
Увеличение продаж софтверных решений

Денис Запиркин
Андрей Парабеллум
www.infobusiness2.ru

Кто отвечает за позиционирование?

Самый частый ответ: Маркетинг

Ситуация:

- Анонс нового продукта
- Продавцы прошли двухдневный тренинг
- Идет серия презентаций по крупным потенциальным клиентам в одной индустрии

Факт:

- Каждый продавец рассказывает по-своему
- Нет единого позиционирования

Реальность: Продавцы делают позиционирование

Какие продавцы делают позиционирование?

Охотники (10%)

- Задают вопросы
- Ведут диалог
- Говорят на языке клиента
- Доносят ценность до клиента, но не делают Follow-up

Фермеры (90%)

- Делятся мнениями
- Делают презентации
- Говорят на языке своей компании
- Теряются без четкого процесса

Задача: научить фермеров поступать как охотники

Как это использовать?

Редкие софтверные компании могут внятно объяснить клиенту как правильно использовать их продукт.

Соответственно, клиенты не понимают ценность продукта.

Продавец говорит:

“Наша CRM-система увеличит точность ваших прогнозов!”

Покупатель спрашивает:

Это факт или ваше мнение?

Откуда вы знаете, что мои прогнозы улучшатся?

Во сколько улучшится точность?

Кто это будет делать?

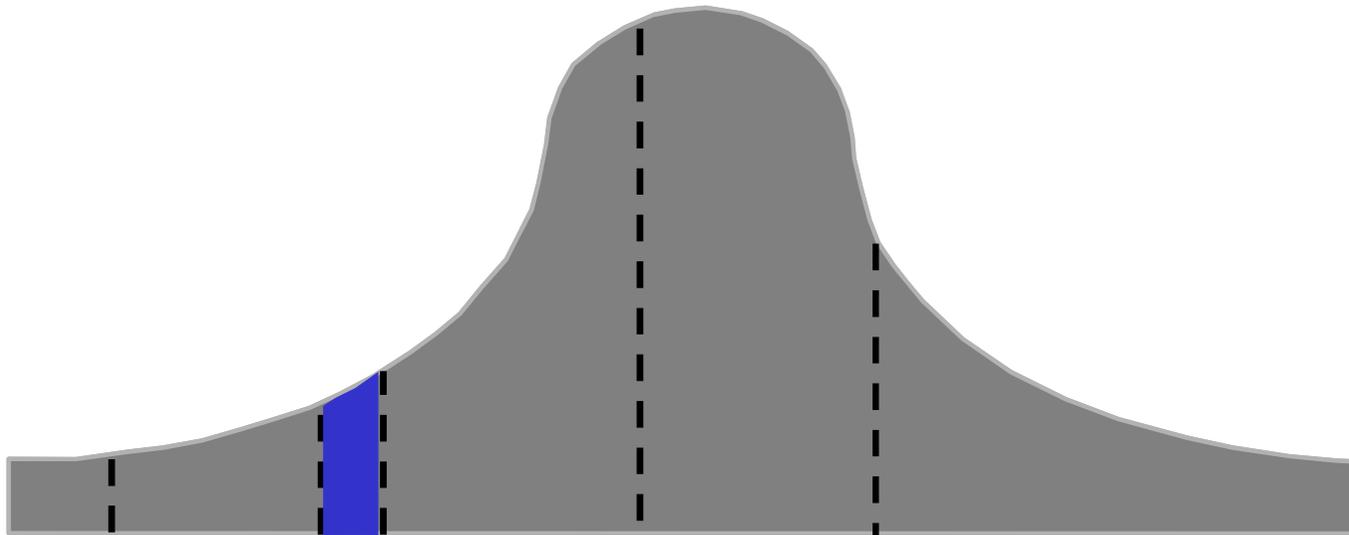
Почему мы должны вам верить?

Сколько раз я это уже слышал!

Выход на рынок – Скоро ли деньги?

Ранний рынок покупает сам.

**Зрелому рынку надо активно
продавать.**



Кто кому продает?

ПРОДАВЦЫ

Охотники (10%)

Фермеры (90%)

Ранний
рынок
(20%)

2%

18%

П
О
К
У
П
А
Т
Е
Л
И

Зрелый
рынок
(80%)

8%

72%

Sales Ready Marketing – Простой продукт

Обучение продукту помогает фермерам продвигать продукт **ТОЛЬКО** ценой:

«Всего за 999 рублей вы получите... Хотите попробовать месяц бесплатно?»

Sales Ready Marketing помогает фермерам вести себя как охотники и влиять на решение клиента:

- *А есть ли у вас такая-то проблема...?*
- *К каким результатам обычно приводит наличие проблемы...?*
- *Когда была последняя проблема с...?*

- *А было бы лучше, если бы не было этой проблемы...?*
- *Какие были бы у вас результаты...?*

- *Такая-то функциональность нашего продукта может вам обеспечить это всего за 999 рублей. Давайте мы предоставим вам ее бесплатно на один месяц?*

Sales Ready Marketing – Сложный продукт

Пример: CRM

*О чем продавцы CRM должны вести переговоры с клиентами для **продажи и внедрения** своего продукта?*

Цель

Должность

Достичь планов по прибыли с точным прогнозированием

Финансовый директор, CFO

Снизить затраты на продажу

Финансовый директор, CFO

Повысить точность прогнозирования

Коммерческий директор

Сократить время подготовки продавцов

Коммерческий директор

Сократить цикл продаж

Коммерческий директор

Внедрить CRM минимальными усилиями

IT директор, CIO

Связь целей и функциональности продукта

Тот же пример

Должность: Финансовый директор, CFO

Цель: Достичь планов по прибыли с точным прогнозированием

Функциональность:

Управление паролями

Мультиплатформенный интерфейс пользователя

Стандартные ВЕХИ

База контактов

История клиента и всех продаж

Кросс-продажи

24x7 доступ

Электронное обучение сотрудников

Отслеживание сделок

Отслеживание потенциальных клиентов

История эффективности продаж по продавцам

Аналитика

-
-
-

Конвертация функциональности в Sales Ready Marketing

Обучаем продавцов помогать клиентам представлять
как ОНИ будут пользоваться продуктом

ПРИМЕР продолжается:

Функция: Стандартные ВЕХИ

Проблема: Сбалансировать сделки по продавцам и регионам

Событие: После входящего звонка клиента

Кто: Продавцы

Действие: Программа требует отмечать прогресс каждой сделки по стандартным вехам воронки продаж

Sales Ready Marketing: Построение сценариев

Должность: Финансовый директор

Цель: Достичь планов по прибыли с точным прогнозированием

Продукт: CRM

Сценарии использования продукта

Стандартные ВЕХИ



Сц1: Программа требует отмечать прогресс каждой сделки по стандартным вехам воронки продаж?

Электронное обучение



Сц2: ...?

История эффективности продаж по продавцам



Сц3: ...?

Доступ 24x7



Сц4: ...?

Получить подтверждение у клиента

Sales Ready Marketing: Построение вопросов

Как вы сейчас прогнозируете ваши продажи?

Должность: Финансовый директор

Цель: Достичь планов по прибыли с точным прогнозированием

Продукт: CRM

Диагностические вопросы

1. Сегодня прогнозы меняются от региона к региону? Как они считаются? Что на них влияет? Сколько у вас продавцов? Все ли они прогнозируют одинаково? Как они отчитываются по своим сделкам? Как прогнозирование связано с планом?
2. ...?
3. ...?
4. ...?

Получить подтверждение у клиента

Сценарии использования продукта

Сц1: Программа требует отмечать прогресс каждой сделки по стандартным вехам воронки продаж?

Сц2: ...?

Сц3: ...?

Сц4: ...?

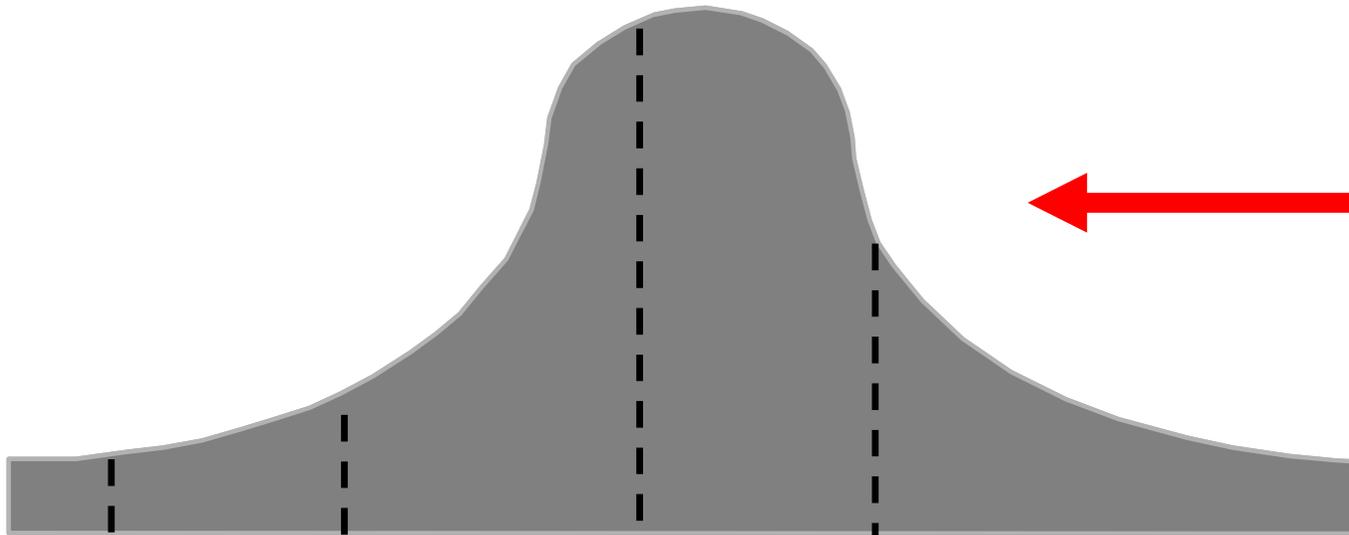
Получить подтверждение у клиента

Sales Ready Marketing: Процесс



Выход на рынок – Скоро ли деньги?

Продажи в зрелом рынке возможны ТОЛЬКО если клиенты понимают ЗАЧЕМ им это нужно, КАК они этим будут пользоваться, КТО УЖЕ этим пользуется и с КАКИМИ результатами.



Теперь просто возьмите и
сделайте

Вопросы?

www.infobusiness2.ru

mail@infobusiness2.ru

(495) 662 99 49

Мы готовы ответить на все ваши вопросы!

Удачи!