

Содержание

Введение.....	8
Продажи: система или случай?	11
Пять ключевых составляющих	13
Формула, которую каждый бизнесмен обязан знать наизусть	14
В какой последовательности начинать работу?	15
Миф о волшебной таблетке.....	18
Последовательность проработки системы	19
Что есть маркетинг и можно ли без него прожить?	21
Все, что вы не измеряете, вы не контролируете	23
Задание на проработку.....	24
Увеличение прибыли с продажи	25
Неочевидные законы ценообразования	27
Чего хотят ваши клиенты — цена? качество? результат?	28
Тестирование цен	30
Поднятие цен — путь в пропасть или возможность?.....	31
Цены и уходящие клиенты	32
Отстройка от конкурентов	32
Новая цена	33
Активное предложение высокоприбыльных товаров	35
Условно-бесплатные предложения	35

Необычные варианты увеличения маржи	36
Формула текста, который заставляет ваших клиентов бросить все и купить прямо сейчас, — УПОД	37
Надбавка за срочность	39
Надбавка за кастомизацию под клиента	40
Возможность заплатить сразу, любым удобным способом	42
Гарантия результата	43
Задание на проработку — придумываем гарантию	44
Увеличение суммы среднего чека	45
Клиент купил — предложи еще	47
Различные варианты дополнительных предложений	48
Базовые решения и дополнительные опции	50
Добавление дополнительных услуг-опций в свое предложение	55
Стоимость доставки не изменится	56
Бесплатная доставка	56
Помогите клиенту набрать БОЛЬШЕ	57
Интерактивность	57
Предложения в разных ценовых нишах	57
Купи квартиру — получи бейсболку в подарок	58
Что дарить клиентам?	59
Возможность купить в кредит	60
Всего 343 рубля в день... ..	60
Цена 1990 рублей	61
Продажа мелким оптом	61
Купи три — четвертый получи в подарок	62
К черту цену, покажите ценность	63
Знание клиентов о ценности ваших продуктов и услуг	65
Помогите своим посредникам	67
Из потенциального клиента в покупателя — поднимаем конверсию	69
Первый контакт с клиентом	71
Дружелюбное общение	72
Телефонный этикет	73

Скорость реакции и ответа	77
Время исполнения заказа	78
Таблица с предложением на выходе	79
Как сделать работу каждого работника центром получения прибыли?	80
Продажи 24/7	82
Почему они НЕ покупают	82
Что делать, если клиент не совершил покупку	84
Типовые возражения ваших клиентов	84
Принимать звонки должен живой человек	85
Хочешь, чтобы клиент тебя услышал? Скажи ему семь раз!	87
Телефонные продажи — основные шаги	89
Последовательность коммуникаций с потенциальным клиентом	90
Самое слабое звено	92
Уберите все препятствия с пути клиента	92
«Тайный покупатель»	93
Запись телефонных звонков продавцов	94
Тренинг улыбки — рост продаж на 5%	94
Изучите все точки контакта	95
Грамотный прайс-лист	96
Две альтернативы — с вашим продуктом и без него	97
Даже если клиент отказался.. ..	98
Калькулятор ценности — покажите своим клиентам прибыль	98
Нелогичные факторы	99
Клиенты, которые покупают снова и снова	101
Начните вести клиентскую базу	103
Превосходите ожидания	104
Верните потерянных клиентов	105
Вежливо! Качественно! Вовремя!	106
Запуск сарафанного радио	106
Усиление сарафанного радио	107
Послевкусие у клиента после первой покупки	108
Позвоните клиенту через неделю после покупки	108

Персональная работа с VIP-клиентами	109
Используйте жалобы клиентов для повышения их лояльности	110
Путь, по которому вы ведете клиента	110
Все клиенты делятся на три большие группы	111
Привести человека обратно четыре раза	113
Скидки	113
Дисконтные карты	114
Регулярные коммуникации с клиентами	114
Магический треугольник: проблема–деньги–время	115
Клиенты должны знать о ваших новинках	116
Клиенты хотят разнообразия	116
Маркетинговые фишки, увеличивающие частоту покупок	117
FAQ — часто задаваемые вопросы	118
Увеличение входящего потока клиентов	119
Продукты для наращивания клиентской базы	119
Халява в обмен на контакты	119
Демпинговая цена на товар — локомотив	121
Цепочка продуктов	122
Продукты как инструмент маркетинга	123
Матрица генерации новых каналов продаж	124
Долгосрочная ценность клиента	125
Стимулирование рекомендаций	127
Что делать с тем, кого порекомендовали	128
Отзывы — сбор и использование в маркетинговых материалах	128
Продающие визитки	129
Внутренние продажи (каждый сотрудник может заработать)	130
Обучайте своих клиентов	130
Инфобизнес на службе компании	131
Полезные советы	132
Привлекайте партнеров	132
Работа на выставках	133
Источники потенциальных клиентов	134
Стоимость вашего клиента	138
Главная ошибка в привлечении новых клиентов	139
5% на эксперименты	140

Дополнительные материалы	141
Пример применения технологий УДОП, front-end, cross-sell	143
Некоторые полезные рекомендации по веб-сайту	144
Специальные техники для розничных магазинов	150
Как создать продающую презентацию для своей компании	162
Трехступенчатый отдел продаж	174
Первый шаг в решении любой проблемы в бизнесе: цикл СОМ	180
Заключение	184
Специальный подарок для наших читателей — бесплатный видеокурс «MiniMBA: продажи»	186
Дополнительный секретный подарок!	188