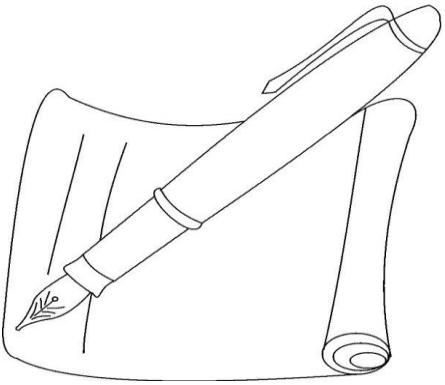

Порядок развития клиента после первичного контакта

для менеджера по активным продажам

Диагностика бизнеса клиента:

- Заполнить карточку клиента
- Психологические особенности, точки влияния контактных лиц
- Дни рождения контактных лиц, день рождения компании

Вопросы[1].

Общие:

- Откуда Вы о нас узнали?
- Что Вы знаете о Компании?
- Что Вы можете рассказать о Вашей компании?
- Какова специфика вашего бизнеса?
- Насколько развито в вашей компании сувенирное направление?
- Какое место в вашем бизнесе занимает сувенирная продукция?
- Какие перспективы на год у сувенирного направления? Планируете ли Вы его развивать?
- Какова сезонность вашего бизнеса?

Про клиентов

- С какими клиентами вы работаете?
- С какими отраслями?
- Уточнить ассортиментные группы для этих клиентов?
- Что чаще всего заказывают у Вас Ваши клиенты?

Про конкурентов:

- С кем из поставщиков Вы работали?
- Какие у Вас условия работы по данным поставщикам? (скидки, кредитные линии, остатки, скорость доставки)

---

[1] Указаны не в приоритетном порядке, узнать на итог нужно все, но в каждом звонке свой блок информации. Главное чтоб это была беседа, а не допрос.

Про процессы:

- Кто ЛПР
- Какова организационная структура
- Какие решения принимает ГД
- Организация процесса закупок
- Организация процесса продаж
- Сколько человек пользуется нашим сайтом в Вашей компании?
- Планируете ли Вы расширять это направление?

Выгоды для клиента от работы с Компании (перевернуть конкурентные преимущества в выгоды для клиента).

Выгоды стоит давать через ответы на вопросы клиента по его бизнесу. Это не должно выглядеть как сплошной текст на 1,5 минуты.