



Слой системы продаж сложных технических решений

№ слоя	Что делаем? Этапы проекта внедрения	Результат	Метрика в управлении
1	<ul style="list-style-type: none">● Бизнесы, каналы, география;● ABC-анализ и выводы по нему:<ul style="list-style-type: none">○ средний вес сделки по категориям,○ средняя длительность сделки по категориям,○ степень проработки клиентов категории А.● разработка гипотез целевых рынков;● Постановка целей:<ul style="list-style-type: none">○ план продаж в деньгах по компании;○ цели по категориям в %;○ цели по проектам категорий А и В в шт.● Индивидуальный план по менеджерам:<ul style="list-style-type: none">○ в деньгах;○ в количестве проектов в воронке;○ в распределении целевых каналов;○ в распределении по категориям.● Расчетная доля рынка.	<p>1. Получены ключевые цифры.</p> <p>2. Рассчитаны планы на компанию и на менеджера.</p> <p>3. Определена структура отдела продаж.</p>	1. План продаж.
2	<ul style="list-style-type: none">● Разработка табло ведения счета (воронки), с фиксацией всех текущих проектов в воронке по каждому менеджеру.	Построена воронка – видно движение клиентов с привязкой к категории и движение денег.	<p>1. Количество лидов на 1 этапе ТФС;</p> <p>2. Конверсия между этапами.</p>
3	<ul style="list-style-type: none">● разработка карт проекта по каналам для клиентов категории А с указанием ЛВР, ЛФР, ЛПР.● разработка программы продвижения для каждого канала для кат. А. с тщательной проработкой 1 этапа ТФС.● разработка плана PR-мероприятий в рамках программы продвижения.	<p>1. Разработаны карты типовых клиентов кат. А и В в каждом канале;</p> <p>2. Разработана программа продвижения по каналам.</p>	<p>1. Количество точек контакта для клиентов кат. А и В;</p> <p>2. Количество лидов кат. А и В.</p>
4	<ul style="list-style-type: none">● понимание гипотез потребностей и	1. Построена	1. Метрика этапа



Тот, кого вы зовете ПРОДАЖИ ТЕХНИЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ

	<p>преимуществ (уязвимости) - разработка матрицы преимуществ по каждому каналу;</p> <ul style="list-style-type: none">● разработка списков вопросов для ЛФР и ЛПР для клиентов кат. А:<ul style="list-style-type: none">○ выявление потребностей ЛФР с целью продажи преимуществ;○ выявление и воздействие на критерии принятия решения ЛФР и ЛПР;○ вопросы для инструктажа ЛФР для подготовки ТЭО для ЛПР.● Разработка шаблонов:<ul style="list-style-type: none">○ коммерческого предложения для ЛФР;○ ТЭО для ЛПР.	<p>матрица преимуществ по каналам;</p> <p>2. Созданы вопросники для 2-го этапа ТФС;</p> <p>3. Разработан шаблон инструктажа ЛФР;</p> <p>4. Созданы шаблоны КП и ТЭО.</p>	<p>ТФС 2.1 – 3+;</p> <p>2. Метрика этапа ТФС 2.2. – 3+;</p> <p>3. Метрика этапа ТФС 2.3. – величина экономической эффективности.</p>
5	<ul style="list-style-type: none">● Психологические аспекты взаимодействия с клиентом на 1-4 этапах ТФС.	<p>Экспертная «дотяжка».</p>	<p>Метрик нет.</p>