



«АУДИТ ОТДЕЛА ПРОДАЖ»

ПРИЧИНЫ НЕВЫПОЛНЕНИЯ ПЛАНА

ПРАВИЛА ВЕБИНАРА



ЧАТ ПО ДЕЛУ



ВЗАИМНОЕ
УВАЖЕНИЕ



КОНСТРУКТИВНЫЕ
ВОПРОСЫ

СОДЕРЖАНИЕ ВЕБИНАРА

- Что такое аудит продаж
- Причины невыполнения плана
- Когда и кто проводит аудит
- Инструменты для аудита



ОБО МНЕ

Бизнес-тренер, психолог

15

200+

500+

7000+

10000+

лет в сфере обучения
и развития персонала

написано скриптов
продаж

результативных
тренингов

обученных менеджеров
и руководителей

проанализировано
звонков



ЧТО ТАКОЕ АУДИТ ПРОДАЖ?

АУДИТ ОТДЕЛА ПРОДАЖ — ЭТО ЦЕЛЫЙ КОМПЛЕКС МЕРОПРИЯТИЙ, КОТОРЫЙ
ПОВЗОЛЯЕТ ОПРЕДЕЛИТЬ ТОЧКУ «А» КОММЕРЧЕСКОГО БЛОКА БИЗНЕСА И ПОЗВОЛЯЕТ
ПОНЯТЬ, В КАКОМ МЕСТЕ ПО РАЗВИТИЮ БИЗНЕСА ВЫ НАХОДИТЕСЬ СЕЙЧАС, И КАКИЕ
ПУТИ РАЗВИТИЯ У ВАС ЕСТЬ.



ЧТО ОЦЕНИВАЕТ АУДИТ

Личностные способности менеджеров

Ошибки, блокирующие доход от продаж

Анализ эффективности инструментов для увеличения продаж

Организация бизнес-процессов в отделе продаж

Автоматизация процессов

Эффективность работы руководителя продаж

ПРИЧИНЫ НЕВЫПОЛНЕНИЯ ПЛАНА

Текучка кадров (менеджеры/РОП-ы)



Отсутствие правильной денежной
и нематериальной мотивации



Отсутствие обучения, стандартов, книги продаж



Отсутствие визуализации работы (сrm, отчеты)



Климат в коллективе



ПРОДАЖИ

Не ведется отчетность
(ежедневная/еженедельная/ежемесячная)



ПРОДАЖИ

Не выполняется план продаж /
продажи падают



ПРОДАЖИ

База не расширяется \ клиенты
не задерживаются



Не проводится NPS /
Отсутствует программа лояльности



ПРОДАЖИ

Воронки не смотрятся в разрезе



ПРОДУКТ

Ни клиенты, ни менеджеры не знают,
в чем ценность продукта

Менеджеры говорят характеристиками,
и не отвечают на вопрос («и что?!»)



ПРОДУКТ

Ваш продукт лежит на складе или
плохо продается



МАРКЕТИНГ

Вкладываемся не в тот канал
продвижения



МАРКЕТИНГ

Нет как такого отдела маркетинга /
самоучки



МАРКЕТИНГ

Продвигаем не тот продукт



КАК ЧАСТО ПРОВОДИТЬ АУДИТ

ГЛОБАЛЬНО - ЕЖЕГОДНО

ЕЖЕДНЕВНО — проверяется, как работают сотрудники отдела продаж. Отчетность должна быть регулярной. Анализируйте показатели (звонки, встречи, сделки, дебиторка), если есть не соответствие, повод встретиться.

ЕЖЕНЕДЕЛЬНО — оценивайте финансовый результат, как клиенты передвинулись по воронке, сколько отказов. Если идет спад и отказы, повод для аудит по звонкам

ЕЖЕМЕСЯЧНО — смотрите на количество новых клиентов, на заказы постоянных клиентов, на план продаж. Проверяйте продуктивность и мотивацию команды.

ДИАГНОСТИКА



ВОПРОСЫ ПО АВТОМАТИЗАЦИИ

ВОПРОСЫ ПО АВТОМАТИЗАЦИИ



- Внедрена ли у вас CRM-система?
- Есть ли регламент по постановке задач в системе? Заполнены ли карточки клиентов?
- Сможет ли новый сотрудник получить оттуда всю нужную информацию?
- Какие процессы в вашем отделе продаж можно назвать автоматизированными?
- Настроена ли в IP-телефония, аналитика ?



ВОПРОСЫ ПО МОТИВАЦИИ

ВОПРОСЫ ПО МОТИВАЦИИ

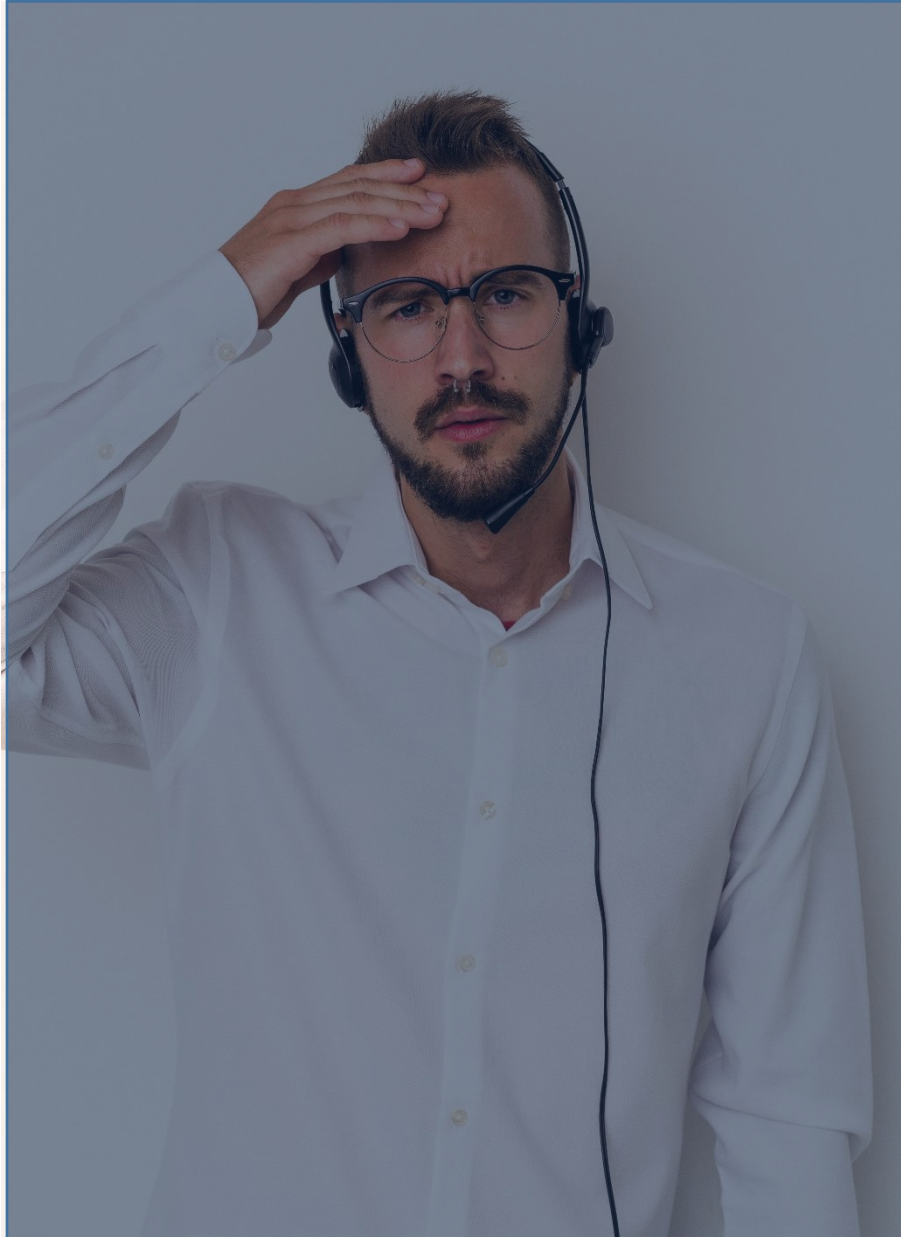


- ❑ Зарплата менеджера состоит из оклад + %? Есть ли у сотрудников KPI?
- ❑ Понимают ли они, из чего складывается их зарплата? Понята ли она считается, может ее HR и любой сотрудник за раз два рассказать?
- ❑ Есть ли у сотрудников бонусы за перевыполнение плана?
- ❑ Помимо денежной мотивации, есть дополнительные инструменты не денежной мотивации (конкурсы, спринт, светофор и др.)



ВОПРОСЫ ПО ПРОДАЖАМ

ВОПРОСЫ ПО ПРОДАЖАМ



- ❑ На каком этапе отваливается больше всего клиентов? По какой причине (много некачественных лидов, слабая отработка возражений, плохой сервис и т.д.)?
- ❑ Как работают с возвратом ушедших покупателей?
- ❑ Есть ли в вашем отделе скрипты продаж, соблюдаются ли они сотрудниками? Насколько качественно проработаны эти скрипты?

ВОПРОСЫ ПО ПРОДАЖАМ



- ❑ Сумма среднего чека
- ❑ Конверсия из лидов в покупатели
- ❑ Количество звонков/писем
- ❑ Время от первого касания с клиентом до заключения сделки
- ❑ Количество проваленных сделок

ВОПРОСЫ ПО ПРОДАЖАМ



- ❑ Проводятся ли тестирования сотрудников на знание продукта?
- ❑ Могут ли менеджеры назвать его основные преимущества? Знают ли конкурентов?
- ❑ Умеет ли отрабатывать возражения, «дорого», «подумаю», «у нас есть поставщик», «не интересно»
- ❑ Как проходит обучение новых сотрудников? Есть ли программа адаптации?



ВОПРОСЫ ПО ОРГСТРУКТУРЕ

ВОПРОСЫ ПО ОРГСТРУКТУРЕ



- ❑ Сколько человек находится в подчинении у одного руководителя?
- ❑ Как задачи распределяются между сотрудниками?
- ❑ Как долго сотрудники в среднем работают в отделе?
- ❑ Как часто отдел продаж отчитывается о работе? В каком формате это происходит?
- ❑ Как часто проходят планёрки?

ИНСТРУМЕНТЫ ДЛЯ АУДИТА



ФОТОГРАФИЯ ДНЯ

КТО ПРОВОДИТ: назначьте ответственного

или наймите стажера;

ПРОЦЕДУРА ПРОВЕДЕНИЯ

СРОК: 1-3 дня;

ОБЪЕКТ: менеджеры по продажам;

ЧТО ОЦЕНИВАЕМ: личные и рабочие задачи

(связанные с продажей; задачи влияющие на

продажу (планерка, crm, согласование и т.д.);



ЧТО ПОЛУЧИТЕ

1. Сколько времени конкретный сотрудник тратит на определенный вид работы
2. Как эффективно перераспределить обязанности
3. Можно ли пропустить какой-то бизнес-процесс или упростить его
4. Кто из менеджеров быстро справляется со своими обязанностями
5. У кого есть слабые места и какие
6. Как проходит день у опытных сотрудников
7. Почему не выполняется план продаж
8. Что изменить в плане продаж
9. Насколько эффективно происходит взаимодействие между отделами.



NPS

КТО ПРОВОДИТ: роп; коммерческий директор; ответственный менеджер.

КАК: личный звонок; отправка опроса на почту; на встрече с клиентом; на странице в соц сетях.

КАКОЙ ВОПРОС ЗАДАТЬ: оцените нас по 10- балльной шкале, насколько вы готовы порекомендовать нашу компанию своим друзьям или партнерам?

если ответ клиента *меньше 9 баллов*, задается второй вопрос: что нам нужно сделать, чтобы в следующий раз вы поставили нам 10?

ПЕРИОДИЧНОСТЬ: месяц; квартал, полугодие.

ИСХОДЯ ИЗ ОТВЕТОВ КЛИЕНТОВ У ВАС СФОРМИРУЮТСЯ ТРИ ГРУППЫ:

Промоутеры (ставят вам 9—10 баллов) — это лояльные клиенты, они готовы вас рекомендовать;

Пассивные (7—8 баллов) — эти клиенты в общем довольны вашим товаром/услугой, но не готовы давать рекомендации и берут у вас время от времени.

Недовольные (0—6 баллов) — этим клиентам что-то не понравилось, они не будут вас рекомендовать



УГРОЗА

ПОТЕРЯ КЛИЕНТА ИЗ-ЗА НЕКОМПЕТЕНТНОСТИ МЕНЕДЖЕРА



АУДИТ ЗВОНКОВ

КТО ПРОВОДИТ: роп; директор по продажам; коммерческий директор; бизнес-тренер.

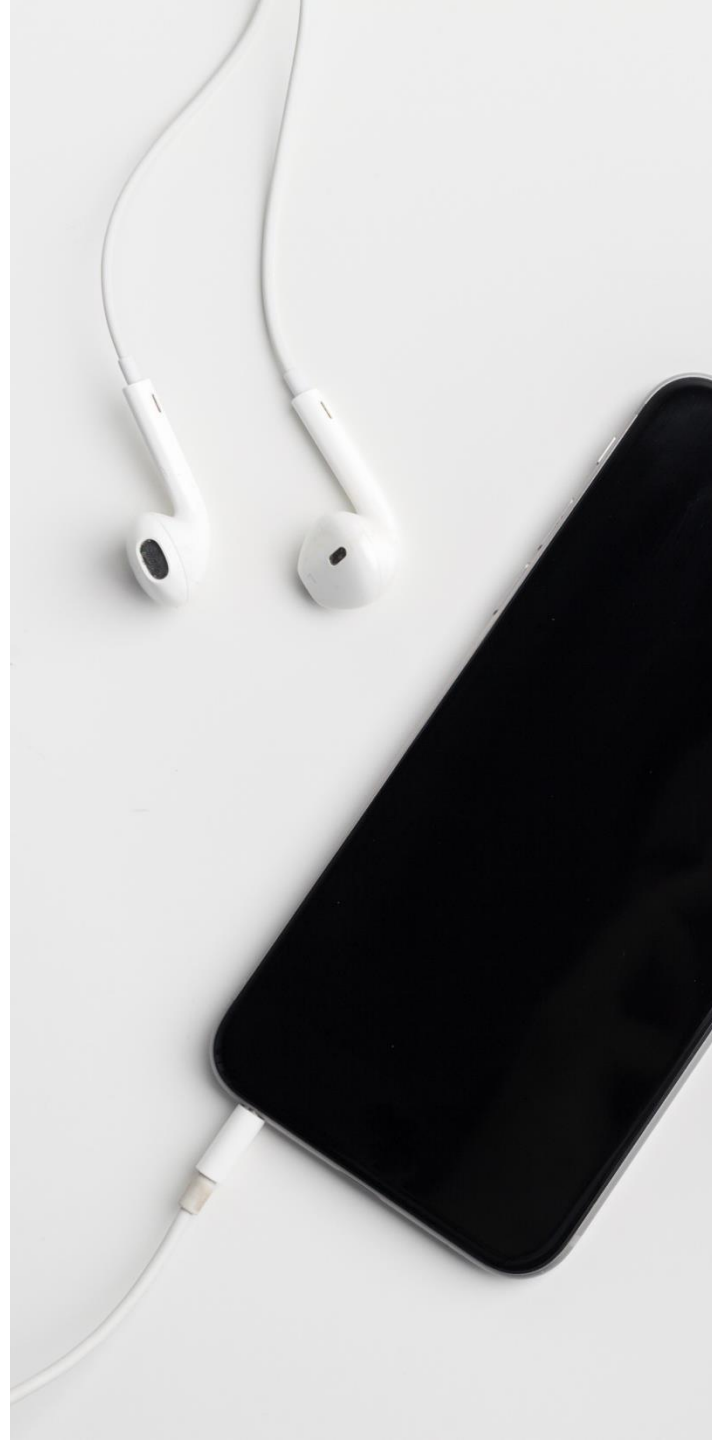
ПРОЦЕДУРА ПРОВЕДЕНИЯ

ПО СРОКУ: регулярно;

ОБЪЕКТ: все менеджеры; роп;

ЧТО ОЦЕНИВАЕМ: по чек-листу,

все виды звонков



ЧТО ПОЛУЧИТЕ

1. Кто из менеджеров быстро и результативно закрывает звонки согласно целям
2. У кого есть слабые места и какие
3. Почему теряем клиентов и где не доводим звонок до результата
4. Соккрытие со стороны сотрудников
5. Как вообще обрабатываются звонки (деловой этикет/ желание помочь)
6. Разбор конфликтной ситуации



ОЦЕНКА 360

КТО ПРОВОДИТ: наемный сотрудник; hr;
бизнес-тренер.

ПРОЦЕДУРА ПРОВЕДЕНИЯ

ПО СРОКУ: ежегодно; анонимно

ОБЪЕКТ: весь отдел продаж и кто имеет к нему отношение включая руководителей;

ЧТО ОЦЕНИВАЕМ: сравнить собственную субъективную оценку с оценками других, понять как нас видят со стороны



ЧТО ПОЛУЧИТЕ

1. Мотивация сотрудника
2. Отношение к компании – лояльность
3. Ориентация на результат и ответственность за него
4. Управленческие навыки
5. Управление: текущей работой, командой, мотивирование



ТЕСТИРОВАНИЕ

КТО ПРОВОДИТ: РОП, бизнес-тренер.

ПРОЦЕДУРА ПРОВЕДЕНИЯ

ПО СРОКУ: раз в пол года

ОБЪЕКТ: весь отдел продаж и кто имеет к нему отношение включая руководителей;

ЧТО ОЦЕНИВАЕМ: знания и навыки

продукта, продаж, управленческие навыки



ЧТО ПОЛУЧИТЕ

1. Насколько хорошо сотрудники знают продукт
2. Есть ли у них навыки экспертных продаж
3. Обладает ли руководитель управленческими компетенциями
4. Лояльность к компании (заполнение)

АУДИТ ОТДЕЛА ПРОДАЖ ДАСТ ВАМ ВОЗМОЖНОСТЬ

Выявить «узкие» места руководителя;

Найти слабые места в работе отдела продаж;

Сделать подробный анализ по продукту и его продвижению;

Повысить эффективность менеджеров; Выявить кто работает, а кто нет;

Увеличить конверсию;



БОЛЬШИХ ПРОДАЖ

• КОНТАКТЫ



E-mail:
lukyanovamarya@mail.ru



Телефон:
+7 926 662 78 65



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

