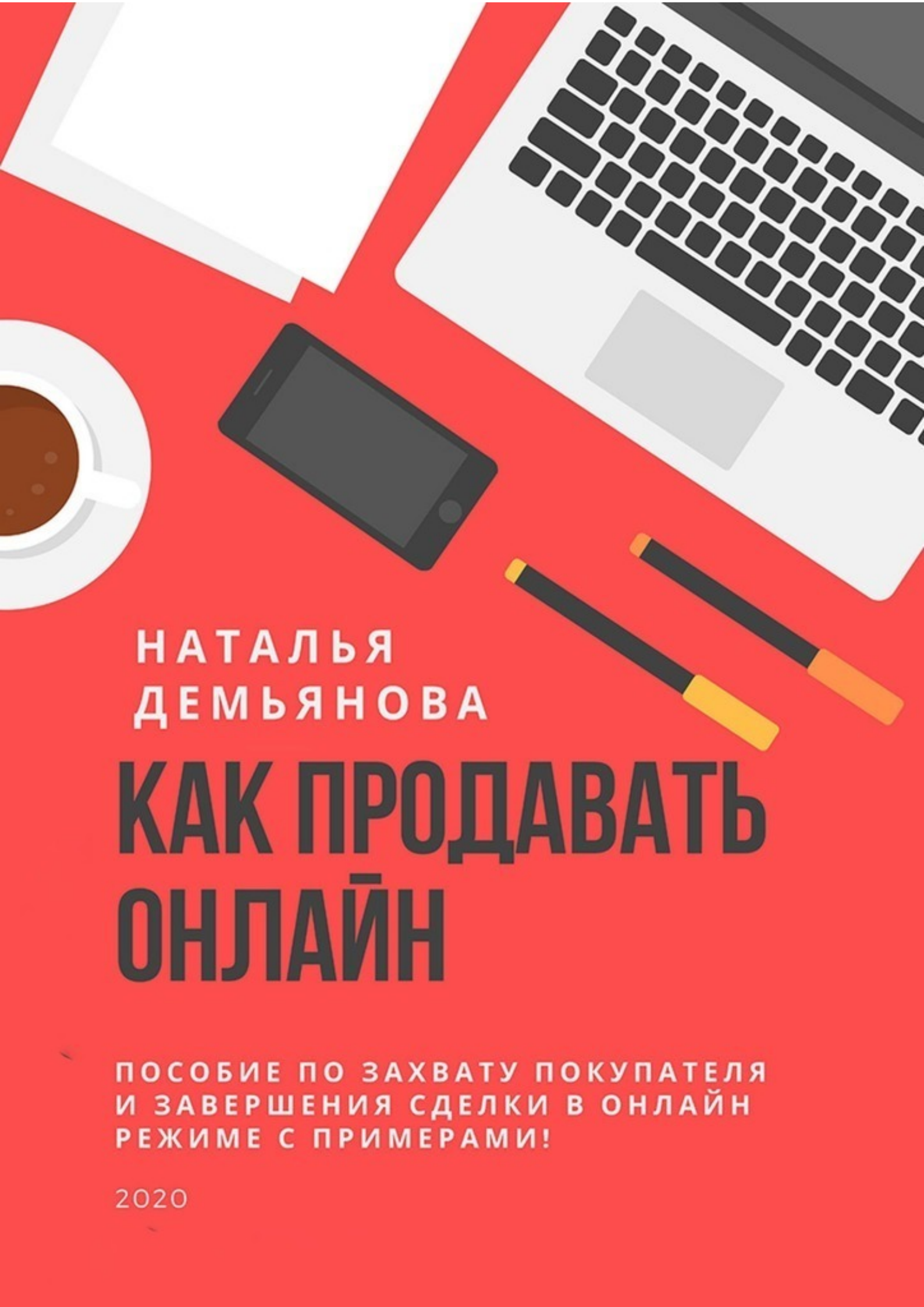


A top-down illustration of a workspace on a red background. In the top right is a white laptop with a black keyboard. In the top left is a white coffee cup with brown liquid. In the center is a black smartphone. In the bottom right are two pens, one black with a yellow tip and the other black with an orange tip.

НАТАЛЬЯ
ДЕМЬЯНОВА

КАК ПРОДАВАТЬ ОНЛАЙН

ПОСОБИЕ ПО ЗАХВАТУ ПОКУПАТЕЛЯ
И ЗАВЕРШЕНИЯ СДЕЛКИ В ОНЛАЙН
РЕЖИМЕ С ПРИМЕРАМИ!

2020

Наталья Демьянова

**Как продавать онлайн.
Пособие по захвату покупателя
и завершению сделки в
онлайн-режиме с примерами!**

«Издательские решения»

Демьянова Н.

Как продавать онлайн. Пособие по захвату покупателя
и завершению сделки в онлайн-режиме с примерами! /
Н. Демьянова — «Издательские решения»,

ISBN 978-5-44-986097-2

Что делать в кризис и не только? Эта книга без «воды» научит быстро начать продавать онлайн, настроить работу и самое важное — правильно найти подход к покупателям, совершать сделки, обойти ошибки при продажах. Все было отработано на практике. Информация собрана только самая актуальная, ведь то, чем мы пользовались в продажах раньше, уже не работает. Вы удивитесь, какие большие ошибки мы допускаем, а как все может быть легко. Не теряйте своих покупателей, станьте профессионалом в своем деле.

ISBN 978-5-44-986097-2

© Демьянова Н.
© Издательские решения

Содержание

Введение	6
Самый популярный интернет-ресурс для работы и как его сделать продаваемым	7
Воронка продаж	8
Как правильно представить Вашу организацию	10
Портрет покупателя	11
Конец ознакомительного фрагмента.	12

Как продавать онлайн Пособие по захвату покупателя и завершению сделки в онлайн-режиме с примерами!

Наталья Демьянова

© Наталья Демьянова, 2020

ISBN 978-5-4498-6097-2

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

Введение

Здравствуй, дорогой читатель! Давайте познакомимся! Меня зовут Наталья. Я очень давно «варюсь» в сфере продаж. Я проходила много семинаров, а потом проверяла на опыте. Продавала «тет-а-тет», по телефону и по Интернету. Везде есть свои плюсы и минусы. Я нашла себя в онлайн продажах. Почему? Здесь просто огромные возможности! Покупателей тут больше, чем мы думаем. К тому же, при ведении бизнеса онлайн намного меньше затрат – это хорошо для начинающих предпринимателей. Еще долго можно перечислять положительные стороны. Но лучше скорее перейти к главному. Я надеюсь, что мой опыт дистанционных продаж поможет и Вам.

Ситуация на рынке быстро меняется. Раз уж мы пришли в такую сферу, как продажи, то мы должны принимать любые состояния экономики. Не важно, кризис или нет. Кризис – это шанс. Это как «пинок» для быстрых действий. Чем быстрее Вы принимаете решения, тем лучше. Если не будут поддаваться паники, то завтра и кризиса уже не будет.

Эта книга без «воды» научит быстро начать продавать онлайн, оформить свое сообщество, настроить работу и самое важное – правильно найти подход к покупателям, совершать сделки, обойти ошибки при продажах. Все было отработано на практике. Информация собрана только самая актуальная, ведь то, чем мы пользовались в продажах раньше, уже не работает. Вы удивитесь, какие большие ошибки мы допускаем, а как все может быть легко. Не теряйте больше своих покупателей, станьте профессионалом в своем деле.

Также здесь Вы поймете как не стать жертвой устаревших понятий для профессии «продавец». Под словом «продавец» здесь кроется очень широкое понятие. Это и менеджер, и перwokлассный переговорщик, и даже часто дизайнер (особенно в онлайн продажах) и это еще не все. Продавец должен быть активным, вежливым, грамотным, контактным, исполняющим корпоративные стандарты, внимательным.

Что должен знать и уметь продавец?

Искать клиентов, устанавливать контакт, выяснять потребности, презентовать решение, завершать сделки, уметь брать рекомендации, уметь работать с возражениями, уметь работать с претензиями.

Разберемся, как этому научиться в кратчайшие сроки.

Если человек не любит общаться, то это в современном мире профнепригодность для такой профессии. Другое дело, если человек хочет научиться, то эта книга точно поможет в этом.

Самый популярный интернет-ресурс для работы и как его сделать продаваемым

В условиях кризиса, нестабильности и для тех, кто только начинает свое дело, есть шикарный инструмент для работы! Сеть Интернет. Сюда теперь перешли все и вся. Уделим внимание одному самому популярному и эффективному. VK.com – это то место, где мы можем найти любого покупателя, продать ему любую услугу и товар. При этом, понеся минимум затрат, а поначалу и вовсе обойтись без них, если делать все самому.

Группа/сообщество в ВК – большой шанс для Вас. Это знает каждый. Но все должным образом оформили свои сообщества для покупателей. Кто-то не ведет ее и вовсе, выставив несколько товаров и все на этом.

С чего начать? Выберите тип сообщества. Рекомендую тип «публичная страница» – ее будет видно у подписчиков в левом меню, + есть масса положительных еще моментов. Нужно придумать продающее название для группы, не просто Магазин «Надежда», а магазин постельного белья «Надежда». Лучше чтобы сразу было понятно, что продаете или какие услуги оказываете. Иначе в поиске не найдут Вашу группу.

Заполните профиль группы: все о Вашей организации, контакты, данные о руководителе.

Создайте в обсуждениях темы: информация о доставке, о заказе, отзывы. Сначала даже попросить близких написать пару слов о Вашем товаре/услуге.

Заполнить товары. Размещайте только качественные фото. Покупатель ценит, когда цены указаны сразу. Когда ассортимент не очень большой, то контролировать сможете сами.

Оформите обложку или баннер группы + иконки. Тут можно попросить разработать для Вас индивидуальный дизайн, это платно. И это пригодится в будущем, единый стиль компании. Узнаваемый портрет компании. Логотипы и т. д. Но если умеете пользоваться программами для дизайна или редактирования фото, попробуйте сами. Все форматы можно найти как раз на сайте ВК. Здесь подробнее останавливаться на них не будем, так как они меняются периодически.

Размещайте регулярные посты на стене сообщества. Не стоит выкладывать много (более четырех штук) в сутки непродуманных новостей. Лучше два-три, но качественных, несущих в себе ценную информацию и с фото. Чередуйте, два поста о товаре/услуге и один с полезными советами, например. Также добавляйте посты с опросами иногда или с вопросами, чтобы видеть активность подписчиков. Видео статьи-обзоры очень популярны сейчас. Чтобы узнать на какие темы писать и как продвинуть Ваш продукт, составьте список ответов на вопрос «какую проблему решает Ваш продукт». Вы увидите много идей для постов.

Нужно иметь реальные фото товара и систематически их пополнять. Их можно прикрепить под Товар или в отдельный альбом с прикреплении далее ссылкой под Товар.

Установите дополнительную программу для отслеживания комментариев и сообщений. Функционал обычно широкий у таких программ. Одна из них: Callback API Бот, в ВК есть. Настраивается под себя.

Для чего это нужно? Во-первых, чтобы раньше мошенников увидеть потенциального покупателя; во-вторых, чтобы не упустить ни одного вопроса и комментария; в-третьих, чтобы видеть, кто и что делает в Вашем сообществе.

Следим за своей репутацией (отзывами на всех площадках).

Создайте максимально удобный сервис для покупателей.

Если группа подготовлена, переходим к поиску лидов (потенциальных покупателей).

Воронка продаж

Воронка продаж – это маркетинговый инструмент для планирования и оценки эффективности бизнеса. Она нужна, если у Вас сложный, ответственный или дорогой продукт, а также продукт с большим циклом продажи (мебель, недвижимость, дизайн, вещи на заказ, обучение, медицинские, юридические услуги и т.д.). То есть то, что не каждый человек может приобрести спонтанно.

Два инструмента для поиска лидов:

- Портрет покупателя (об этом ниже подробнее все описано)
- Таргетинг

Два отличных инструмента для захвата лида:

– Завлекающее предложение получить что-то бесплатно здесь и сейчас (но как у всех, надо что-то уникальное!). Люди хотят без условий что-то получить сразу, решить какую-то маленькую проблему.

- Цепляющий рекламный баннер на эту тему.

Примеры: «Скачай Топ 10 полезных советов по...». «Скачай инструкцию «Как избежать убытков при покупке того-то или того-то...»». Можно сделать подборку чего-то самим и пусть они скачивают себе. Не жалейте! Зато лиды придут и запомнят Вас.

Состав воронки продаж:

- Холодные покупатели – где-то что-то слышали, нечаянно попалась Ваша организация.
- Теплая аудитория – проявляет интерес, что-то иногда читает, смотрит.
- Горячий покупатель – ищет что-то конкретное, с нужными характеристиками и ценой.
- Решение. Сделка (покупка).
- Повторная покупка и рекомендации другим.

Например, когда к Вам в сообщество вступил человек, что он видит? Видит оформление сообщества и стену, информацию о продавце. Если все верно заполнено, это, конечно, хорошо, но этого уже не достаточно. Посмотрел и забыл.

Что мы делаем? Надо перевести такого «холодного» покупателя в режим «подогрева».

Вообще, по примерным подсчетам, 75% продаж – работа воронки, а 25% – работа продавца.

Остановимся на основном. Как в сообществе в ВК это сделать. Можно завлечь покупателя в рассылку от имени сообщества. Таким образом, можно будет оповещать покупателя о своей деятельности (акциях, скидках, новинках, ваших работах и т.д.). Для этого есть заманивающие посты, кнопки приложений, таргетинг специально на это настроенный (тут нужно знать портрет своего покупателя). Первым делом нужно будет установить приложение для рассылки сообщений в ВК Senler.

Не забываем про качественный контент на стене, о чем Выше говорилось, это поможет и в рассылке. В ВК есть еще очень много инструментов для продвижения, которые Вам надо будет освоить, но пока начните с того, что выше написано.

Также Вы должны знать, что в современных условиях надо иметь уникальное торговое предложение (УТП), но не акция. Это то, что будет отличать Вашу компанию от других.

Примеры:

- Повышенная гарантия на продукт (больше, чем у других)
- Бесплатное хранение на складе
- Постпродажное обслуживание
- В подарок к товару что-то необычное сопутствующее
- Средство для мытья посуды без вредной химии
- Похудение без тренажерного зала

– Пожаробезопасный материал для строительства

УТП – это не временное предложение, а постоянное позиционирование, которое можно использовать везде (визитки, реклама). УТП не должно терять актуальность.

Как правильно представить Вашу организацию

Многие организации допускают ошибку, когда говорят о себе только общие данные. Все организации похожи друг на друга. Копируется текст, вставляются свои цифры и имена. Это никуда не годится в современном мире.

Вашему покупателю нужно не просто сообщить общую информацию о вашей компании, о вашем ассортименте и т.д., но и «зацепить» его чем-то. Ведь у каждого покупателя свои представления об этом, так как он опирается на свой жизненный опыт. Для одного 10 лет на рынке кажется много, а для другого это мало.

- «У нас широкий ассортимент!»
- «И что, что мне это дает?»
- «У нас большой штат сотрудников»
- «И что?»

А если такая подача:

- «У нас широкий ассортимент, более 200 наименований» – тут уже стало куда понятнее. Понимаете, о чем речь?

Как правильно составить сообщение о Вашей компании? Для этого обязательно чередуем общую информацию с конкретной.

Пример: «Мы 7 лет на рынке – у нас хороший опыт». «7 лет на рынке» – общая информация, а «большой опыт» – конкретная.

«Наши профессиональные менеджеры продали уже много автомобилей, они ежемесячно проходят специальное обучение по каждой модели».

«У нас опытные автомеханики, они все с техническим «образованием».

«У нас отличный сервис, предоставляем услуги доставки, подъема, установки».

В общей информации мы часто вьем («приукрашиваем»), а в конкретной уже кроется истина. Это основа переговоров. Главное, все красиво и верно составить, чтобы вызвать доверие у покупателя и интерес.

Портрет покупателя

Сегодня спрос меньше, чем предложение. Конкуренция огромная за деньги покупателя. Покупатель уже информирован, подготовлен. Все за нас делает сеть Интернет. Он также читает статьи и смотрит видео для себя, изучает. Он без Вас уже видел новинки, знает, как Вы должны с ним общаться и как себя вести. Теперь мы не выбираем покупателей. Работать придется со всеми.

Но, если для привлечения покупателей надо сделать рекламу или подготовить контент сайта, надо понимать кто Ваш покупатель/клиент.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.