

ОГЛАВЛЕНИЕ

Предисловие к третьему изданию	9
Введение	13
ГЛАВА 1. Почему продажи не идут	15
Почему реклама не дает результата	16
Типовые ошибки в построении системы продаж	20
Три компонента эффективной системы продаж.	23
Резюме	24
ГЛАВА 2. Боевые команды продаж	29
Так к чему же стремиться?.	30
Резюме	35
ГЛАВА 3. Правила боя: этапы активных продаж.	37
Определение целевых сегментов рынка.	38
Подготовка источников информации для составления списков клиентов	40
Составление и выверка списков клиентов	41
Предварительная рассылка коммерческих предложений	42
Первый звонок клиенту	49
Встреча с клиентом.	50
Презентация	51
Ответы на вопросы и заключение сделки	52
Оформление документов и исполнение обязательств перед клиентом	52
Последующие продажи, отзывы и рекомендации	54
Резюме	56
ГЛАВА 4. Отбор бойцов	57
Как найти бойцов	59
Планирование конкурса	62

Офис отдела продаж	62
Организаторы и заказчики конкурса	63
Сроки проведения конкурса.	64
Подготовка и размещение вакансий.	65
Типовые ошибки, или Разместить вакансию, чтобы запороть конкурс	66
Презентация компании, обоснование и цель конкурса.	70
Требования и условия	72
Лозунг	73
Инструкция «Что делать» и контакты.	74
Графическое оформление и дизайн.	74
Обработка входящего потока: звонки и визиты.	76
Дополнительные возможности по усилению конкурса	81
Отбор резюме	83
Приглашение участников на конкурс	84
Проведение конкурса.	86
Организация конкурса	87
Начальное объявление	88
Первый этап: сравнительный отбор	91
Второй этап: анкетирование	95
Третий и четвертый этапы: повторное собеседование и «проверка боем»	97
Финал конкурса: продажа работы сотруднику — вербовка	103
Подведение итогов конкурса: последоконтроль	105
Резюме	106
ГЛАВА 5. Подготовка бойцов	107
Выход новых сотрудников на работу. Адаптация	108
Стандартные кризисы менеджеров по продажам	114
Спады продаж	114
Первый стандартный кризис	117
Второй стандартный кризис.	118

Обучение бойцов	120
Профессиональные тренинги продаж	120
Внутрикорпоративные тренинги продаж	122
Наставничество руководителей продаж и опытных бойцов	128
Личный порог и его «раскачка».	130
Книги, технологии и статьи по продажам.	131
ГЛАВА 6. Управление боевой командой продаж	133
Административное управление боевой командой продаж	137
Ежедневные мероприятия	140
Еженедельные мероприятия	142
Статистика коммерческой работы	144
Ежемесячные мероприятия	148
Подведение итогов за предыдущий месяц	148
Прогноз продаж на ближайшие месяцы.	149
Разработка планов продаж на месяц	150
Персональные цели и планы работ	153
Индивидуальные мотивационные беседы с бойцами	154
Спецмероприятия по укреплению команды	157
ГЛАВА 7. Оружие боевой команды: технологии и стандарты продаж	161
Поиск и привлечение клиентов.	162
Внутренние документы компании	167
Приложение. Перечень документов, передаваемых заказчику в рамках консалтинга по построению системы продаж.	172
Документы по построению системы продаж.	172
Документы по кадрам.	175
Документы по конкурсу	175
Документы по рекламе и PR.	177
Документы по системе оплаты труда	178

Документы по сотрудничеству с «Капитал-Консалтинг» . . .	178
Материалы по стандартизации	179
ГЛАВА 8. Приказ по оплате труда менеджеров по продажам . . .	181
Традиционная система оплаты труда менеджера по продажам	182
Эффективная система оплаты труда менеджеров по продажам. Пример разработки	189
Первый этап. От чего и как считается зарплата	190
Второй этап. Определение оклада и ставки процента . . .	193
Третий этап. Планы продаж на отдел	195
Четвертый этап. Условия оплаты начальника отдела продаж.	197
Пятый этап. Повышающие и понижающие коэффициенты	198
Шестой этап. Проверка системы оплаты	202
Седьмой этап. Продажа новой системы оплаты бойцам . .	204
Восьмой этап. Результаты внедрения новой системы оплаты труда	205
ГЛАВА 9. Цели построения системы продаж.	207
Гарантированный сбыт.	210
Независимость от кадров	212
Планируемое увеличение сбыта	220
ГЛАВА 10. Создание боевой команды с нуля	227
Первый этап. Подготовительные работы.	229
Второй этап. Создание команды	231
Третий этап. Выход на первые продажи	233
Четвертый этап. Выдвижение управленческого звена	236
Пятый этап. Укрепление команды, или «Свежая кровь». . .	238
Шестой этап. Создание профессиональной системы продаж.	239
Что делать, если отдел продаж уже есть?	242

ГЛАВА 11. Прогноз увеличения доходов	245
Варианты роста доходов	246
Прогноз	247
ГЛАВА 12. План построения системы продаж	251
Три компонента системы продаж	252
Сроки построения системы продаж	253
Этапы построения системы продаж	255
Резюме	264
Приложение. План консалтинга	265
 Заключение: момент истины	 273
 Приложение. Цитаты.	 277
 Тренинги Компании «Капитал-Консалтинг».	 287
О Компании «Капитал-Консалтинг».	288
Эксклюзивный семинар-тренинг	
«Построение системы продаж»	290
Тренинг «Большие контракты. Финальные переговоры	
о цене»	294