

Оглавление

Продажи... при чем здесь бюджет?! 6

Глава 1. Ставки сделаны... а в чем проблема? . . . 15

Задача № 1: на сегодня хватает?	17
Задача № 2: куда расти завтра?	19
Сколько вы хотите зарабатывать? Отрасль и масштаб бизнеса.	19
Точки роста. Как вы туда попадете?	25
Измерения матрицы	25
Факторы успеха. И как вы победите?	48

Глава 2. Удовлетворение потребителя — наша миссия?! 65

Если клиенты не покупают... что же мы продаем?	67
Посредники тоже клиенты!	74
Нет отношений — нет продаж	77
CRM по-русски	83
Сколько денег у вашего клиента?	87
Функциональный тип потребления	89
Стандартный тип потребления	91
Престижный тип потребления	94
Всяк сверчок знай свой сегмент.	96
Картина маслом.	99
И снова о посреднике	102
И зачем нам эта потребительская ценность?	103
И с чем ее едят?	106
Сортировка клиентов	110
Мимо кассы?	112

Не по адресу	115
Слуга двух господ	117
«Продажная» бюрократия	121
Объединитель усилий	125
Глава 3. Все утекает в воронку	127
«Черный ящик» продаж	129
И кто его знает... ..	134
Отношения с клиентом — вечный кайф?	137
Когда клиент созреет, будем брать!	141
Продуйте свою воронку продаж!	147
О лозунгах в продажах	162
В какую воронку льются показатели?	166
Показатели: неужто все оцифровать?	171
КПД коммерческой службы	180
Глава 4. Взвешено, сосчитано, продано	193
Управляемый объем продаж возможен?	195
Планирование: сколько нужно для полного счастья?	204
Контроль: вы пишете... все, что непонятно, объясню	217
Отчет о работе с клиентами (группировка: менеджер > клиент)	224
Отчет по переговорам с клиентами	227
Отчет по показателям менеджеров	233
А туда ли вы попали?	235
Глава 5. Аквариум в тихом омуте	243
В четвертый раз!	245
Перевод стрелок	261
Стенка — на стенку!	267
«Звездные войны»	275

Глава 6. Кому в продажах жить хорошо? 287

Избегайте избегателей!	289
Люмпенский (избегательный) тип мотивации	291
Патриотический тип мотивации	292
Профессиональный тип мотивации	294
Хозяйский тип мотивации	295
Коммерческий (инструментальный) тип мотивации	296
Одна большая или много маленьких?	306
Где деньги, Зин?	325
Фиксированная часть компенсационного пакета.	325
Переменная часть компенсационного пакета.	327
Технология разработки системы мотивации для персонала продаж	328
Экономия: а вы не переплачиваете?	336

Вместо послесловия 342

На войне как на войне!	344
Танковый прорыв	345

Об авторах 348

Группа компаний «ИНТАЛЕВ»	350
-------------------------------------	-----