

Повышаем продажи: находим узкие места с помощью гибкой воронки продаж



Морошкин Дмитрий
Руководитель отдела продаж
Департамента 1С:Франчайзинг
ГК «СофтБаланс»

moroshkin@softbalance.ru
+7 (812) 325-40-45
sb-vnedr.ru

О чем пойдет речь?

Какие бывают продажи?

Разные взгляды на воронку продаж

Возможности 1С:CRM в части построения воронки продаж

Какие бывают продажи?

Простая продажа

«Пришел, увидел и купил»

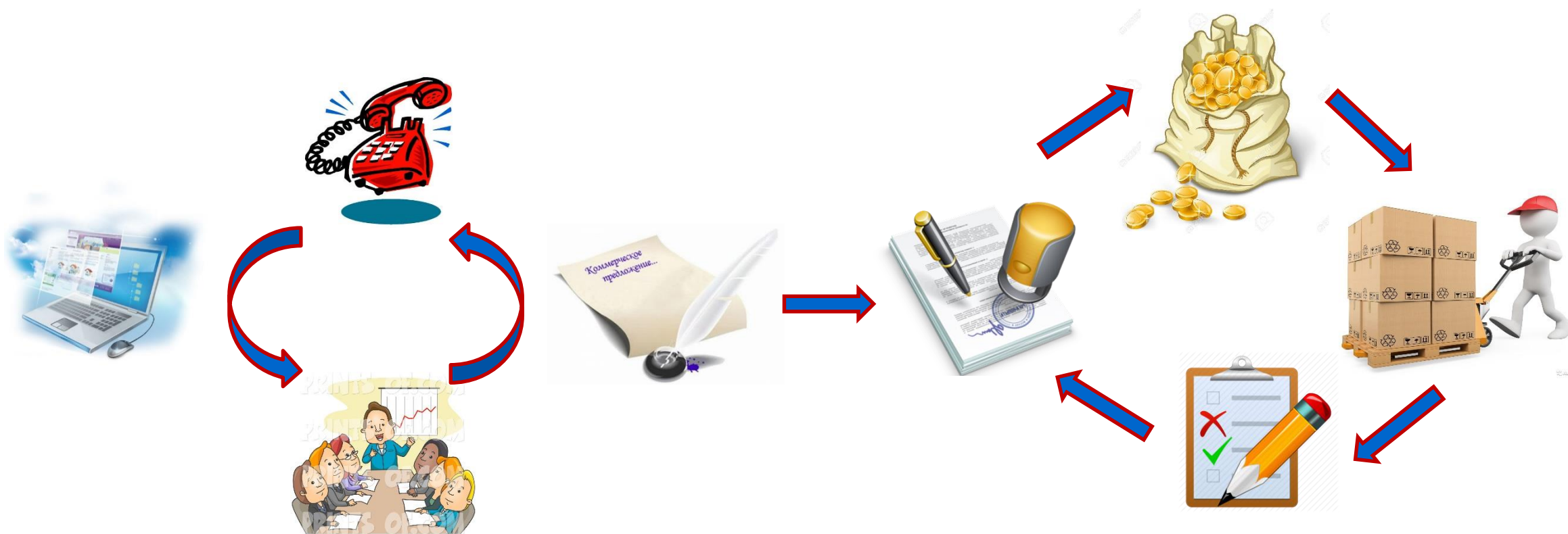


Какие бывают продажи?

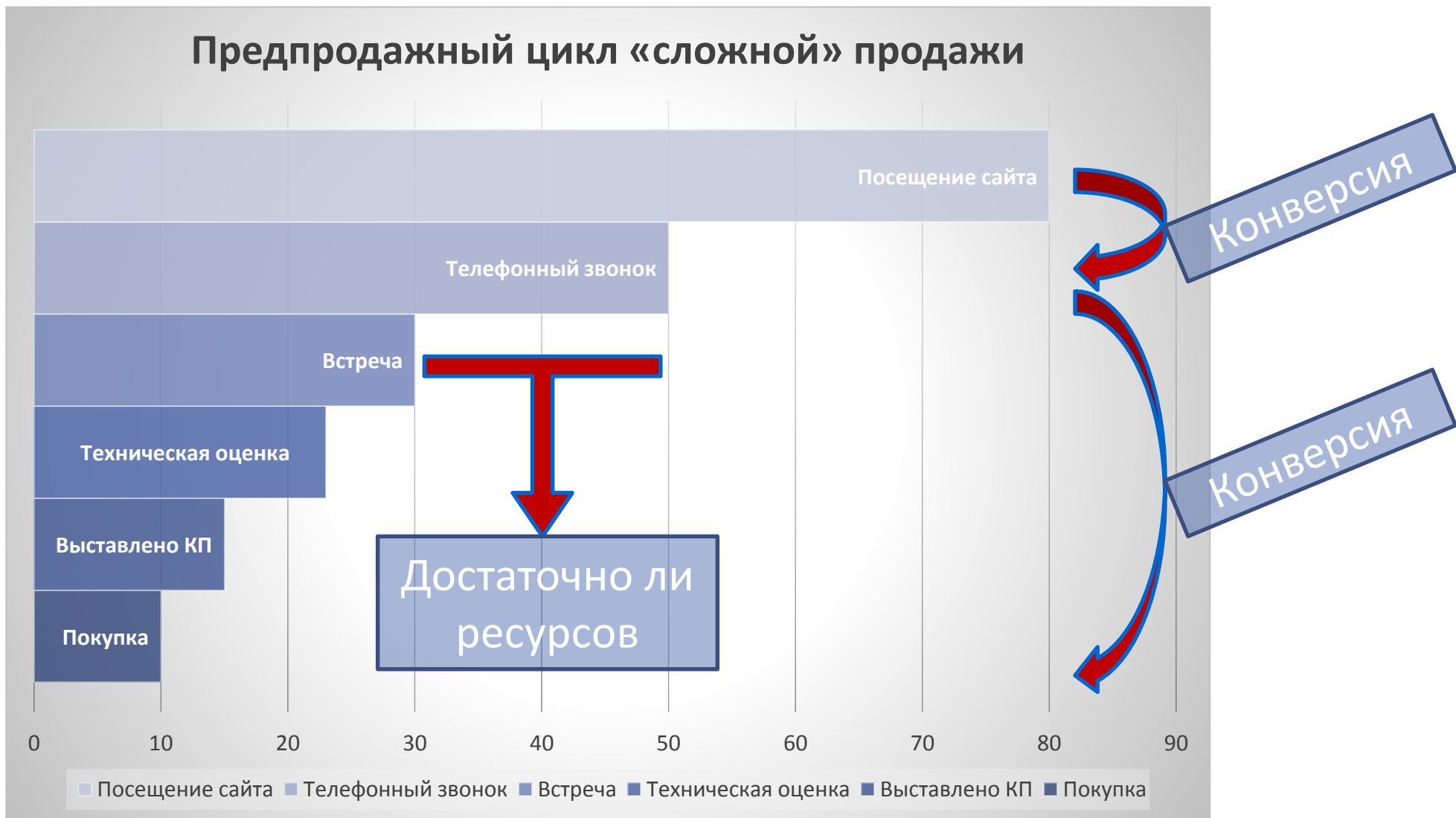
Двухфазная или сложная

Предпродажный цикл

Продажа



Предпродажный цикл



Подведем итог

- 1. Посчитать конверсию.**
- 2. Оценить эффективность маркетинговых компаний.**
- 3. Оценить эффективность работы менеджеров.**
- 4. Оценить узкие места в процессе.**
- 5. Оценить на что мы влияем, и усилить влияние.**
- 6. Воронок продаж может быть несколько.**
- 7. Поставить плановые показатели по этапам и контролировать исполнение.**

Спасибо за внимание!

Морошкин Дмитрий
Руководитель отдела продаж
Департамента 1С:Франчайзинг
ГК «СофтБаланс»

moroshkin@softbalance.ru

+7 (812) 325-40-45

sb-vnedr.ru