

ЭФФЕКТИВНОСТЬ
ОТДЕЛА ПРОДАЖ

ИЛИ

ГДЕ ДЕНЬГИ?

Даниил Микитченко,
Интернет-магазин Rezina.CC

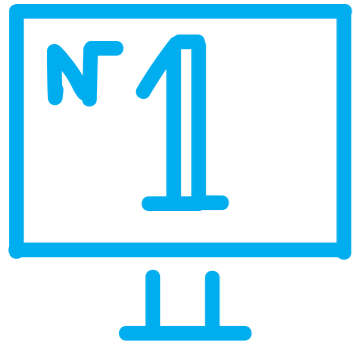
**Семинар «Маркетинг интернет-
магазинов и сервисов»**
22 октября 2015, Киев

The logo consists of a blue rounded rectangular box with a white border. Inside the box, the text "REZINA.CC" is written in a bold, white, sans-serif font. A small registered trademark symbol (®) is located at the top right of the text.

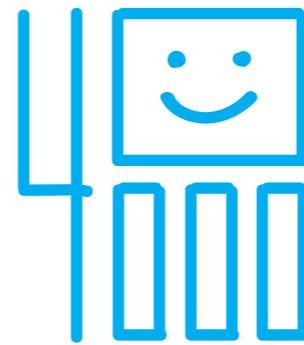
REZINA.CC[®]

**Интернет-магазин шин и дисков
«Rezina.CC»**

По результатам 2013 года:



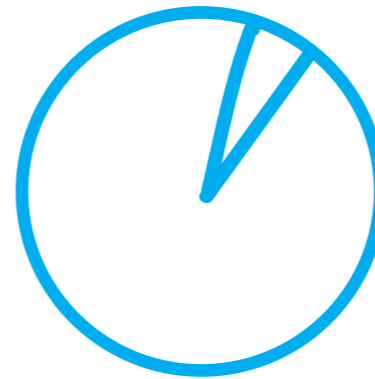
№1 в Украине по
объему продаж
шин в розницу
через интернет*



Более 40 000
посещений в день



Более 2 500
заказов в день



Каждый 17й
автомобиль в Украине
ездит на шинах,
купленных в Rezina.cc

* субъективная оценка специалистов отдела маркетинга интернет-магазина Rezina.CC на основе доступных в интернете инструментов анализа конкурентов и обратной связи от более 100 поставщиков товаров. А также данные сайта Ain.ua об оценке рекламодателей Уанета в сегменте электронной коммерции <http://ain.ua/2013/12/16/505720>

Я расскажу вам о том, как:



Лучшие продавцы
оказались **худшими**

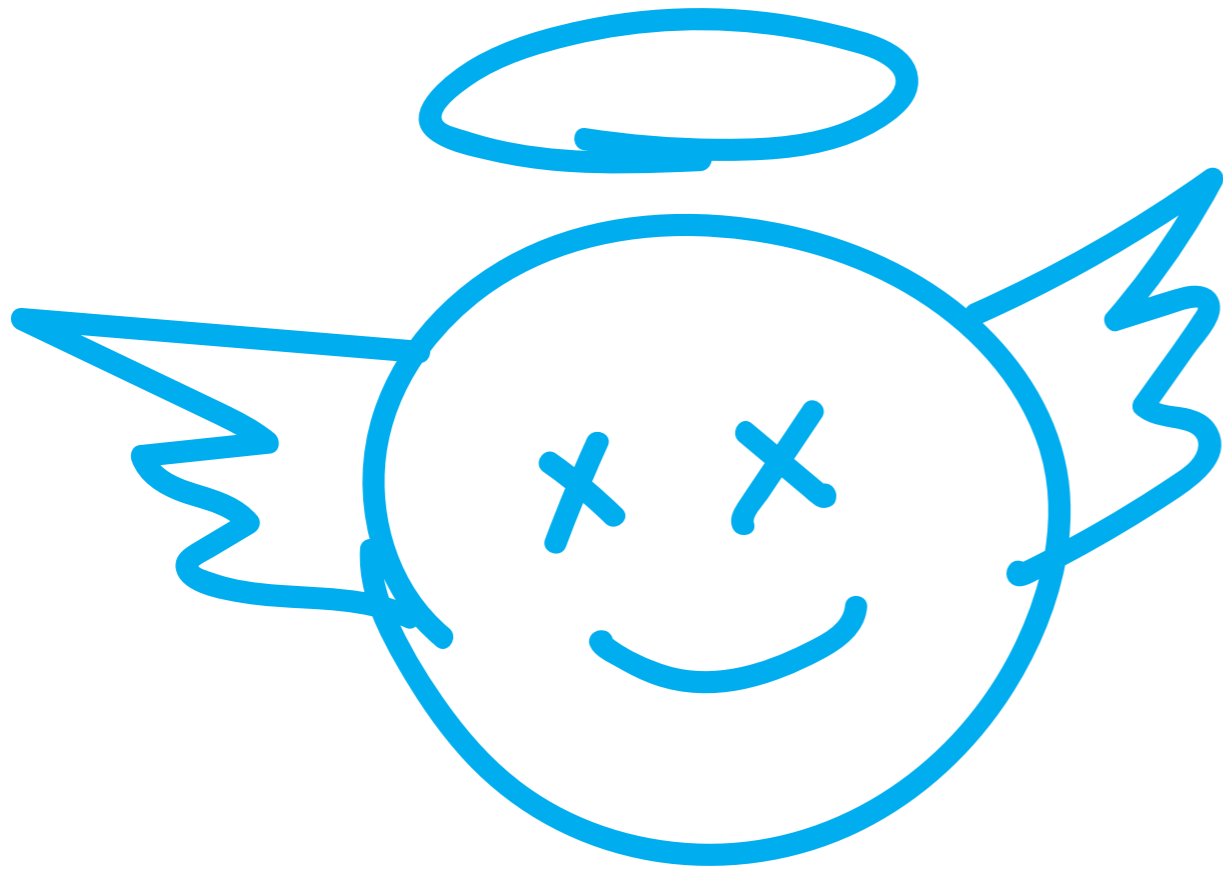
Я расскажу вам о том, как:

x150%

A hand-drawn blue graphic consisting of the text 'x150%' in a casual, sketchy font, positioned above a thick, curved blue line that starts under the 'x' and ends under the '0'.

Мы увеличили
продажи в 1,5 раза
без увеличения
рекламного бюджета

Я расскажу вам о том, как:



Маркетологи
оказались
НЕВИНОВНЫ

Как мы работаем?



В отделе продаж было:

ФИО	Оформленно заявок со звонков, шт	Передано на отгрузку, шт	Выполнено заказов, шт	Возвращенно заказов, шт	Отменено заказов, шт
Александр	73	35	33	2	38
Сергей	79	40	39	1	39
Фёдор	117	51	50	1	66
Итого:	269	126	122	4	143

Выводы

Зарплата продавцов зависит от:

- 1. Количества проданной продукции**
- 2. Выполнения плана месяца**
- 3. Количества возвратов**

Выводы

Проблема:

1. Чтобы больше зарабатывать, нужно «перемалывать» больше звонков без привязки к качеству. А это прямой «слив» рекламного бюджета
2. Можно не создавать заявку в учетной системе, чтобы не было отмененных заявок
3. Если план не выполнен, не понятно, кто виноват. Отдел продаж всегда может сказать: «Мы сделали все, что могли. Обработали все обращения, предоставленные отделом маркетинга. Это они виноваты, что нет продаж»
4. Нет четкой “передачи ответственности” от отдела маркетинга к отделу продаж

Варианты решения проблемы:

1. Отслеживать количество принятых звонков каждым менеджером
2. Фиксировать причину звонка (есть намерение купить или нет)
3. Если есть намерение купить — создавать заявку в учетной системе
4. Если нет намерения, фиксировать почему нам звонят?
5. Принимать все меры для конвертации заявки в заказ на отгрузку товара (использование скриптов разговора, выявление потребности, знание продукта, работа с возражениями, своевременный перезвон и т.д.)
6. Поменять систему расчета заработной платы продавцам (не только за количество, но и за качество)

Результат:

ФИО	Звонков принято, шт	Оформленно		Передано на отгрузку		Выполненно заказов, шт	Возвращенно заказов, шт	Отменено заказов, шт
		Заявок со звонков, шт	Конверсия звонков в заявки, %	Заказов со звонков, шт	Конверсия звонков в заказы, %			
Александр	163	73	44,79%	35	21,47%	33	2	38
Сергей	205	79	48,47%	40	19,51%	39	1	39
Фёдор	334	117	35,03%	51	15,27%	50	1	66
Итого:	702	269	38,32%	126	17,95%	122	4	143

1. В отчет для продавцов добавлены данные по звонкам и конверсия звонков в заказы на отгрузку
2. Создан отчет «Причины обращений» и выявлены нецелевые звонки
3. В команде появился менеджер по качеству, который прослушивает звонки “слабых” продавцов и предоставляет руководителю отдела продаж рекомендации с кем и по какому вопросу необходимо работать
4. В систему расчета добавлен показатель качества работы, влияющий на размер вознаграждения за количественные показатели
5. Стало легче считать эффективность работы отдела маркетинга
6. Конверсия звонка в заказ увеличилась с 13% до 19% (в полтора раза!!!!) за первые 3 месяца работы

Рекомендации:

1. Установите АТС.
2. Записывайте все разговоры.
3. Фиксируйте количество звонков.
4. Фиксируйте и анализируйте причины звонков.
5. Сравните количество принятых звонков и оформленных заказов.
6. Напишите скрипт разговора.
Примитивный скрипт - лучше, чем его отсутствие.
7. Анализируйте звонки «лучших» и «худших» продавцов.
«Лучших» приводите в пример, «худших» учите/увольняйте.
8. Тренируйте продавцов каждый день.
9. Делайте правильные акценты в расчете ЗП продавцов.
10. Получайте больше прибыли :)

Задавайте вопросы

Даниил Микитченко

<https://www.facebook.com/daniil.mikitchenko>

d.mikitchenko@gmail.com

+38 (067) 364 02 02