

# Гайд по продажам, который увеличит конверсию вдвое

## 1. Скорость перезвона после получения заявки

Идеальное время перезвона до 10 минут после получения заявки и чем меньше это время, тем более результативным будет разговор с клиентом и тем больше вы будете зарабатывать.

Перезванивая клиентам через 1 час или на следующий день, вы с большой вероятностью ничего не продадите и просто сольете деньги в рекламу впустую. За то время пока вы медлили со звонком, клиент уже оставил заявки и скорее всего пообщался с 2-5 вашими конкурентами. И при звонке вы можете получить ответ, что он мол ни какой заявки он не оставлял, потому как текущие потребности клиент уже закрыл, потратил время на общение с вашими конкурентами.

Резюмируя: Чтобы продавать больше - Звоните быстрее.

## 2. Идеальный скрипт звонка

Чтобы составить таковой скрипт, не нужно огромное количество времени или средств - нужно всего лишь продавать лучше конкурентов. Берем выборку из 10 конкурентов в вашем городе и других тоже (можно взять МСК и СПб), оставляем заявки у них на сайте и общаемся под видом заинтересованных клиентов. Имитируем самые частые возражения, которые у вас не получается обрабатывать и получаем ответы.

Разговоры желательно записать или законспектировать. И потом собираем из всех ответов свой собственный скрипт.

Такую конкурентную разведку можно повторять раз в пару месяцев, звонить лидерам рынка в вашей нише и брать на вооружение рабочие фишки.

## 3. Делать подарки клиентам

Делать подарки клиентам - это нормальная практика. При продаже мотивируйте клиента скидкой или небольшим подарком, который по факту обходится вам очень дешево, но очень сильно увеличивает конверсию в продажу

В идеале планировать денег из рекламного бюджета на подарки клиентам

## 4. Отправляйте виртуальную визитку после разговора

Запишите видео, в котором отвечаете на самые частые вопросы, задаваемые клиентами при разговорах, небольшим рассказом о компании и несколько видео отзывов. В видео вы закрываете часть болей клиента и показываете свою экспертность, тем самым вызываете доверие клиента.

После разговора с клиентом отправляйте эти видео и виртуальную визитку со ссылкой на сайт и ваши соц. сети, чтобы не забыл ваши контакты.

## 5. Выяснить потребности клиента

Не спешите сразу продавать, рассказывать про преимущества, делать предложение цены. Сначала выясните что хотел клиент, задайте несколько вопросов:

Почему вы обратились к нам?

Почему решили оставить заявку на сайте?

Что вам понравилось у нас, как вообще нас нашли?

После этого вопроса, сам клиент расскажет вам почему он хочет купить именно у вас.

Возможно у него есть свои определенные хотелки по проекту и он охотно с вами поделится. Вам останется поддакивать и задавать уточняющие вопросы. Говорите меньше клиента, больше слушайте.

Если у клиента есть какие то скрытые возражения, и он не может принять решение сейчас - лучше открыто спросить его об этом: "Подскажите, что мешает начать наше сотрудничество сейчас?"

## **6. Немного попугать, но дать надежду**

Истории и сравнения это очень крутой инструмент убеждения. Историями реально убедить любого человека, закрыть любое возражение. Слушая историю человек невольно примеряет её сюжет на себя и если история будет с негативным концом клиент сможет прочувствовать весь негатив, так сказать "на своей шкуре".

Возьмем самое частое возражение "Дорого", тут достаточно поведать страшную историю о людях, которые пытались экономить на строительстве, но потом переплатили в 2-3 раза, потеряли нервы, время. Ну и даем надежду, теперь расскажем позитивную историю, что все 100% людей, кто построил дом из максимально качественных материалов — смогли сэкономить N-сотен тысяч на строительстве.

## **7. Тест драйв**

Не надейтесь, что клиент сразу купит у вас (хотя такие ситуации конечно бывают), он о вас совершенно ничего не знает и пока еще не доверяет вам.

Люди покупают у тех, кому доверяют. Чтобы ускорить установление финансово-доверительных отношений, продайте клиенту на старте, что то недорогое.

Если вы занимаетесь строительством домов, то продайте проектирование дома, помогите найти участок или продать квартиру, оформить кредит.

## **8. Если продажи не идут**

Если продажи не идут совсем. Вы вроде бы все делаете правильно, но продаж нет. Вы не понимаете, где совершаете ошибку и почему продаж нет. И как не странно, лучше спросить о своих ошибках у наших клиентов. Берем выборку 10-15 клиентов, которым вы уже звонили и не смогли продать. Перезваниваем и задаем вопрос "Почему вы не купили у нас тогда?". Все полученные ответы покажут слабые места в продажах и маркетинге у вашей компании. Останется только все исправить и предлагать именно то, что ждут клиенты.

## **9. Обзванивайте клиентов, с которыми вы контактировали, но продали.**

Прозванивайте периодически клиентов, которые оставляли у вас заявку но еще не решились на покупку. Среди них 100% найдутся те кто до сих пор не принял решение и своим звонком вы возможно определите решение клиента в вашу пользу. И еще, за этих клиентов вы уже заплатили рекламным системам, так зачем же разбрасываться деньгами просто так. Просто придумайте акцию под предлогом которой вы сделаете звонок или может быть просто поздравить с праздниками.