

3 Секретных Шага к успеху в продажах в малом бизнесе

Николай Мрочковский

www.UltraSales.ru



Оглавление

3 секретных шага к успеху в продажах в малом бизнесе	3
Секреты увеличения продаж.....	3
Кто такой Николай Мрочковский?	4
Немного о практическом опыте.....	5
Почему я делюсь этими секретами?	8
3 самых главных причины, почему большинство директоров и предпринимателей приводят свой бизнес к провалу	11
Причина провала в бизнесе №1: Слишком много идей и мало действий	13
Причина провала в бизнесе №2: Отвратительный маркетинг (проще говоря – нет клиентов).....	14
Причина провала в бизнесе №3: Перегруз информацией.....	15
Практический итог	16
Как избежать ключевых ошибок, которые тянут ваш бизнес ко дну	17
Три Секретных Шага, которые помогут увеличить доходы Вашего бизнеса	19
Секретный шаг №1 Составьте четкий план действий по развитию системы продаж в Вашем бизнесе	21
Секретный шаг №2 Привлекайте и конвертируйте потенциальных клиентов в реальные	25
Секретный шаг №3 Выстраивайте воронку продаж для Ваших клиентов.....	29
Краткий обзор основных маркетинговых принципов	31
Для тех, кто хочет большего.....	32

3 секретных шага к успеху в продажах в малом бизнесе



Секреты увеличения продаж

Книга, которую вы держите в руках, представляет собой обобщение моего практического опыта по развитию системы продаж и маркетинга с десятками компаний, которые я консультировал. Ранее эта информация была доступна лишь закрытому кругу моих клиентов.

Я настойчиво рекомендую Вам прямо сейчас распечатать эту книгу, и немедленно начать ее читать. Кроме того, на 30 странице вы найдете краткий обзор ключевых маркетинговых принципов, которые я предлагаю Вам распечатать и постоянно держать на своем рабочем месте, чтобы не забывать о них.

Эта книга содержит настолько ценную информацию, что многие люди добились большого успеха в бизнесе, просто осознав суть того, что вы узнаете из последующих страниц абсолютно бесплатно.

[Кто такой Николай Мрочковский?](#)



- Владелец и генеральный директор консалтинговой компании [«Финанс Консалтинг»](#). Ранее - один из основателей и вице-президент FullFreedom Investments, крупнейшей в России финансовой консалтинговой компании, работающей с частными лицами.
- Сторонник исключительно практической модели обучения. Все стратегии и технологии испытал на себе лично :)
- Проходил обучение у многих ведущих экспертов по маркетингу и продажам России и мира
- [Автор десятков статей и публикаций](#) в ведущих деловых журналах
- Регулярный участник деловых телепередач ([некоторые эфиры можно посмотреть здесь](#)).
- [Автор ряда книг на тему бизнеса и финансов](#), а также создатель множества образовательных продуктов по вопросам маркетинга и увеличения продаж.
- Профессиональный бизнес-тренер и консультант, автор нескольких десятков тренингов и семинаров, которые, на сегодняшний день, посетили уже несколько тысяч человек.



[Немного о практическом опыте](#)

За последние несколько лет я консультировал десятки директоров и владельцев компаний по вопросам увеличения продаж и привлечения клиентов из самых разных отраслей:

- Строительство
- Программное обеспечение
- Оптовая торговля одеждой
- Розничная торговля цифровой техникой
- Инфобизнес
- Производство и оптовая торговля промышленными товарами
- Интернет-провайдинг, кабельное телевидение
- Автосервисы
- Тренинговые компании
- И многие другие...

Те компании, с которыми я работал, не только открывали для себя множество новых возможностей для увеличения продаж и расширения рынка, но и нередко добивались значительных финансовых результатов (*в виде конкретных дополнительных сумм на банковском счете*) уже через 2-3 месяца после внедрения технологий, которым я обучаю.

Если Вам интересно почитать отзывы [некоторых моих клиентов](#), то Вы можете [сделать это здесь](#).



История успеха компании «Программы для бизнеса»

Рост выручки составил 80%



Недавно провели анализ нашей деятельности за 1 кв. 2009 г. Традиционно первый квартал по прибыли всегда «нулевой», четвертый квартал самый лучший. На этот раз цифры приятно удивили, **рост выручки составил 80%** по сравнению с 1 кв. 2008 г.

За последние 5 лет я посетил немало всевозможных семинаров по теме повышения продаж и привлечения клиентов. **Могу с уверенностью сказать, что обучение у Николая было лучшим.**

Очень понравился системный подход в изложении информации. Весь материал доступен и понятен. Все четко структурировано. Мне удалось реализовать несколько механизмов увеличения продаж уже в течении первых 4 дней обучения.

Я получил ответы на многие свои вопросы, о том, как улучшить продажи в моей компании. Я смог четко проработать схему развития нового направления в своем бизнесе, и построения в нем системы продаж с использованием методик, полученных от Николая.

Появилось четкое понимание того, что и как надо сделать. Осталось дело за малым, все это внедрить на практике.

С уважением, Плохушко Алексей

Владелец ООО «Программы для бизнеса» (www.wbp-sar.ru)

Однако, хотя я горжусь успехами моих учеников, меня все чаще смущает один момент. Иногда новый потенциальный клиент обращается ко мне и говорит «Я хочу раскрутить бизнес, чтобы перестать работать и просто получать с него пассивный доход!».

Первый же вопрос, которой я задаю в этом случае – «Есть ли у Вас план по построению систем в Вашем бизнесе – систем продаж, привлечения клиентов, оптимизации и автоматизации внутренних бизнес-процессов и т.д.?»

«Нет, я просто хочу внедрить какую-нибудь продажную «фишку», которая позволит мне получать пассивный доход с моего бизнеса, работая в нем, максимум, день-два в неделю».

Обычно после такого ответа мне хочется сказать что-нибудь нецензурное, однако, врожденная интеллигентность не позволяет ☺

Больше всего в таком типе мышления меня раздражает надежда на «волшебную таблетку», которую можно проглотить и дальше все случится само – клиенты придут сами, деньги сами будут регулярно поступать на счет, сотрудники сами будут вовремя и качественно обслуживать клиентов и т.д.

Так вот, отбрасывая к черту мою врожденную интеллигентность, скажу прямо – миф о том, что внедрив быстро одну какую-либо технологию, вы навсегда обеспечите себе спокойную и обеспеченную жизнь в бизнесе – полнейший бред. Не будет такого! Никогда!

Да, есть целый ряд продажных «фишек», которые действительно позволяют быстро увеличить продажи в бизнесе в кратковременной перспективе, и, как правило, именно с этого надо начинать, чтобы получить дополнительную прибыль, с помощью которой можно уже налаживать более сложные процессы. Однако длительного серьезного эффекта в увеличении продаж Вы достигните лишь тогда, когда начнете выстраивать четкие системы в Вашем бизнесе. Которые работают без Вас.

В течение долгого времени я разрабатывал технологии, позволяющие владельцам бизнеса и директорам эффективно выстраивать подобные системы, позволяющие всерьез увеличить продажи в компании, помимо простого внедрения работающих «фишек», которые дают быстрый тактический эффект.

Однако подробнее об этом Вы узнаете из следующих страниц...

[Почему я делюсь этими секретами?](#)

Однажды, пару месяцев назад, я работал с несколькими своими клиентами, помогая им внедрить в своем бизнесе мои [секретные технологии увеличения продаж](#). И независимо друг от друга несколько раз подряд я получал следующую просьбу – «Николай, ты должен поделиться этими техниками с большим числом людей, поскольку они действительно невероятно сильные и работающие».

В течение последующих нескольких месяцев я продолжал проводить исследования, тестировать и прорабатывать технологии, которые помогут Вам быстро добиться существенного роста объемов продаж в Вашем бизнесе, нарастить клиентскую базу и систематизировать работу с текущими клиентами.

Я написал эту книгу, чтобы поделиться с Вами некоторыми секретами из моей новой бизнес-системы [«Секретные технологии увеличения продаж и привлечения клиентов в малом бизнесе»](#).

Это весьма простой и откровенный бизнес подход, который построен, в первую очередь, на здравом смысле, проверенных стратегиях и некотором понимании психологии поведения клиентов. Стратегии и тактики, которые Вы узнаете, как правило, резко отличаются от того, что делают Ваши конкуренты. Скажу больше – 97% Ваших конкурентов НЕ используют данные секретные технологии, что позволяет Вам стать на голову выше остальных, если Вы начнете их внедрять в своем бизнесе.

Я устал смотреть на то, как многие очень способные и потенциально успешные бизнесмены мучаются в безуспешных попытках развить свой бизнес – найти новых клиентов, продавать больше текущим, захватывать новые сегменты рынка и т.д. Поэтому я написал эту книгу, основанную на новом подходе к продажам, которая собирает воедино все части системы увеличения продаж в малом бизнесе.

В этой книге я хочу осветить некоторые ключевые моменты, которые, как я знаю по своему опыту, способны в корне изменить Ваш взгляд на ведение бизнеса и процесс продаж.

История успеха компании «Лаэрта»

Уже спустя неделю я окупил вложения в обучение от Николая



Сразу в голову приходят две вещи. Первая – очень вовремя! Вторая – только нужное, ничего лишнего. Поясню.

Я периодически посещаю разного рода семинары. Часть из них для меня весьма полезна, от других я получаю мало пользы, но в целом я иду туда больше для того, чтобы закрыть какие-то узкие места и получить ответы на локальные вопросы.

Обучение у Николая технологиям увеличения продаж заставило меня не просто задуматься и пересмотреть подход к продажам в принципе, а еще и попала в самое больное для меня место и в самое нужное время.

Вторая важная особенность бизнес-системы – это то, что в ней **минимум теории и максимум практических советов**. Именно то, что многие методы Николай применяет лично, и они работают, заставило меня начать действовать, браться сразу за многие методы и пробовать, пробовать, пробовать.

Скажу честно, я уже спустя неделю окупил вложения в **бизнес-систему**, следуя твоим советам, в несколько раз и надеюсь, что это только начало. Мы с моим партнером по бизнесу составили более 100 различных мероприятий, которые на наш взгляд способны увеличить наши продажи. И будем их реализовывать, во что бы то ни стало.

Николай, благодарю за потраченное время, за ту пользу, которую дала твоя бизнес-система и главное – за то, что после нее есть ОГРОМНОЕ ЖЕЛАНИЕ свернуть горы, но добиться успеха!
Спасибо!

С уважением, Пучков Дмитрий Валерьевич
Финансовый директор [Компания «Лаэрта»](#)



Читая последующие главы, Вы будете шокированы и восхищены, насколько ясным и понятным становится процесс увеличения продаж, если взглянуть на него под другим углом. Кроме того, вы поймете, что

- Вы можете добиться того, что текущие клиенты будут оставлять у Вас на кассе на порядок больше денег (если Вы будете правильно использовать мои техники, для Вас даже может стать проблемой тот факт, что вы не будете успевать обслуживать весь поток клиентов, желающих заполучить Ваш продукт или услугу. Такие ситуации действительно нередко случались у моих клиентов).
- Вы можете сделать так, что гораздо больше потенциальных клиентов будет становиться Вашими реальными клиентами.
- Вы можете значительно увеличить входящий поток потенциальных клиентов.
- Вы можете заставить Ваших клиентов возвращаться к Вам снова и снова.

Все это возможно... Если Вы сделаете 3 ключевых шага, о которых мы поговорим чуть позже.

Но прежде нам необходимо поговорить о том, что НЕ работает (и почему), чтобы мы могли сразу найти выход из ситуации, который настолько прост и логичен, что Вы удивитесь, почему до сих пор Вы не применяете его.

Итак, давайте, наконец, начнем...



3 самых главных причины, почему большинство директоров и предпринимателей приводят свой бизнес к провалу

Почему умные, креативные и настойчивые бизнесмены так отчаянно борются за то, чтобы преуспеть?

Вероятность провала очень велика: статистика успешных бизнесменов и предпринимателей удручает...

9 из 10 бизнесов банкротятся в первый же год после открытия... Из оставшихся еще 50% закрываются в последующие 3 года. И очень немногие из бизнесов выходят на действительно стабильный и высокий уровень дохода.

Я общаюсь с предпринимателями практически каждый день. И очень многие по секрету рассказывают мне, что на самом деле их финансовые дела обстоят отнюдь не так гладко, одни по уши в кредитах и с трудом оплачивают текущие расходы, другие не могу покинуть свой бизнес даже на неделю, и работают годами по 12 часов в сутки почти без выходных. Многие настолько обескуражены, что задумываются о том, чтобы бросить все и вернуться на стабильную, оплачиваемую работу (*а надо иметь ввиду, что чуть ли не единственная вещь, за которую будет бороться до последнего любой настоящий бизнесмен – это СВОБОДА!*).

Это действительно печально...



Я искренне верю в то, что каждый из нас обладает уникальными способностями – чем-то, что он делает гораздо лучше других, и что помогает решать проблемы других людей... Это то, что является Вашим предназначением... то, к чему Вы испытываете действительно страстное влечение. Вся прелесть владения собственным бизнесом заключается в том, что Вы получаете все карты в руки для того, чтобы реализовать Ваши уникальные способности, донести их до других людей... **и получать за это достойную плату!**

(Мы не будем сейчас глубоко вдаваться в то, как найти и распознать Ваши уникальные способности, однако, для того, чтобы Вы имели некоторое представление – вспомните о том, что Вам нравилось делать в детстве. Скорее всего, это те вещи, которые Вы готовы продолжали делать и бесплатно, потому что в глубине души это приносит Вам удовлетворение и чувство выполненного долга. А когда Ваши уникальные способности еще и пересекаются с голодной платежеспособной нишей... Вы получаете многомиллионный бизнес ☺).

Ваш бизнес представляет собой отражение Ваших уникальных способностей... но если Вы будете допускать одну из этих трех маркетинговых ошибок... вы, скорее всего, окажитесь... *(я даже не хочу продолжать эту фразу ☺)*.

В последующих страницах я расскажу Вам о трех основных ошибках, которые допускают креативные, но проваливающие дело предприниматели. Большинство из них сталкиваются с этими проблемами каждый день (неудивительно, что они вылетают из бизнеса в первые же годы).



Причина провала в бизнесе №1: Слишком много идей и мало действий

«У меня столько гениальных идей. Как же мне их все реализовать и выстроить в работающую бизнес-систему?»



Симптомы: Куча великолепных идей, которые витают в вашей голове, но так и не реализовываются

Причина: Постоянное давление со всех сторон, хаос, синдром сороки

Маркетинговая проблема: Отсутствие четкой структуры маркетинга и бизнеса

Что такое синдром сороки? Это буквально убийственная привычка, которая угробила не одну сотню тысяч бизнесменов. Каждая новая бизнес идея тут же вытесняет у вас в голове предыдущую, которую Вы даже не успели начать внедрять (в особо запущенных случаях этот процесс происходит чуть ли ни каждую секунду)

В результате: огромное количество прекрасных идей о том, как можно заработать кучу денег и полное отсутствие каких-либо результатов.

Причина провала в бизнесе №2:

Отвратительный маркетинг (проще говоря – нет клиентов)

«Я делаю отличные продукты, у меня прекрасные специалисты, но почему-то клиенты не выстраиваются ко мне в очередь. Как же мне привлечь больше клиентов, особенно учитывая, что я ненавижу продажи и маркетинг?»



Симптомы: Мечты о том, чтобы получить новых клиентов, пустые карманы, негативное отношение к продажам и маркетингу

Причина: Отсутствие знаний о том, как создать постоянный входящий поток клиентов

Маркетинговая проблема: Отсутствие выстроенных механизмов привлечения клиентов, незнание стоимости привлечения клиентов с различных каналов, отсутствие систем конвертации потенциальных клиентов в реальные

Р.С. Даже если вы ненавидите продажи и маркетинг... есть целый ряд интересных, простых и эффективных способов привлечь новых клиентов без того, чтобы продать душу дьяволу ☺

Причина провала в бизнесе №3:

Перегруз информацией

«Все вокруг говорят, что мне надо активнее использовать рекламу в интернете, в печатных СМИ, общаться с клиентами, собираться с них обратную связь, доработать сайт, чтобы он лучше привлекал клиентов, и т.д. Как мне понять, какие маркетинговые инструменты использовать?»



Симптомы: Вы хватаетесь за все, что может хоть как-то принести вам денег

Причина: Слишком корыстное мышление

Маркетинговая проблема: Отсутствие стратегического плана по развитию продаж и привлечению клиентов

Научных трудов по экономике, маркетингу и менеджменту, которые пишутся каждый день, хватит для того, чтобы заполнить 7 томов Британской энциклопедии. Если же взять объем научных материалов, выдаваемых по этой теме в год, то их хватит для того, чтобы загрузить человека чтением круглые сутки в течение 460 лет.

Практический итог

Большинство бизнесменов каждый день находятся

примерно в таком состоянии...



**Как вы считаете, если вы постоянно находитесь в смятении от того, за что
взяться, если вы перегружены информацией – как внешней, так и той, что
постоянно крутится в вашей голове, стоит ли удивляться, почему вы до
сих пор не преуспели в бизнесе?**



Как избежать ключевых ошибок, которые тянут ваш бизнес ко дну

... А теперь самая сумасшедшая часть книги ☺

Большинство бизнесменов, как это ни удивительно, каждый день сами роют для себя все более глубокую яму безвыходности и депрессии, даже не пытаясь остановиться и взглянуть на ситуацию объективно со стороны.

Секрет, который поможет Вам избежать самых популярных ошибок в бизнесе, заключается в ... (не удивляйтесь, это действительно так)

ПЕРСПЕКТИВЕ!



Предприниматели настолько заняты ежедневной рутинной своей бизнесом, что видят только, что находится у них на расстоянии ближайшего метра (а зачастую не видят даже этого!)

Но представьте, какое облегчение Вы могли бы испытать, если бы были способны подняться и посмотреть на Ваш бизнес в перспективе с большой высоты?

Представьте, какие преимущества Вы могли бы получить в Вашей жизни и в бизнесе, если бы могли планировать развитие Вашего бизнеса с учетом этой перспективы!

Большинство бизнесменов настолько погрязло в рутине деловых будней и ежедневных обязанностей, что они даже не пытаются сделать шаг назад (или в сторону), чтобы увидеть ВСЮ картину своего бизнеса. Они ищут очередную «волшебную таблетку», которая поможет им резко получить кучу денег, не понимая, каким образом это поможет им выстроить надежные работающие системы в собственном бизнесе.

Тоже самое происходит и с продажами и маркетингом...

Если Вы пытаетесь запустить очередную рекламную кампанию или продукт для своих клиентов, не имея четкой маркетинговой стратегии, вы обречены на провал *(мне жаль, если это задевает вас – надеюсь, что нет... но я буду называть вещи своими именами)*.

Теперь давайте поговорим о 3 Секретных Шагах...



Три Секретных Шага, которые помогут увеличить доходы Вашего бизнеса

Три шага, о которых мы поговорим далее, раскрывают ключевые секреты успеха в маркетинге и продажах в Вашем бизнесе...

Эти три шага позволяют Вам оценить всю перспективу Вашего рынка и увидеть конкретные шаги, которые помогут Вам увеличить прибыль и количество денег, которые приносит Ваш бизнес. Это вещи, о которых мало кто говорит, но которые являются невероятно важными.

Скажу откровенно - я не собираюсь давать Вам очередную «волшебную таблетку», это не так. Моя цель в этой книге показать Вам ключевые принципы, которые позволят Вам построить успешный высокодоходный бизнес.

Большинство экспертов и консультантов будут давать Вам рекомендации лишь в своей узкой теме – «как увеличить продажи с сайта», «как сделать более эффективную рекламу в СМИ», «как привлекать больше клиентов с помощью бесплатных front-end продуктов» и т.д. Это все здорово, и, безусловно, важно, однако Вы должны понимать, что пока Вы не видите ВСЕЙ картины, всей ПЕРСПЕКТИВЫ Вашего бизнеса, остальные шаги практически не будут иметь никакого эффекта. Сначала необходимо посмотреть на бизнес с высоты, и затем уже фокусироваться на отдельных деталях, которые Вы будете прорабатывать.



Мы начинаем нашу работу с рассмотрения Вашей маркетинговой стратегии. Самым важным стратегическим моментом является то, что Вы должны создавать и продавать продукты или услуги, которые с одной стороны обожают Вы сами, работа над которыми приносит Вам удовольствие и чувство выполненного долга.

С другой стороны, это должны быть продукты, для которых уже есть «голодный рынок», в которых он нуждается, который уже покупают! *(Обе составляющих крайне важны)*

Не пытайтесь создать новый продукт, который еще не востребован рынком с нуля. Этим вы практически обрекаете себя на провал с самого начала. Да, в теории Вы можете изобрести что-то новое, что начнет продавать «само себя», просто благодаря «сарафанному» радио. Однако на практике для вывода нового продукта на рынок требуются миллионы долларов на его раскрутку. Которых, скорее всего, у Вас нет. Продавайте то, что люди или компании **УЖЕ ПОКУПАЮТ!**

Второй момент, о котором мы с Вами поговорим – это фокусировка на построении взаимоотношений с Вашими клиентами. Вы узнаете 4 стадии, которые проходят Ваши клиенты, а также базовые принципы того, как надо работать с клиентами на каждой из этих стадий.

И в завершении мы поговорим о построении воронки продаж и цепочки продуктов. Именно в развитии этого звена заложены самые большие деньги в Вашем бизнесе.

Итак, давайте, наконец, начинать. Как известно, все начинается с плана...



Секретный шаг №1

Составьте четкий план действий по развитию системы продаж в Вашем бизнесе



Это наиболее важный шаг к построению успешного бизнеса. К счастью или к сожалению, но в нашей жизни есть только два пути – либо мы ее планируем, либо она с нами случается.

Тоже самое происходит и в бизнеса – те, кто прописывают четкие планы развития систем в собственном бизнесе и реализуют их ездят на хороших машинах, регулярно отдыхают в интересных странах (об одном из моих двухмесячных путешествий по Юго-Восточной Азии вы можете [почитать и посмотреть фотоотчет здесь](#)) и абсолютно уверены в завтрашнем дне.

Этот шаг является границей между провалом и успехом в бизнесе.

Я понимаю, что составить четкий план, если Вы вообще не знаете, как к этому подступиться крайне сложно, поэтому я хочу рассказать Вам **ключевую формулу продаж в Вашем бизнесе**, которая сразу расставит все по своим местам...

Самая Главная Формула В Продажах

Я хочу рассказать Вам одну из самых ключевых вещей в продажах. Если Вы разберетесь в ней, и начнете применять в своем бизнесе, Вы очень быстро увеличите Ваши продажи.

Для многих компаний процесс увеличения продаж представляется чем-то крайне загадочным и непонятным. То есть вроде бы, на первый взгляд, очевидно, что если сделать кучу разных действий – разместить рекламу в целевых СМИ, обучить «продажников» нормально обрабатывать клиентов, качественно их обслуживать и т.д., - то продажи повысятся. Однако у большинства руководителей компаний все это находится не более чем на уровне внутренних ощущений.

При этом на удивление мало бизнесменов знает, что продажи на самом деле, представляют собой не более чем смесь математики и статистики. Все описывается определенными формулами и результатами «в среднем» - в среднем из 100 звонков 3-4 окажутся удачными, по 500 рекламным объявлениям обратятся в среднем около 30 человек на каждое, из 10 купивших клиентов, если им предложить, трое купят что-нибудь еще и так далее.

Однако есть одна формула, которая сразу ставит все на свои места. Она позволяет четко понять, над какими процессами в бизнесе стоит поработать в первую очередь.



Чтобы лучше понять «волшебную формулу продаж», давайте ее выведем последовательно:

$$\text{Объем продаж} = \text{количество клиентов} * \text{средний чек}$$

$$\text{В свою очередь количество клиентов} = \text{Leads} * \text{Cv}$$

Где **Leads** - Число потенциальных (обратившихся) клиентов

Cv - коэффициент конверсии (сколько из обратившихся потенциальных клиентов превращается в реальных)

$$\text{Средний чек} = \$ * \#$$

Где **\$** - средняя покупка

- количество транзакций (покупок клиента за период)

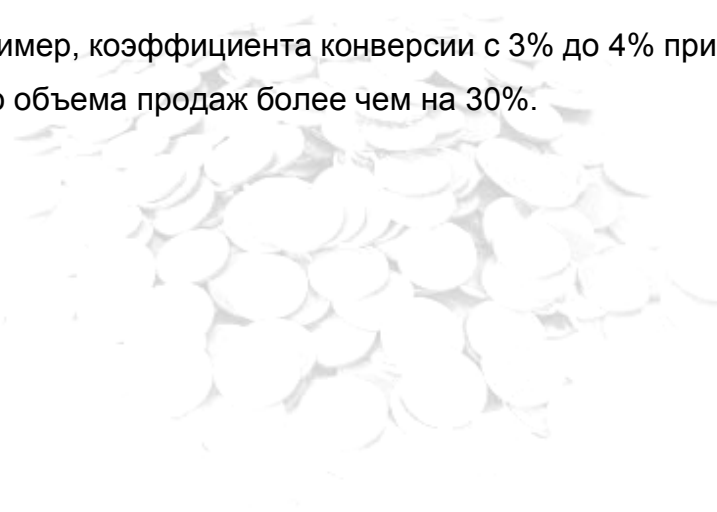
Итого получаем

$$\text{Объем продаж} = \text{Leads} * \text{Cv} * \$ * \#$$

Теперь процесс повышения продаж представляет собой не более чем работу над повышением каждого из этих коэффициентов.

Естественно работать нужно над всеми из них, но Вы должны понимать, что, например, увеличение числа **Leads** (Число потенциальных клиентов), которое делается, в основном, за счет рекламных ходов, это наиболее дорогой из всех путей. Поскольку по статистике продать что-то текущему клиенту стоит в 7 раз дешевле, чем привлечь нового.

А повышение, например, коэффициента конверсии с 3% до 4% приведет в итоге к увеличению общего объема продаж более чем на 30%.



Пример работы данной формулы

Чтобы лучше понять, как это происходит, давайте рассмотрим пример:

Допустим, вы торгуете пылесосами через интернет. За день к вам в магазин заходят и интересуются пылесосами 100 человек. Из них 3% покупает. Средняя стоимость покупаемого пылесоса 5000 рублей. Покупает его человек 1 раз.

Получается:

Leads = 100

Cv = 3%

\$ = 5000 рублей

= 1

Итого объем продаж за день = **Leads * Cv * \$ * # = 15 000**

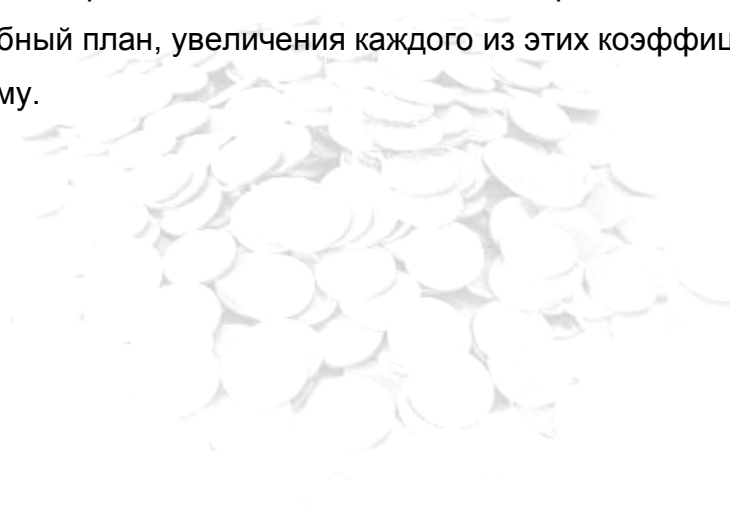
Теперь представим себе, что проработав систему конвертации потенциальных клиентов в реальных, вы добились увеличения Cv до 4%.

Теперь объем продаж за день = **Leads * Cv * \$ * # = 20 000**.

То есть **увеличив данный коэффициент с 3 до 4 процентов, вы добились увеличения объема продаж на целых 33%!!!**

Поэтому прежде чем вкладывать кучу денег в сомнительную рекламу, подумайте, а может быть Вам будет гораздо более выгодно поработать над другими коэффициентами?

Теперь, когда Вы четко представляете себе, что такое продажи, Вам необходимо разработать подробный план, увеличения каждого из этих коэффициентов. И далее следовать ему.



Секретный шаг №2

Привлекайте и конвертируйте потенциальных клиентов в реальные

Неважно, какие продукты и сервисы Вы предлагаете рынку, в любом случае Вам необходимо выстраивать 4 ступенчатую систему взаимоотношения с клиентами.

Позвольте объяснить Вам суть этой системы подробнее...

Люди очень неохотно покупают у людей и компаний, которых они не знают и которым не доверяют. И наоборот, если клиент Вас знает, то вероятность того, что он придет за покупкой именно к Вам (а если Вы его не разочаруете, то и не один раз), увеличивается на порядок.

Вся суть маркетинга заключается в построении доверительных отношений с Вашими клиентами так, чтобы они покупали у Вас снова и снова

4 стадии построения взаимоотношений с клиентами

1

**Широкий рынок
(люди, которые
Вас не знают)**

2

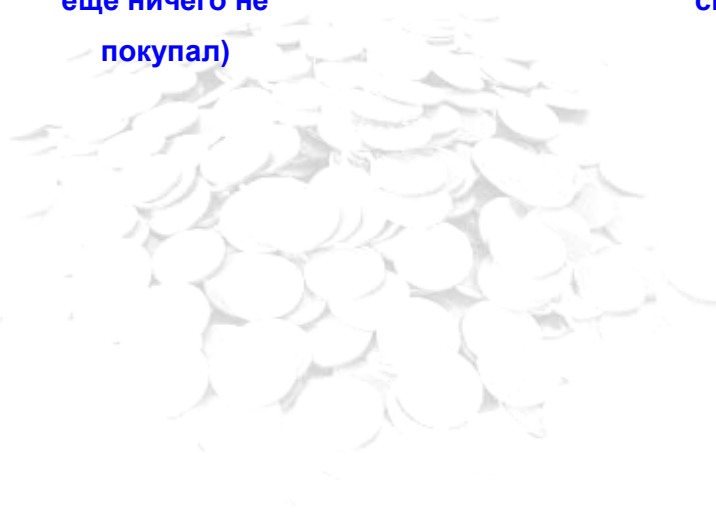
**Потенциальные
клиенты
(кто Вас знает, но
еще ничего не
покупал)**

3

**Клиенты
(те, кто совершил
первую покупку)**

4

**Постоянные
клиенты
(которые покупают
снова и снова)**



Стадия №1

Представьте себя незнакомым людям (или компаниям)



Вокруг Вас (в Вашем городе, области, регионе, стране, в конце концов) ходят десятки тысяч Ваших потенциальных клиентов, которые отчаянно нуждаются в Ваших продуктах и услугах. К сожалению, большинство из них понятия не имеют о Вашем существовании – они не знают Вас, Вы не знаете их.

На первой стадии все Ваши маркетинговые усилия должны быть сосредоточены на привлечении внимания этих пока незнакомых Вам людей. Заметьте, я не говорю о том, что Вам необходимо сразу пытаться продать им свои продукты или услуги! Я имею ввиду именно привлечение внимания к Вам!

На данном этапе крайне важную роль играют Ваши рекламные материалы, front-end продукты и прочие элементы, которые направлены на привлечение внимания Ваших клиентов. К сожалению, на сегодняшний день люди крайне пресытились рекламой, которая валится на них со всех сторон. Однако если использовать технологии копирайтинга и директ-маркетинга, то достучаться до людей (как и до других компаний) все же можно. Самыми важными элементами здесь являются заголовки Ваших маркетинговых сообщений, а также предложение, которое Вы даете людям.

Поэтому я настоятельно рекомендую Вам подробно изучить и развить в себе навык копирайтинга, это, пожалуй, один из самых быстро окупаемых навыков в бизнесе. [Подробнее о копирайтинге Вы можете узнать здесь.](#)

Стадия №2

Заинтересовывайте потенциальных клиентов

После того, как Вы заполучили внимание со стороны незнакомого человека с помощью Ваших маркетинговых сообщений, необходимо начать выстраивать с клиентом дружеские взаимоотношения. Наиболее простой и эффективный путь к этому – дать потенциальному клиенту какую-либо бесплатную и полезную для него информацию (естественно в обмен на его контакты).

Какие могут быть варианты для создания подобного продукта? Их множество:

- Книги
- Мини-книги (подробнее о том, как создать продающую мини-книгу, [Вы можете узнать здесь](#))
- Аудиодиски
- Семинары
- Вебинары (интернет-семинары)
- Статьи на сайте
- Статьи в СМИ
- И многие другие продукты...

Стадия №3

Превращайте потенциальных клиентов в реальные

После того, как люди узнали о Вас и получили от Вас бесплатную полезную информацию, уровень доверия к Вам намного Выше! Теперь они гораздо более охотно будут готовы покупать Ваши продукты и услуги.

Стадия №4

Продавайте им снова и снова

Это наиболее важная фаза, поскольку успешный прибыльный бизнес строится, в первую очередь, на продажах постоянным клиентам. На самом деле, это даже не стадия, а постоянная работа по выстраиванию взаимоотношений с Вашими клиентами.

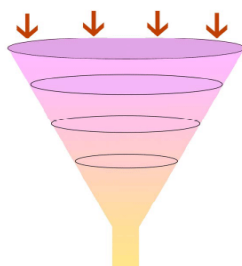
Чем большую ценность Вы будете давать Вашим клиентам, чем больше Вы будете удовлетворять их потребности, тем больше они будут рекомендовать Вас другим людям.

Это именно та фаза, на которой Ваш бизнес начинает развиваться с лавинообразным эффектом. И когда Вы выйдете на определенный уровень в развитии данной стадии, все проблемы с маркетингом отпадут у Вас сами собой, поскольку Ваша репутация и рекомендации Ваших текущих клиентов будут приводить Вам все новых и новых людей. *(тем не менее, работать над маркетингом все равно придется, чтобы наращивать клиентскую базу, однако этот процесс будет проходить намного проще ☺)*



Секретный шаг №3

Выстраивайте воронку продаж для Ваших клиентов



Бесплатные front-end продукты

Дешевые продукты

Основные продукты

Дорогие продукты

Если вы продаете продукты только в одном ценовом сегменте, то будете терять значительную часть своих потенциальных клиентов.

Во-первых, среди всего спектра ваших клиентов будет определенная (хотя, вероятно, и небольшая) доля людей, которые готовы приобретать дорогие и высококачественные продукты и услуги. Если вы будете предлагать только «дешевые» варианты, то шансы «зацепить» этих клиентов для вас невелики.

Во-вторых, на фоне шока от больших цен «дорогих» товаров, более дешевые варианты психологически выглядят для человека гораздо более доступными. Например, если вы продаете программные продукты, и поставите рядом три варианта решения – дорогое и мощное за 100 000, стандартная комплектация – 45 000 и light-версия за 13 000, то на фоне 100 000 light-версия будет выглядеть гораздо более привлекательной по цене, чем если вы выставите только light-версию за 13 000.

И, в-третьих, многие из клиентов, уже купивших что-то у вас, в случае, если они конечно, довольны качеством вашего продукта или услуги, будут готовы приобрести у вас и что-то еще, уже более дорогое, если вы им это предложите. Причем доля таких клиентов отнюдь не мала, обычно она составляет порядка 20-30%.

Поэтому вам крайне необходимо выстраивать линейку продуктов в разных ценовых нишах. Причем, если вы только начинаете внедрять у себя эту

составляющую, начните с очень дорогого продукта. Даже если его почти никто не будет покупать, но на его фоне остальные будут выглядеть очень выгодно.

Построение цепочки front-end – back-end-VIP

Следующим очень важным этапом является построение как минимум 3-х шаговой цепочки продаж для Ваших клиентов, по которой они будут последовательно идти:

1. **front-end** - Очень дешевые или бесплатные продукты, которые будут приводить к вам заинтересованных людей.
2. **back-end** – основные продукты, которые вы будете продавать заинтересованным людям и на которых будет идти основной заработок.
3. **VIP** – очень дорогие продукты для сильно заинтересованных клиентов, купивших **back-end**. Поскольку у Вас будет определенная прослойка клиентов, которые в принципе готовы платить за «дорогую» продукцию, наличие данного типа продукции в ассортименте ваших товаров и услуг крайне желательно.

Если клиент будет доволен качеством вашей **front-end и back-end** продукции, то когда ему потребуется что-то из «дорогого» сегмента, он в первую очередь будет готов обратиться к вам. Естественно упускать таких клиентов не стоит, поскольку именно на них вы можете заработать основные деньги.



Краткий обзор основных маркетинговых принципов

В этой небольшой книге я постарался немного изменить Ваше видение бизнеса, помочь Вам подняться на чуть большую высоту и посмотреть на него в перспективе. Вкратце приведу Вам ключевые принципы, которые мы рассмотрели в предыдущих главах:

1. Вы можете вывести свой бизнес на принципиально новый уровень, начать привлекать намного больше клиентов, получать от него больше денег.
2. Для того чтобы преуспеть в бизнесе Вам необходим четкий план развития Вашей системы продаж. Без этого Ваш бизнес будет напоминать хаотичный процесс взлетов и падений.
3. Перестаньте хвататься за каждую новую «блестящую» идею, начните реализовывать то, что у Вас записано в плане.
4. Осознайте, что Ваши знания и навыки в маркетинге и продажах – это ключевая составляющая успеха в бизнесе.
5. Помните, что люди будут намного хуже покупать Ваши продукты до тех пор, пока они Вас не знают и не доверяют Вам, используйте различные методы построения отношений с Вашими клиентами еще до их покупки.
6. Выстраивайте в своем бизнесе систему привлечения и конвертации потенциальных клиентов в реальные
7. Выстраивайте воронку продаж для Ваших клиентов
8. Проработайте цепочки front-end – back-end-VIP в Вашем бизнесе

Если Вы будете следовать этим рекомендациям, то очень скоро Вы обнаружите, что Ваш бизнес буквально меняется на глазах! Приходит больше клиентов, они намного более лояльны к Вам, они оставляют у Вас намного больше денег, и, что самое приятное, Вы получаете на порядок больше удовольствия от своего бизнеса.

Для тех, кто хочет большего...

Я понимаю, что изложить в небольшой книге все тонкости процесса увеличения продаж крайне сложно, поэтому у меня есть для Вас специальное предложение...

Если вы хотите вывести Ваши продажи на принципиально новый уровень, я могу Вам обещать...

с помощью моей новой уникальной бизнес-системы
"Секретные Технологии Увеличения
Продаж И Привлечения Клиентов
в Малом Бизнесе"

***Вы Можете Удвоить И Даже Утроить
Объем Продаж В Вашем Бизнесе***

Это не пустые слова, многие бизнесмены, изучившие мою бизнес систему, уже сделали это! Их [отзывы Вы можете найти здесь](#).

Чтобы узнать об этом больше ПРЯМО СЕЙЧАС зайдите на
<http://ultrasales.ru/salesup.html>

***и узнайте Секреты, которые гарантированно позволят Вам резко
увеличить количество денег, которые приносит Ваш бизнес***

С пожеланием успехов и удачи в бизнесе

Николай Мрочковский

