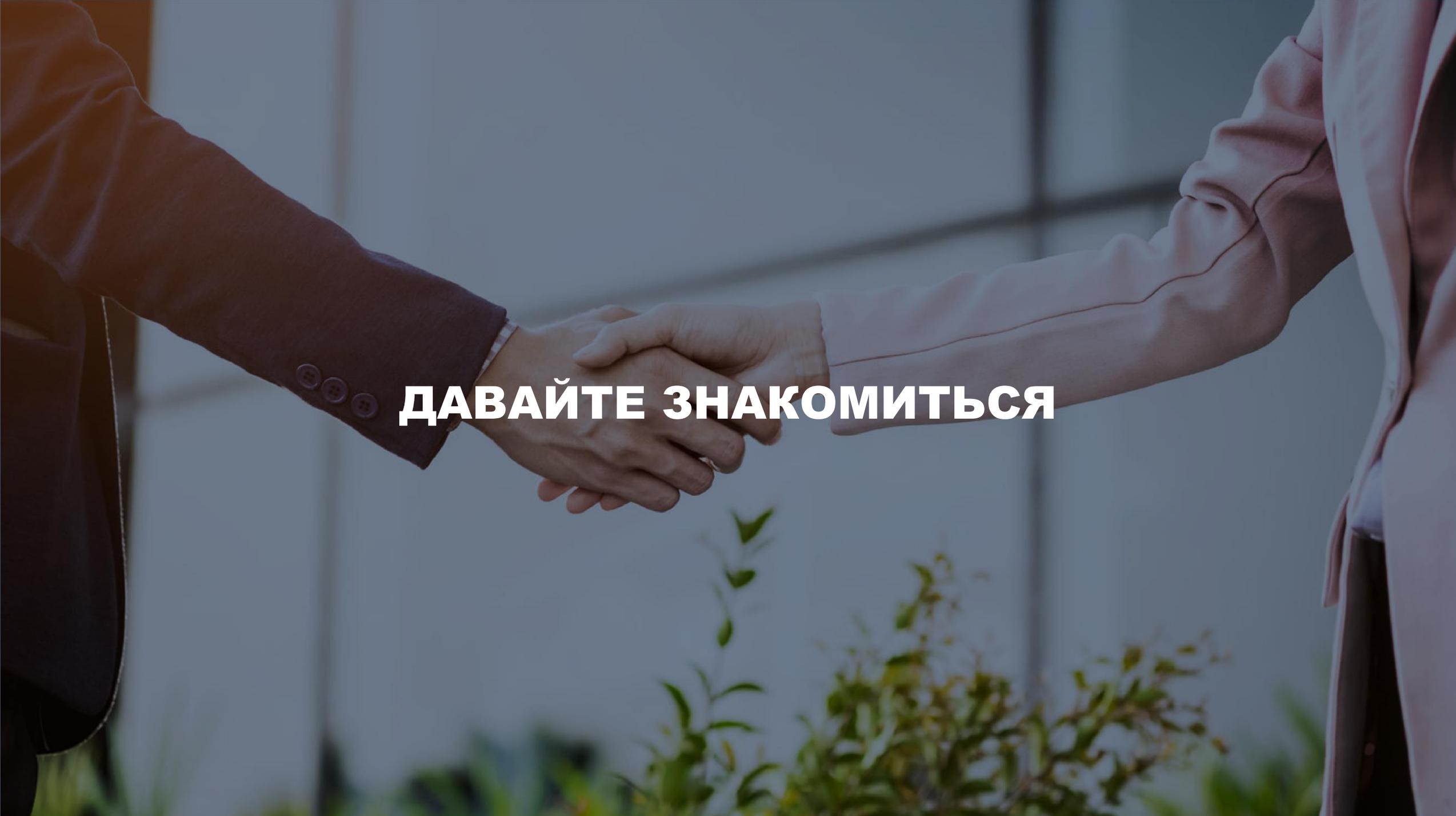


# **НОВАЯ ЭРА — ИНТЕРНЕТ-КЛИЕНТЫ В В2В**

КАК ОБРАБАТЫВАТЬ ВХОДЯЩИЕ  
ЗАЯВКИ С САЙТА



A close-up photograph of two people shaking hands. The person on the left is wearing a dark brown suit jacket, and the person on the right is wearing a light pink blazer. The background is a blurred office or modern building interior with large windows and some greenery. The text "ДАВАЙТЕ ЗНАКОМИТЬСЯ" is overlaid in the center in a bold, white, sans-serif font.

**ДАВАЙТЕ ЗНАКОМИТЬСЯ**

# МАРИЯ ЛУКЪЯНОВА

ЭКСПЕРТ ПО УПРАВЛЕНИЮ ПРОДАЖАМИ

Опыт в сфере продаж:

16 лет

Обучено:

более 7000 человек

Направление:

- Аудит продаж;
- Построение отдела продаж;
- Обучение продажам и управлению;
- Скрипты продаж;
- Построение бизнес-процессов (стандарты, функции);
- Наставничество – малый и средний бизнес;



A stack of five books with elastic bands, used as a background for the text. The books are stacked horizontally, and the text is centered over them. The books have different colored covers: blue, green, white, red, and orange. The text is in a bold, white, sans-serif font.

**НЕМНОГО СТАТИСТИКИ**



## **Мобильные устройства:**

Сегодня **мобильным телефоном**  
**пользуются**

**5,22** миллиарда человек —  
66,6 % мирового населения.

## Онлайн покупки:

Почти 77 % пользователей интернета со всего мира в возрасте от 16 до 64 лет делают покупки онлайн каждый месяц





## Социальные сети:

Число пользователей социальных сетей за последний год увеличилось более чем на 13 %.

Но, пожалуй, самая интересная тенденция в развитии **поискового поведения** — это рост популярности поиска в соцсетях.

Примерно 45 % интернет-пользователей во всем мире говорят, что они обращаются к социальным сетям, когда **ищут информацию о товарах или услугах**, которые они собираются купить.

В России так делают 42% респондентов.

## ЛИД

---

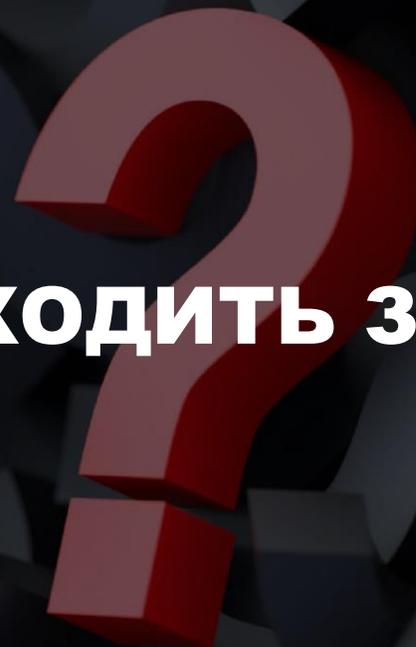
это интерес человека, (действующего от своего имени или в качестве представителя компании) к вашему товару / услуге.



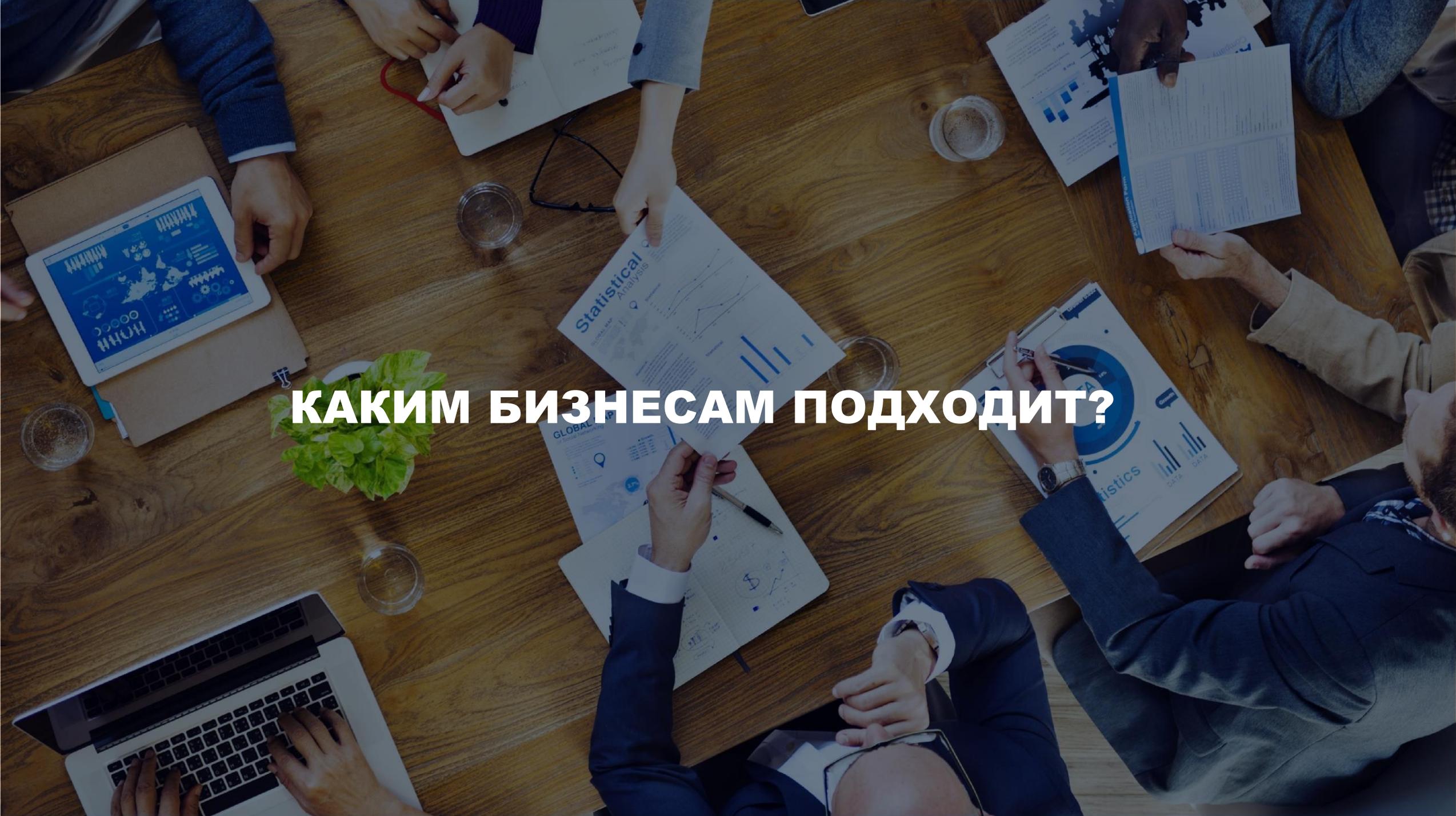
# ЦИКЛ ЛИДА



**ОТКУДА К НАМ МОГУТ ПРИХОДИТЬ ЗАЯВКИ?**







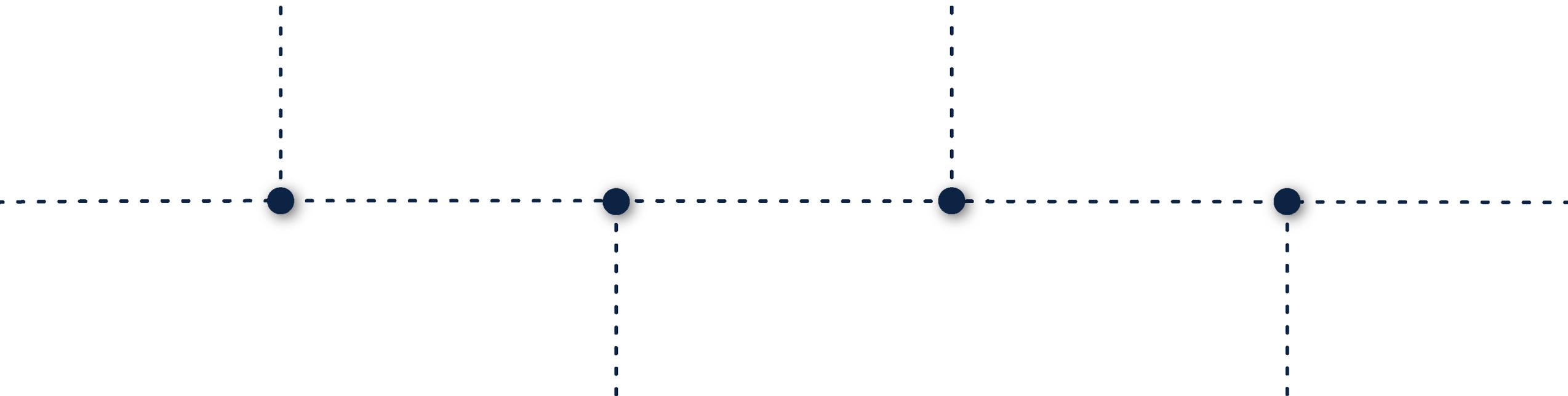
**КАКИМ БИЗНЕСАМ ПОДХОДИТ?**

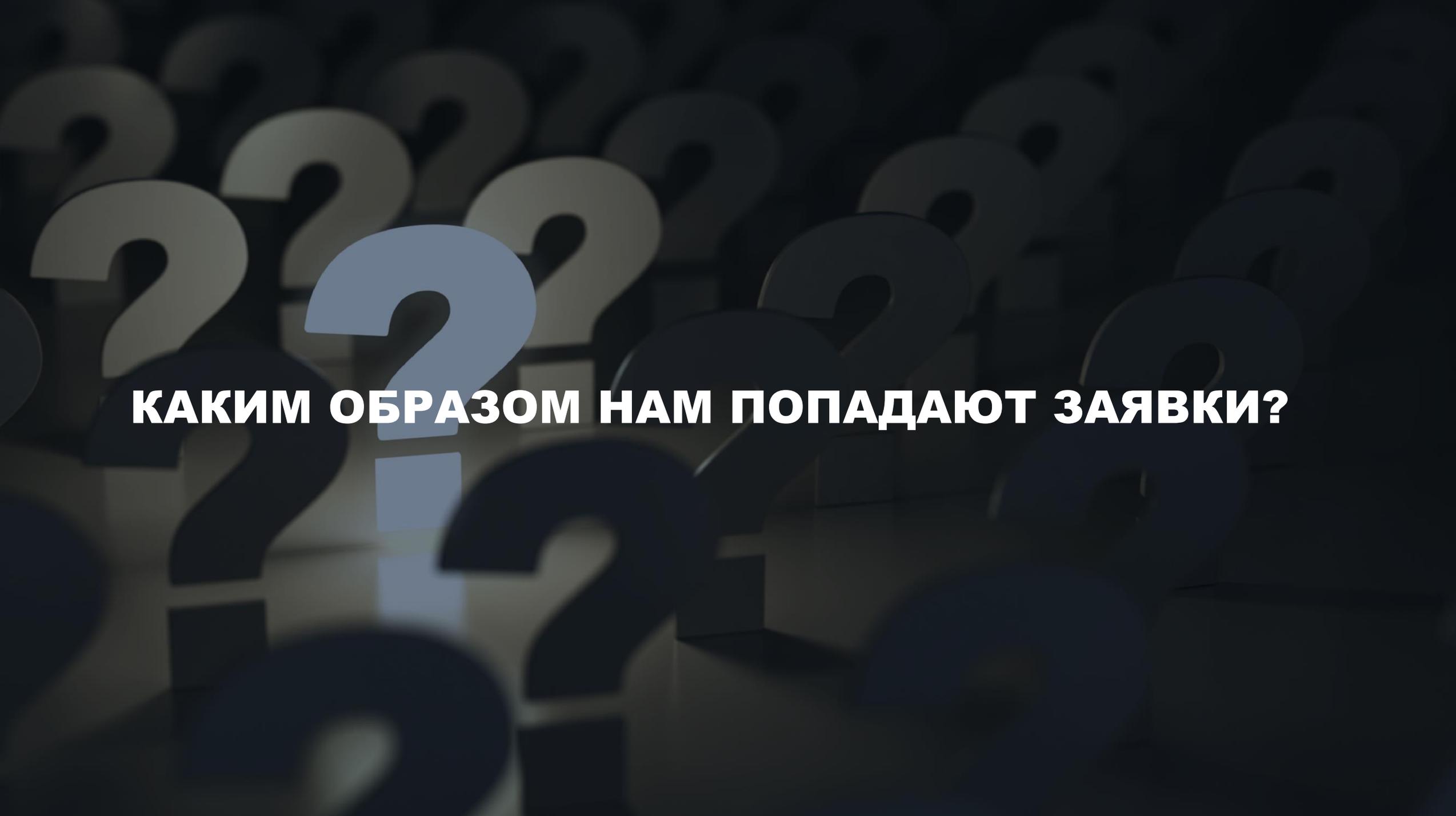
**ЛЮБОМУ  
ОФЛАЙН БИЗНЕСУ**

**B2B**

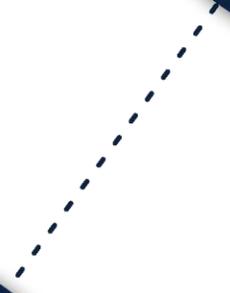
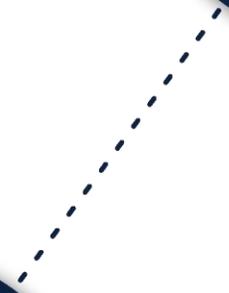
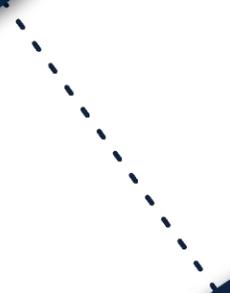
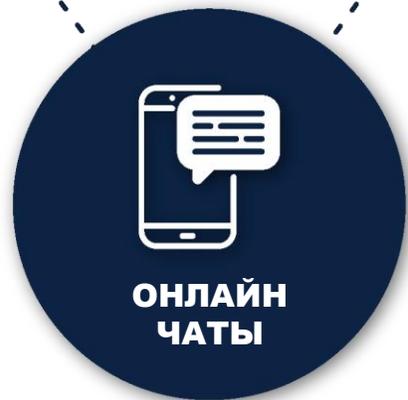
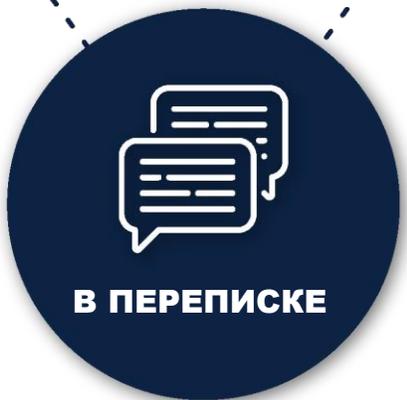
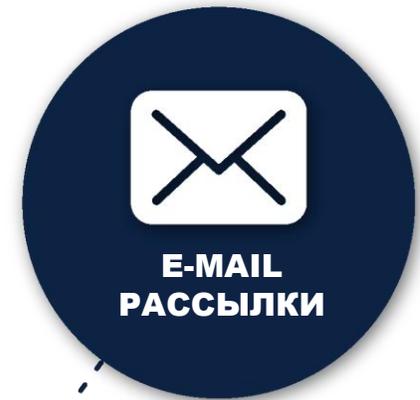
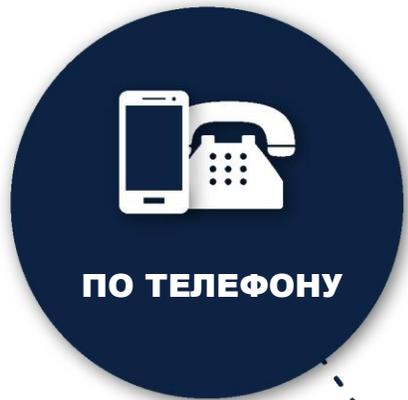
**ЛЮБОМУ  
ОНЛАЙН БИЗНЕСУ**

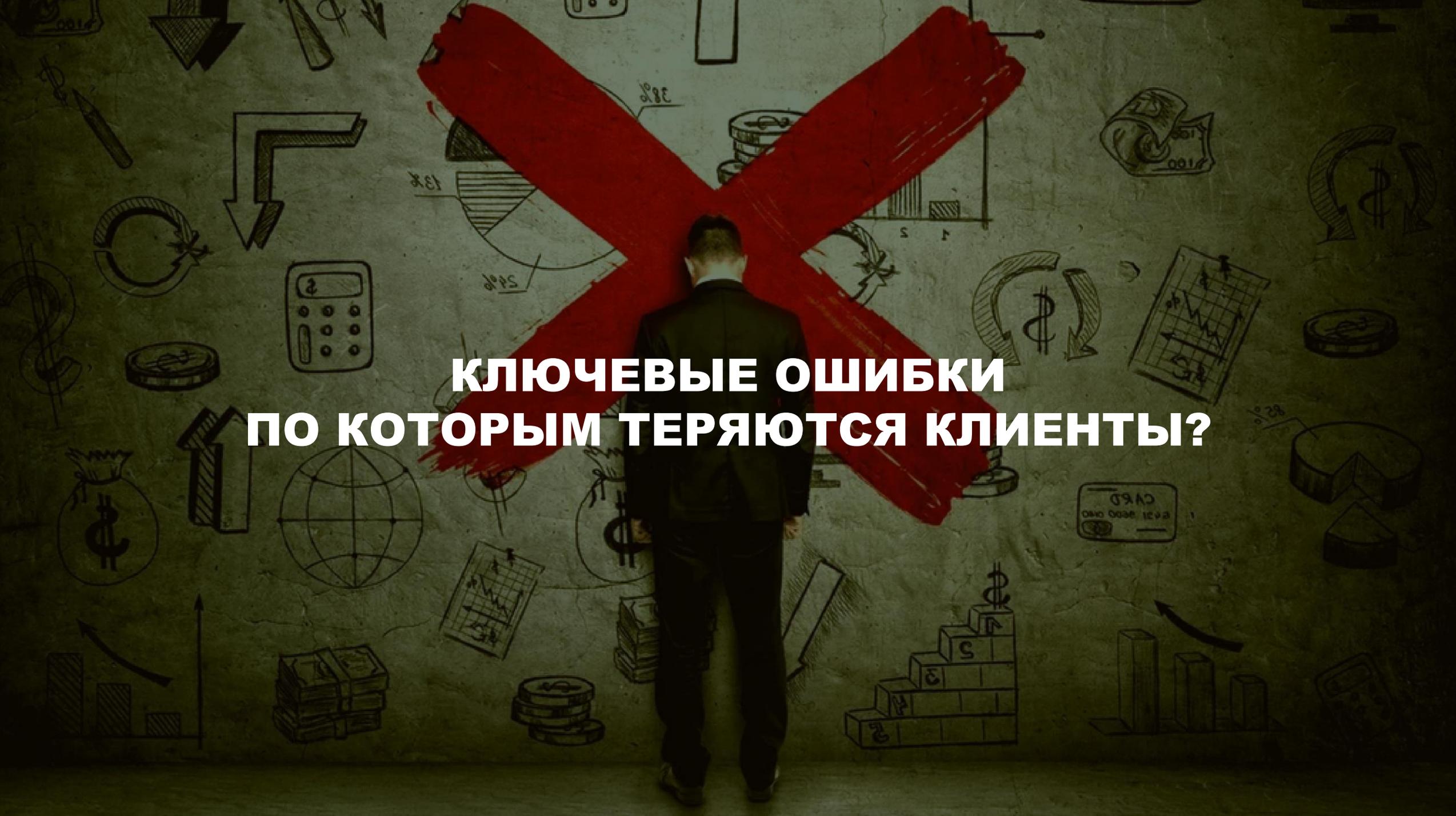
**B2C**



The background is a dark, textured surface filled with numerous question marks of varying sizes and shades of gray and blue. A single, larger, light blue question mark is prominently displayed in the center-left area, partially overlapping the text.

**КАКИМ ОБРАЗОМ НАМ ПОПАДАЮТ ЗАЯВКИ?**



A man in a dark suit stands with his back to the camera, looking at a large, thick red 'X' drawn across a wall. The wall is covered in various hand-drawn financial sketches, including pie charts, bar graphs, arrows, a calculator, a globe, a stack of money, and a credit card. The overall scene is dimly lit, with the red 'X' being the most prominent feature.

**КЛЮЧЕВЫЕ ОШИБКИ  
ПО КОТОРЫМ ТЕРЯЮТСЯ КЛИЕНТЫ?**



**НЕ ЭФФЕКТИВНАЯ  
РЕКЛАМА**



**НЕ АНАЛИЗИРУЮТСЯ  
КОНКУРЕНТЫ**



**НЕТ ОТВЕТСТВЕННОГО;  
ЗАГРУЖЕННЫЙ МЕНЕДЖЕР**

# НИЗКАЯ СКОРОСТЬ ОБРАБОТКИ

Причины, по которым вы должны связаться с пользователем немедленно:

- 1 Пользователь увидит, что он действительно важен для вас, и вы боитесь его потерять (это психологический аспект).
- 2 Пользователь только что ушел с целевой страницы, в его памяти еще сохраняется информация о вашем предложении — он «подогрет» и, наверняка, заинтересован в заключении этой сделки (в ином случае он бы не заполнил лид-форму).
- 3 Пользователь, вероятнее всего, еще не успел обратиться к вашим конкурентам, которые могут переманить его к себе.



**НЕ ОБУЧЕННЫЙ ПЕРСОНАЛ**

# И КАК СЛЕДСТВИЕ В ДИАЛОГЕ ДОПУСКАЮТСЯ ОШИБКИ:

Уходить в начале диалога в ответы, на вопросы потенциального клиента

Пропуск блока разведки

Презентация общая

Отсутствие сильных аргументов при сомнениях

Завершение диалога без подведения итогов и конкретных договоренностей



**ОТСУТСТВИЕ CRM  
ИЛИ ИНОГО КАНАЛА  
КУДА ПАДАЮТ ВСЕ ЛИДЫ**

# **НЕТ АНАЛИЗА ДИАЛОГА**

-----

**ОТСЮДА НЕ РЕДАКТИРУЕТСЯ ОФФЕР / И ОБЩЕНИЕ С ЛИДОМ**



# **РАБОТА БЕЗ СТРАТЕГИИ И БЮДЖЕТА**

---

**РЕАЛИЗАЦИЯ КАМПАНИЙ БЕЗ ЧЕТКОГО ПЛАНА ПРИВЕДЕТ  
К НЕЭФФЕКТИВНОМУ РАСПРЕДЕЛЕНИЮ БЮДЖЕТА  
И ТРУДОЗАТРАТ МАРКЕТОЛОГОВ, А ЭТО ТОЧНО НЕ ПОЙДЕТ  
НА ПОЛЬЗУ ПРОЦЕССУ ЛИДОГЕНЕРАЦИИ.**

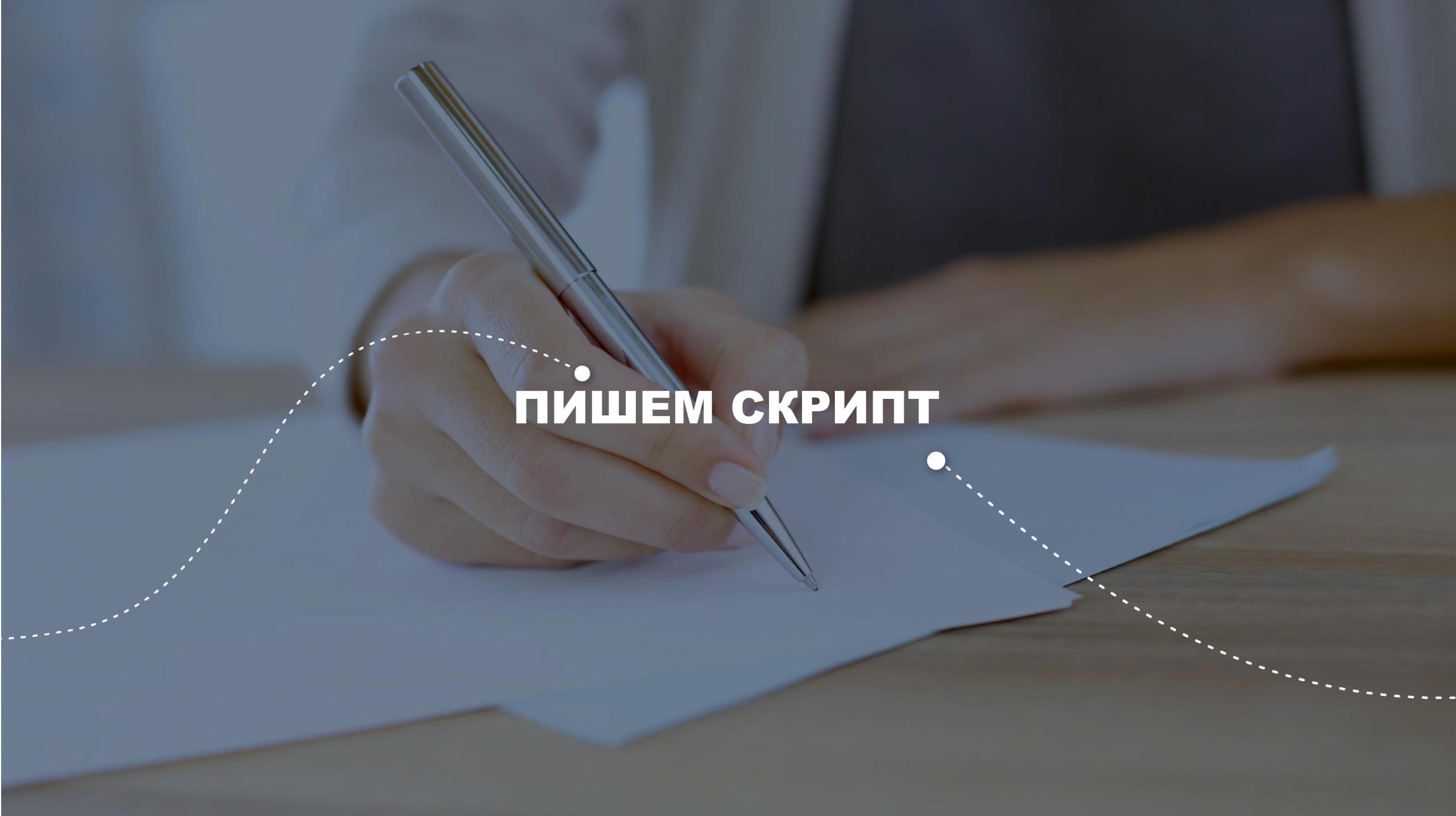


**НЕТ КОММУНИКАЦИИ  
МЕЖДУ МАРКЕТИНГОМ  
И ПРОДАЖАМИ**

10

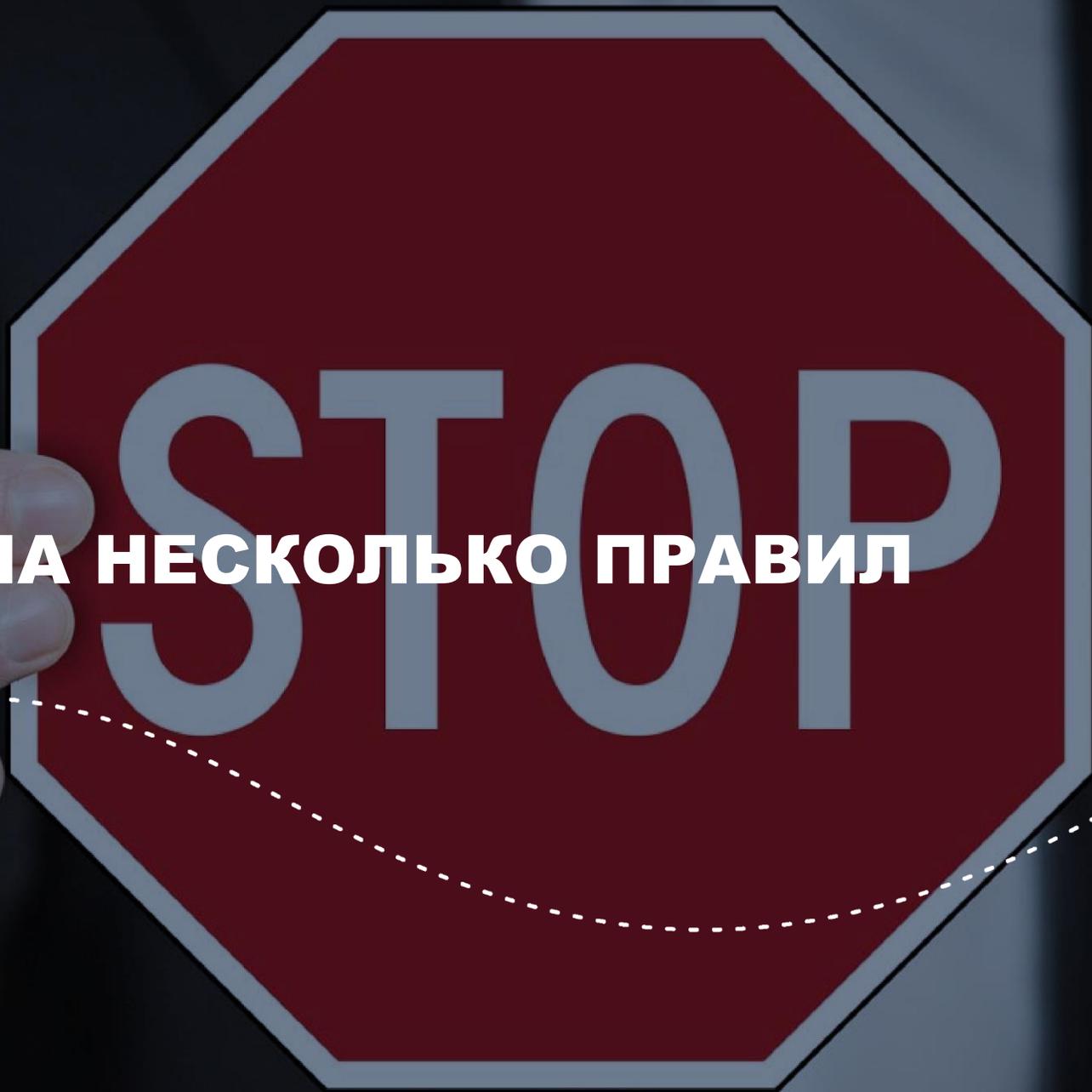
**НЕ ДЕЛАЮТСЯ  
ПОВТОРНЫЕ ЗВОНКИ  
НЕДОЗВОНАМ**

**ОСТАВИМ ЗАЯВКИ ВАШИМ КОНКУРЕНТАМ?**

A close-up photograph of a person's hand holding a silver pen, writing on a white document. The background is blurred, showing a wooden desk and a laptop. The image has a dark blue overlay. A white dotted line with two dots is positioned around the text.

**ПИШЕМ СКРИПТ**

**НО СНАЧАЛА НЕСКОЛЬКО ПРАВИЛ**



**НЕ ВАЖНО, КТО ЗВОНЯЩИЙ (А В С КЛИЕНТ)**

-----  
**ВАЖНО КАЧЕСТВО ОТРАБОТКИ  
ЗВОНКА МЕНЕДЖЕРА!**

# ПРАВИЛО: ГОЛОСА

**ПОНРАВИТЬСЯ**

От первых слов будет зависеть, понравитесь вы своему клиенту или нет

**ВАС  
СЛУШАЮТ**

Если вы понравитесь, то тогда вас будут слушать

**ВАМ  
ВЕРЯТ**

Вследствие если вас слушают, значит вам верят

**А ЕСЛИ ВАМ ДОВЕРЯЮТ,  
ТО ТОГДА У ВАС  
ОБЯЗАТЕЛЬНО КУПЯТ**

**Чтобы вероятность заявки в продажу была максимальной, важно:**

**есть ли у нас навык общения, сценарий и цель**

**каков наш настрой**

**знание товара и наличие сильных аргументов**

**умеем ли договариваться на второй звонок**

**ВСЕГДА ЗАКРЫВАЙ!**

# ЗАКРЫТИЕ

это вопрос побуждающий  
принять решение

- **ЧЕЛОВЕК ТАК УСТРОЕН:**

он автоматически отвечает на вопросы

- **ПРАВИЛО ЗАКРЫТИЯ:**

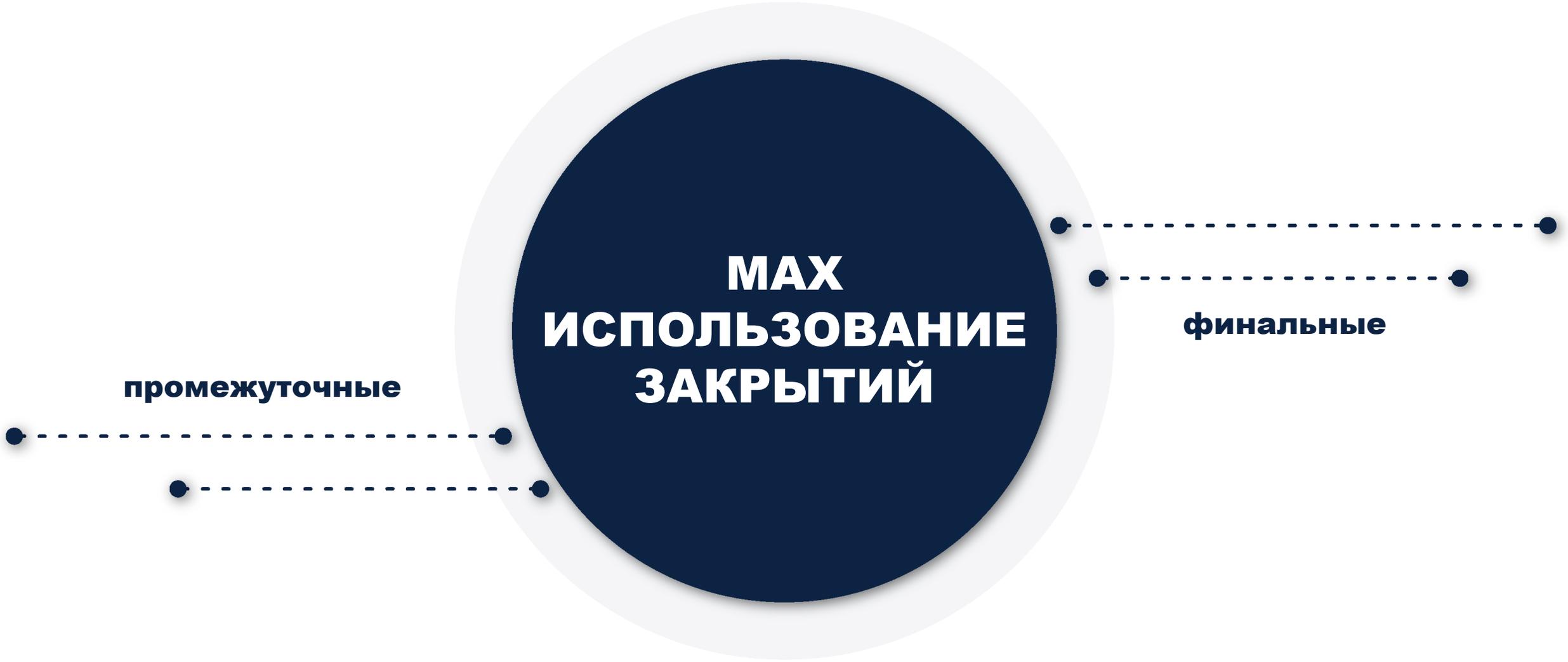
всегда «закрывай» не означает всегда продавай

- **ЗАКРЫТИЕ НЕ ДАЕТ:**

гарантии 100 % оплаты

- **СУТЬ ЗАКРЫТИЯ:**

повышает количество согласий гарантирует  
моментальную обратную связь



**МАХ  
ИСПОЛЬЗОВАНИЕ  
ЗАКРЫТИЙ**

**промежуточные**

**финальные**

# ПРОМЕЖУТОЧНЫЕ

## МЯГКИЕ

КАК ВАМ?

ЧТО ДУМАЕТЕ?

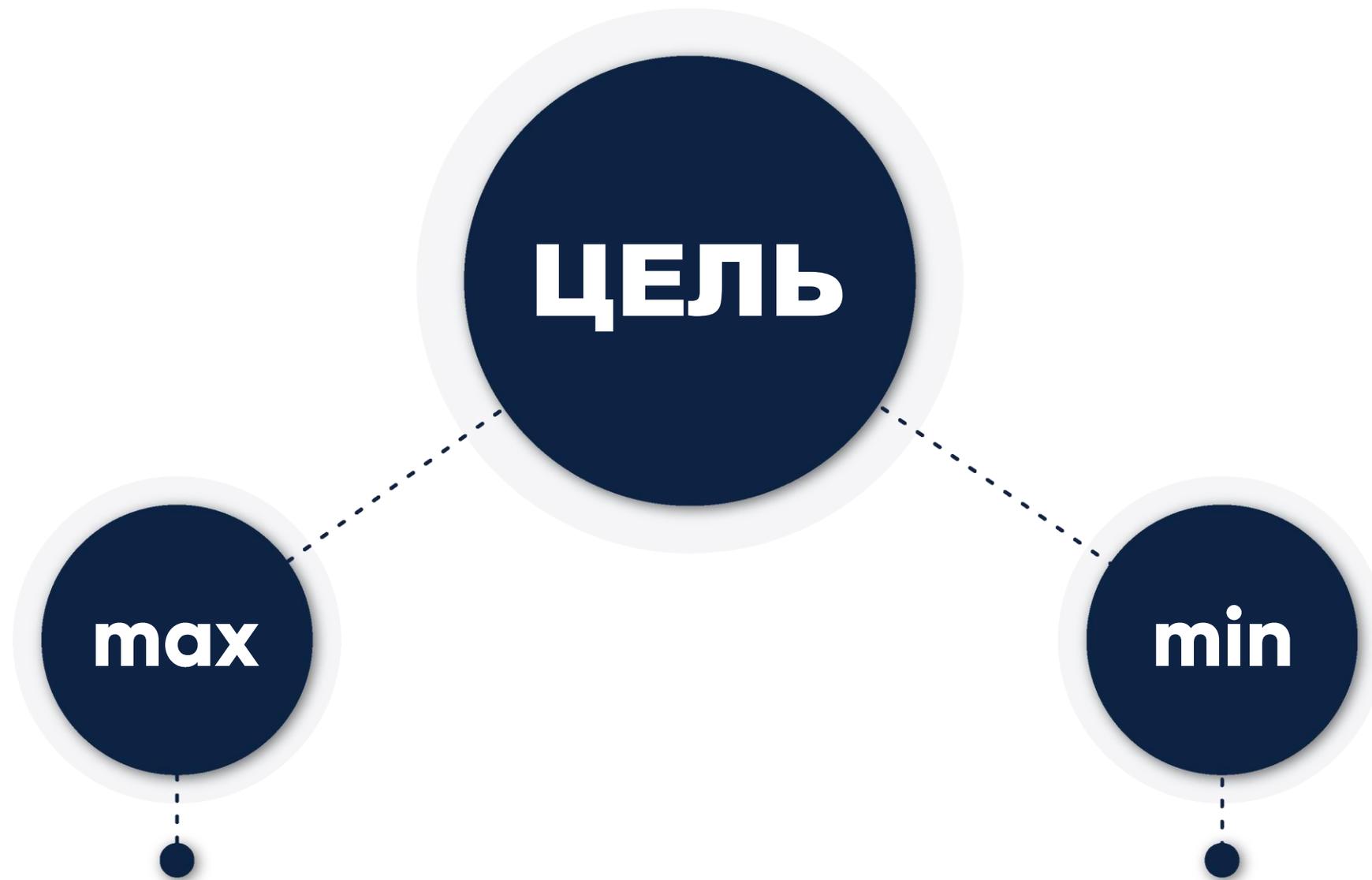
ЧТО СКАЖЕТЕ?

## ТВЁРДЫЕ

ДОГОВОРИЛИСЬ?

СОГЛАСНЫ?

ХОРОШО?



- Продажа;
- Отправка КП, со вторым звонком;

- Получение контактов;
- Договоренность о дальнейшем действии;

# АЛГОРИТМ ЗВОНКА



# ПОДГОТОВКА

1

Изучение  
Информации  
о клиенте

Знание:

- Скрипта
- Аргументы
- БП

Настрой

Ручка и бумага

2

### Цель блока

вызвать доверие,  
сформировать интерес

## БЛОКИ

- Приветствие / Знакомство;
- Уточнение по времени;
- Разрешительная фраза;



Слушаю

Да, оставлял

Хорошо

Добрый день!  
ФИ\_\_\_\_\_,  
компания «Х»,  
Это Антон?

Имя клиента\_\_\_\_\_, вы оставляли  
заявку на.....  
Все верно? (Если клиент не оставил  
Имя, спрашиваем, как его зовут)

Имя клиента\_\_\_\_ Для того чтобы сделать вам  
точечное коммерческое предложение, позвольте  
уточню несколько вопросов.  
Хорошо?

**ИЛИ**  
задает встречные вопросы

## РАЗВЕДКА

3

**Цель блока**

Выявить  
потребность клиента

Если клиент  
сам не может  
Сформулировать  
свой запрос,  
то спрашиваем:  
«Для каких целей  
ему это необходимо?»

**БЛОКИ**

- 3-5 ключевых вопроса;
- Активное слушание;

После вопросов,  
логичное присоединение

Свое производство  
(хозяйство, др.)

Мы ... производим,  
делаем,  
выпускаем...

На след месяц /  
поставщик подвел

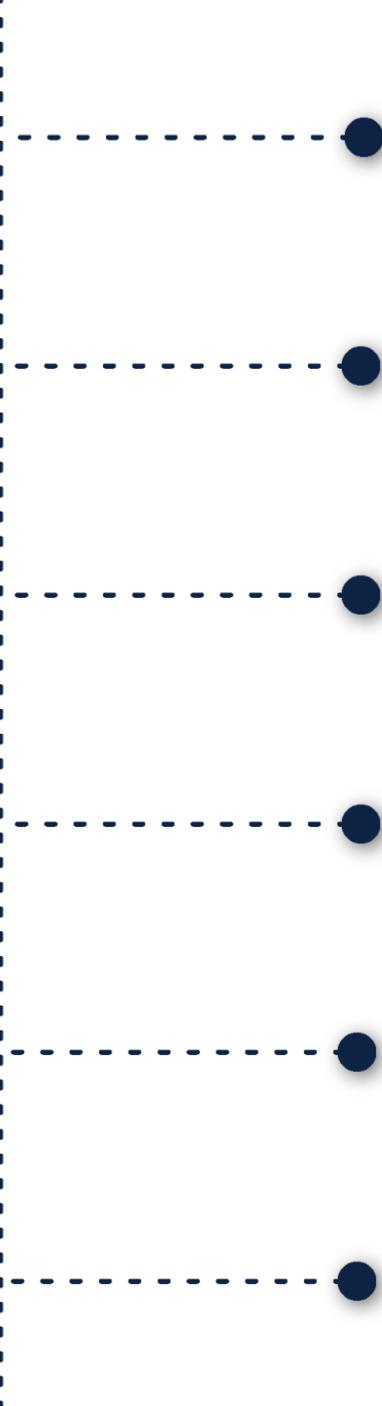
Отсрочка 14 дней,  
доставка

Уточните деятельность вашей компании  
(производство, перекупщик, др.)?

Для каких целей вам нужен данный  
продукт (сырье, услуга) и в каком  
объеме? / тара

В какие сроки? / Причины поиска

Если уже потребляет, то уточняем: на каких  
условиях? (доставка, отсрочка др)



**КАК НАЗЫВАЕТСЯ (если неизвестно) И ЧЕМ ЗАНИМАЕТСЯ ВАША КОМПАНИЯ?**

**КАКОЙ ПРОДУКТ ВЫ ХОТИТЕ ЗАКАЗАТЬ? (ХАРАКТЕРИСТИКИ ПРОДУКТА; ИМПОРТ ИЛИ НЕТ)**

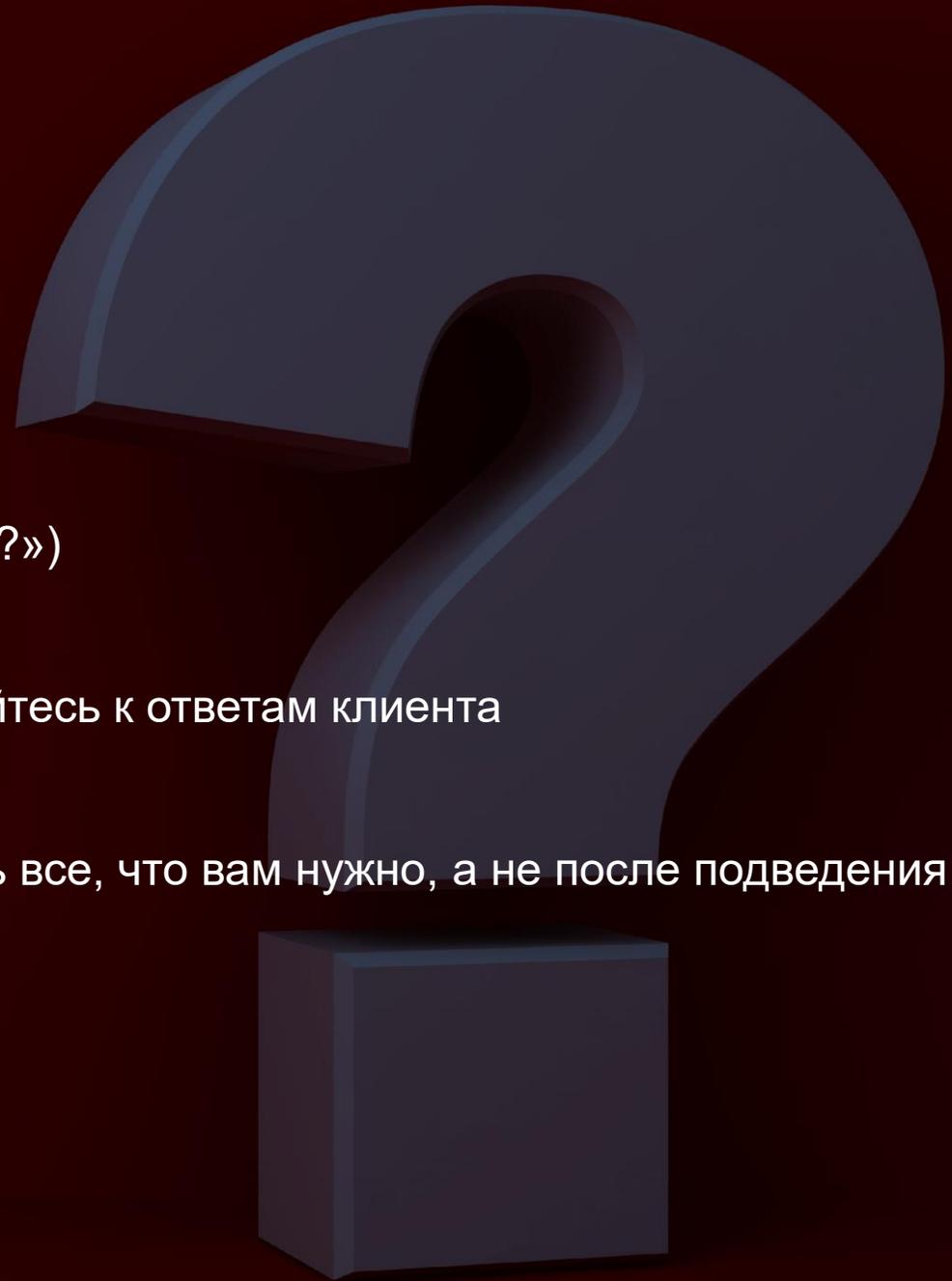
**КАКОЙ ОБЪЕМ ПРОДУКТА ВАМ НЕОБХОДИМ? / (КАКАЯ ТАРА?)**

**В КАКИЕ СРОКИ? / (КАК ЧАСТО ПЛАНИРУЕТЕ ЗАКУПАТЬ?) / ПРИЧИНА ПОИСКА**

**КАКИЕ УСЛОВИЯ ПОДБИРАЕТЕ ПО ПОСТАВЩИКУ? (В ТОМ ЧИСЛЕ УСЛОВИЯ ДОСТАВКИ)**

**ЧТО-ТО ЕЩЕ ВАЖНО? (ВОЗМОЖНО ЕЩЕ КАКОЙ-ТО ПРОДУКТ?)**

- Вопросы не должно быть слишком много
- Не играйте в угадайку ( «а это берете?», «а это?»)
- Используйте активное слушание / Присоединяйтесь к ответам клиента
- Блок разведки для того и нужен, чтобы выявить все, что вам нужно, а не после подведения итогов





**1**

**СФОРМУЛИРУЙТЕ И ЗАПИШИТЕ,  
СВОИ 3-5 ВОПРОСОВ,  
КОТОРЫЕ ВЫ ЗАДАДИТЕ  
ПОТЕНЦИАЛЬНОМУ КЛИЕНТУ**

# ПРЕЗЕНТАЦИЯ

# 4

## Цель блока

Сформировать предложение  
НЕ ОБЩЕЕ,  
а под клиента

Иногда, вместо блока  
«презентации»,  
вступает блок  
«возражение»  
  
БУДЬ ГОТОВ

## БЛОКИ

- Презентация продукта и др.
- Подведение итогов

## 1 вариант:

когда предложение необходимо



Подходит / Не подходит

Ну, хорошо

Имя клиента\_\_\_, из того, что я поняла, могу вам предложить следующее.....Что скажите?

Не подходит (если клиента, что то не устраивает, уточнить причину и отработать возражение)

В любом случае давайте я вам сейчас сброшу предложение и чуть позже вас наберу, или если у вас будут вопросы раньше вы можете мне позвонить. Договорились?



## 2 вариант:

выходим сразу на  
подведение итогов



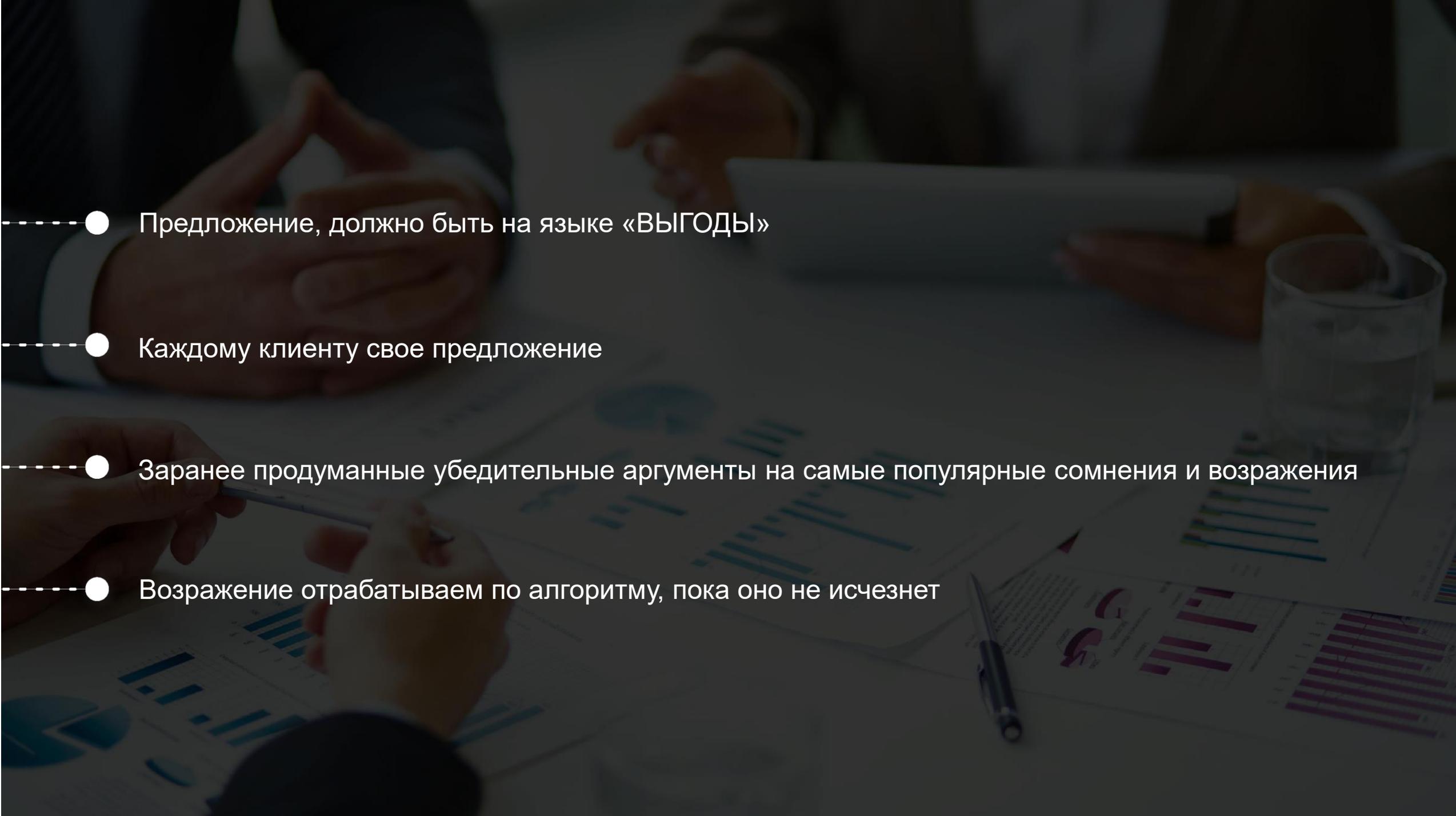
Да, жду / Задает еще вопросы

Имя клиента\_\_\_\_\_, итак, если я правильно  
поняла, то вам....

Все верно?

Если все верно, то я предлагаю поступить след  
образом... я сейчас сделаю под вас КП и  
отправлю его вам (срок), Договорились?



- 
- Предложение, должно быть на языке «ВЫГОДЫ»
  - Каждому клиенту свое предложение
  - Заранее продуманные убедительные аргументы на самые популярные сомнения и возражения
  - Возражение отрабатываем по алгоритму, пока оно не исчезнет



**2**

**СФОРМУЛИРУЙТЕ И ЗАПИШИТЕ,  
ПРЕЗЕНТАЦИЮ СВОЕГО  
ПРОДУКТА (ВЫБЕРИТЕ ОДИН)  
НА ЯЗЫКЕ ВЫГОДЫ**

# АЛГОРИТМ РАБОТЫ С ВОЗРАЖЕНИЕМ

1

**ВЫСЛУШАТЬ**

2

**ПРИСОЕДИНИТЬСЯ**

3

**УТОЧНИТЬ**

4

**ПРИВЕСТИ  
АРГУМЕНТЫ**

5

**УБЕДИТЬСЯ**



**3**

**ВОЗРАЖЕНИЕ «ДОРОГО»  
ВАШИ АРГУМЕНТЫ, ИСХОДЯ  
ИЗ ВАШЕГО ПРОДУКТА**

# ПРЕЗЕНТАЦИЯ

5

## Цель блока

Получить все контакты и договориться на конкретные действия и сроки

Не превращайте блок завершения в блок разведки

## БЛОКИ

- Обмен контактами
- Договорённость о дальнейших действиях
- Прощание



89..... Донской

Хорошо

До свидания.

Запишите, мой контактный 89..... Моя Фамилия.  
Еще раз проверим, ваш телефон 89....., ваша  
почта.....И ваша фамилия?

Имя клиента\_\_\_\_\_,я сейчас вам сброшу тестовое  
письмо, отпишитесь, пожалуйста, что получили  
(а в ответ буду ждать от вас карточку компании.)  
Хорошо?

До звонка. Хорошего дня.

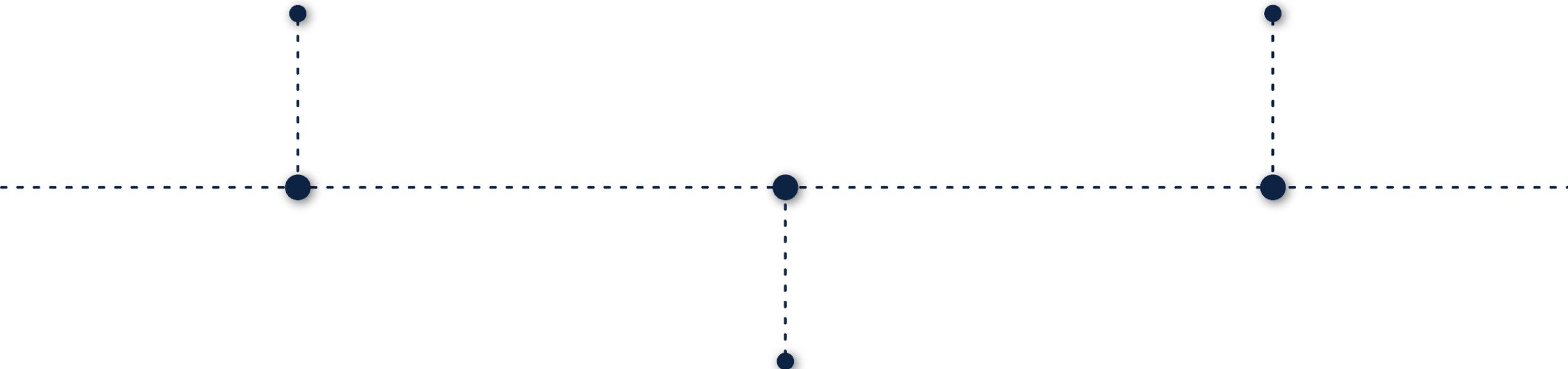


# ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ

Ваша задача не просто создать  
интерес к продукту, но и  
«продать» его в момент звонка

Ваше желание  
и настрой

Подготовка к звонку, начиная от  
знаний всех ответов на возражения,  
до каждого блока скрипта



# БОЛЬШИХ ПРОДАЖ

## • КОНТАКТЫ



E-mail:  
[lukyanovamarya@mail.ru](mailto:lukyanovamarya@mail.ru)



Телефон:  
**+7 926 662 78 65**



Instagram:  
[lukyanova\\_ma](https://www.instagram.com/lukyanova_ma)

