

Моя книга для бизнеса.

Черновик

Тема № 1. Хороший сайт. Каким он должен быть?

Хороший сайт должен быть на платном или бесплатном хостинге, но без сторонней, вылезавшей рекламы.

С дисковым пространством, достаточным, чтобы разместить свои товары, услуги, фото и видео своих работ.

С доменом второго уровня.

С простым и понятным дизайном, который с первых секунд, дает понять посетителю сайта, идею и суть бизнеса.

Удобное расположение кнопок (Юзабилити).

Размещение контактной информации в правом верхнем углу, а логотип слева.

Основное меню лучше всего располагать слева, а дополнительное либо вверху, либо справа.

Сайт должен загружаться как можно быстро, чтобы человек не успевал соскучиться, ожидая загрузки всех его картинок, баннеров и видеофайлов.

Для каждого бизнеса, необходимо проработать стилистику и цветовое решение. Но основные кнопки сайта и их содержание лучше подстроить либо под самые популярные сайты конкуренты, либо под конкурентов в своем городе, если их сайт был разработан раньше. Но если их сайт совсем не удобен, то лучше не брать их сайт за основу. Равняться лучше на лидеров рынка, предлагая свою изюминку.

Обязательно подключить к сайту онлайн-консультант, который будет доступен 24 часа в сутки и 7 дней в неделю.

Размещать на сайте только уникальный контент. Его можно купить на биржах статей, или нанять копирайтера. И чем чаще информация на сайте будет

обновляться, тем лучше будет индексация поисковиками, следовательно, выше позиция в поисковой выдаче.

Обязательно прописывать все теги и ключевые слова в корне страниц сайта. И не забывать об информировании поисковиков о появлении новых страниц на сайте.

Если продается товар или услуга, то процесс приобретения его на сайте должен содержать минимум действий. Чем меньше действий для покупок, тем больше конверсия.

Стараться, чтобы каждый текст на сайте имел основу продающего текста. И нес в себе одну идею и призыв к действию.

Сайт должен иметь виджет социальных сетей! И если есть группа в социальной сети, то необходимо грамотно ее развивать и привлекать подписчиков на сайт. О том, как это делать, поговорим чуть позже.

Хороший сайт всегда имеет в своем арсенале «поиск по сайту», расположенный на видном месте.

Для аналитики, обязательно вставить счетчики статистики. И самым интересным будет Яндекс Метрика.

Новости. Если вы не пишете новостей на сайте хотя бы один раз в неделю, то посетители сайта могут подумать, что за сайтом не следят.

Обязательно иметь раздел отзывов и предложений. И если ваши покупатели не пишут отзывы на сайте, то возьмите у них отзыв на бумаге и разместите его на сайте. А для сбора отзывов лучше всего использовать уже готовую форму в виде анкеты с вопросами.

Тема 2. Как продвигать сайт?

Подружитесь с информационными ресурсами, для обмена баннерами или ссылками.

Разместите свой баннер или ссылку на тематических сайтах по вашей теме.

Заполнить сайт интересным и полезным контентом, видео-кастами, аудио-кастами.

Сделать контекстную рекламу. Подробнее в другом разделе.

Размещайте адрес своего сайта во всех рекламных материалах и письмах.

Продвигайте свой сайт через социальные сети. Через группы объявлений, тематические группы и персональные страницы.

Используйте каждую возможность, чтобы рассказать о своем сайте.

Купите такое доменное имя, чтобы его проще всего было запомнить и написать.

Тема 3. Социальные сети.

Чтобы ваша группа в социальной сети не стала просто площадкой на которой вы пытаетесь продать свои товары или услуги, сделайте интересный контент, со вставками видео, фото, и других текстов прямо или косвенно отражающих вашу сферу деятельности.

Дайте людям развлекательный контент, который они будут копировать на своей странице.

Приглашайте людей в группу, используя сервис www.vkbot.ru

Сделайте так, чтобы люди начали обсуждать в вашей группе те темы, которые отражают специфику вашей деятельности.

Тема 4. Реклама. Какая она должна быть?

Реклама должна содержать в себе следующие принципы:

- Простота понимания и запоминаемость;
- Одну, но не более двух смысловых идей, которые могут быть вашим УТП;
- Призыв к действию. Особенно в конце рекламного послания;
- Единый стиль;
- Выгоды и преимущества для потребителя;
- Направленная на четко определенную целевую аудиторию.

Использование настоящих клиентов в рекламе, которые говорят о вас в положительном отзыве, очень хороший мотиватор для других клиентов, которые еще раздумывают о покупке товаров или услуг в вашей компании.

Тема 5. Искусство продаж.

Необходимо научиться самому, и научить своих продавцов продавать грамотно.

Искусство продаж – это:

1. Это способность продать товар таким образом, чтобы человек понял и осознал, что ему этот товар нужен.
2. Это способность понять те потребности покупателя, которые позволят заключить сделку легко и быстро.

Учиться необходимо как у практиков, так и у теоретиков.

Основные принципы учения:

1. С тренером;
2. Постепенно;
3. Постоянно.

Как стать профессионалом в продажах?

1. Учиться;
2. Практиковаться;
3. Анализировать;
4. Меняться;
5. Верить;
6. Учить других.

Проводить мониторинг рынка и конкурентов один раз в неделю.

Продавец должен думать как собственник бизнеса!

Проявлять инициативность, принимая самостоятельные решения, с выгодой для компании, в интересах клиента, как можно более эффективно, думая о результатах.

Чего хочет Ваш покупатель?

1. Получить качество;
2. Низкую цену;
3. Высокую скорость оформления сделки;
4. Положительные эмоции;

5. Комфорт;
6. Простое решение;
7. Не думать;
8. Не понимать.

Дайте ему это, и он купит именно у вас.

Как вести себя, когда к Вам пришел покупатель?

1. Поприветствовать;
2. Дать освоиться;
3. Правильно подойти;
4. Правильно спросить;
5. Правильно отреагировать.

Вопросы для выяснения потребностей:

1. Какой товар нужен?
2. Кто будет пользоваться этим товаром?
3. Для каких целей?
4. Как будет использоваться?
5. В каких условиях?
6. В какой ценовой категории?
7. Какова срочность покупки?
8. Чем пользовались ранее?
9. Почему именно этот товар или эта марка?
10. И т.д.

Использовать «Техники задавания вопросов»

1. Открытые.

2. Закрытые.
3. С выбором.

Фишки:

1. Начинать с большего и дорогого.
2. Делать уступки.
3. Сделать вид, что вы пойдете и подумаете, или посоветуетесь с начальством.
4. Три «Да».

Конверсия – как важный показатель любого бизнеса.

Количество совершенных покупок с общего количества посетителей.

Увеличение конверсии позволяет увеличить объем продаж торговой точки без увеличения расходов на рекламу.

Как увеличить конверсию?

1. Продавать каждому посетителю.
2. Увеличить сумму сделки.

P.S. Не позволяйте собственнику делать импульсивные скидки!

Презентация.

Методические приемы презентации – это специальные техники ведения бесед, направленные на то, чтобы люди услышали вас. **В презентации чаще запоминаются начало и конец.**

1. **Начало:** Яркие моменты деятельности компании, характеристик товара, которые отличаются от конкурентов.
2. **Конец:** Ключевые высказывания о Вашем товаре и услугах. Какую выгоду получит клиент, если примет ваше предложение.

Статистика.

Общение между продавцом и клиентом происходит по трем основным каналам: вербальному, звуковому и визуальному. Приблизительно 10% -

это вербально воздействие. 30% - это звуковое, тембр голоса, мелодичность и ритмика. 60% - визуальное, движение, взгляды, одежда, выражения лица, манера поведения.

Фишка

1. Дать и отобрать.
2. Сказать, что все берут.
3. Показать, что продукт уникален в своем роде.
4. Использовать формулировку: «**Вы позволите мне?**»
5. Называть человека по имени.

Закон 4 «Э»

Закон четырех «Э» (Энтузиазм, Энергичность, Эмоциональность, Эрудированность) Вы ни когда не выведете клиента из состояния апатии и безразличия, если сами находитесь в них. Старайтесь понять клиента, проникнуться его проблемами. Настройтесь на одну волну с ним.

Не употребляйте слова раздражители.

(Слова при восприятии которых в воображении клиента возникает отрицательная картинка и эмоции.)

Слова. (цена, контракт, купите, сделка, подписать, проблема, дешевле, возражения, встреча, клиент- такие слова лучше не использовать)

Используйте эпитеты вызывающие положительные эмоции: новый, уникальный, волшебный, удивительный, особый, лучший, первый, современный, превосходный и т.д.

Прием ЭХО

Прием ЭХО. (Дословное повторение продавцом основных положений, высказанных клиентом. Повторению высказывания клиента должны предшествовать вводные фразы типа: «*Насколько я Вас понял...*», «*Вы считаете, что...*»).

Невербальное слушание

Невербальное слушание. (Активное слушание включает в себя соответствующее поведение: то, как вы смотрите на собеседника, ваша поза

выражает ваше внимание, ваши движения говорят о вашем понимании, вы киваете головой и издаете звуки одобрения).

Используйте знания своих работников, чтобы они обучали стажеров.

Советы:

Если ваш бизнес еще мал, а конкуренты имеют большую долю рынка и прочно закрепили свои позиции. Тогда необходимо найти уникальное отличие и упростить бизнес до примитивности.