			
5	МПП подстраивался, использовал техники Активного слушания, Вовлечен в диалог	100%			
6	МПП управлял диалогом (задавал вопросы), обращался по имени	50%			
7	МПП выявил потребность клиента перед презентацией продукта	100%			
8	МПП Выявил мотивацию клиента, срочность, платежеспособность	0%			
9	МПП использовал полученную "боль" в презентации	0%			
10	Рассказал о ценности товара / услуги, проявил экспертность (статистика, факты)				
11	Рассказал о пути движения клиента по компании (как работают)				
12	Была попытка Cross / Up sale (Доп.продажа или удорожить действующую позицию)				
13	Все скрытые страхи и риски клиента - обработаны				
14	В конце МПП сохранил возможность для повторного контакта				
15	Вероятность достижения цели контакта:	57%	#ДЕЛ/0!	#ДЕЛ/0!	#ДЕЛ/0!
16	Комментарий / зоны роста				

ПОШАГОВАЯ СИСТЕМА



ПЕРВЫЕ ПЯТЬ УЧАСТНИКОВ
ПОЛУЧАТ РАЗБОР ЗАПИСЕЙ ПРОДАЖ

ЧТО НУЖНО СДЕЛАТЬ?

095 800 96 23

КАК ПОЛУЧИТЬ ПРЕЗЕНТАЦИЮ?

@teleport.genius

@alena_bessonova



ТЕПЕРЬ ДАРИМ ПОДАРКИ



ВАШИ ВОПРОСЫ