

## **Вопросник для экспресс-диагностики продаж**

Этот несложный тест позволит вам оценить состояние системы продаж в вашем бизнесе. Вопросы и варианты ответов выстроены таким образом, чтобы **максимально облегчить вам поиск проблемных узлов.**

Правила просты. За каждый ответ «а» поставьте себе 1 балл, «b» – 2, «с» – 3, «d» – 4 балла.

### ***1. Система генерации потенциальных клиентов***

- a. Клиенты появляются случайно.
- b. Мы даем рекламу, по которой приходят клиенты, но она не слишком эффективна.
- c. Есть один-два хорошо работающих метода, которые приносят основную массу новых клиентов.
- d. Существует налаженная система генерации потенциальных клиентов различными способами.

### ***2. Работа с потенциальными клиентами***

- a. С потенциальными клиентами не ведем никакой специальной работы. В основном предполагается, что они будут покупать все сами.
- b. Потенциальным клиентам, как только они поступают в нашу клиентскую базу, сразу высылаем одно-два предложения приобрести что-либо из наших продуктов (услуг).
- c. Регулярно отправляем анонсы и обзоры новых продуктов и услуг нашей компании потенциальным клиентам.
- d. В компании выстроена четкая система конвертации потенциальных клиентов в реальных. Существует гибкая система стимулирования первой покупки.

### ***3. Как вы осуществляете продажу клиенту?***

- a. Что он запросил, то и продаем.
- b. Иногда предлагаем что-то «в довесок».
- c. В ассортименте есть стандартные дополнительные товары (услуги), которые мы регулярно советуем приобрести.
- d. У нас выстроена система «cross-sell» («допродаж»). Каждому клиенту, совершившему покупку, всегда предлагаем сразу купить что-то еще. Существует ряд схем, в рамках которых клиенту рекомендуется «в довесок» цепочка наших продуктов и услуг.

#### **4. Работа с клиентом после покупки**

- a. После покупки «забываем» о клиенте.
- b. Эпизодически проводим некоторые акции, в рамках которых совершившие покупку клиенты получают бонусы.
- c. Иногда связываемся с ключевыми клиентами, уточняем, как у них идут дела.
- d. В компании выстроена четкая система работы с клиентами после покупки. Регулярно связываемся с ними, стараемся поддерживать обратную связь, получать отзывы о наших продуктах и услугах. Делаем специальные подарки клиентам.

#### **5. Основной объем продаж приходится на...**

- a. Новых клиентов.
- b. Большая часть – на новых клиентов, меньшая – на постоянных.
- c. Большая часть – на постоянных, меньшая – на новых.
- d. Постоянных клиентов.

#### **6. Планирование продаж**

- a. Планирования продаж нет. Менеджеры и так заинтересованы.
- b. Есть план на месяц, но на продажи он влияет слабо: план регулярно не выполняется.
- c. Месячный план обычно выполняется.
- d. Система планирования продаж работает, как часы: есть планы на квартал, месяц, неделю, ежедневный план.

#### **7. Контроль и отчетность**

- a. Продавцы/менеджеры по продажам работают сами, мы им доверяем.
- b. Контролируется итоговый результат – за месяц.
- c. Контролируем 2-3 показателя. Проводим планерки раз 1-2 недели.
- d. Выстроена многоуровневая система контроля в режиме реального времени. Планерки – ежедневно, отчетность – ежедневно.

#### **8. Система мотивации торгового персонала**

- a. Как у всех: оклад + 10-20% от продаж.
- b. Используется модель оклад + 10-20% от прибыли.
- c. Используются традиционная модель, а также принципы личной соревновательности и командной работы.
- d. оклад менеджера состоит из 3 частей: твердый оклад, мягкий оклад (выплачивается при выполнении KPI), бонусы — за выполнение плана. Применяется принцип «больших порогов, благодаря чему доход плохих менеджеров и хороших различается очень сильно. Используются также и нематериальные формы мотивации.

#### **9. Подбор и обучение торгового персонала**

- a. Проводим подбор по мере необходимости. Обучения нет.
- b. Проводим подбор по мере необходимости. Обучение в начале работы.
- c. Проводим подбор по мере необходимости. Обучение регулярное.
- d. Проводим подбор регулярно на основе портрета кандидата и навыковой модели. Проводим конкурс соискателей. Разработана модель постоянного обучения менеджеров.

### **10. Замер ключевых показателей вашего бизнеса**

- a. Абсолютно не представляем, каковы наши ключевые показатели.
- b. Примерно догадываемся, но специально ничего не измеряем.
- c. Некоторые индикаторы отслеживаем, но не постоянно.
- d. Регулярно измеряем все ключевые индикаторы.

### **Состояние вашей системы продаж**

#### **10–15 баллов. Полный хаос**

К сожалению, система продаж в вашем бизнесе на текущий момент весьма хаотична. Скорее всего, клиенты приходят к вам случайно, а продажи осуществляются в основном благодаря мастерству человека, который отвечает за это направление.

Ваш бизнес крайне нестабилен и подвержен серьезным провалам, если один-два ключевых клиента вдруг решат уйти (либо вы сами решите отдохнуть). Необходимо срочно внедрять хотя бы базовые принципы систематизации продаж.

#### **15–25 баллов. Пациент скорее жив, чем мертв**

Вы пытаетесь внедрять некоторые технологии увеличения продаж в своем бизнесе, и, вероятно, это приносит определенные результаты. Однако системы, которые вы применяете, еще очень слабо структурированы и регламентированы, что вносит серьезную долю нестабильности в продажи.

Вам стоит больше времени и ресурсов выделить на проработку систем увеличения продаж и привлечения клиентов. Если выстроить такие системы тщательнее, ваш бизнес способен принести значительно больше денег.

#### **25–35 баллов. Стабильность – признак мастерства**

Похоже, вы уже используете технологии грамотной работы с клиентами. И они приносят свои плоды. Бизнес достаточно стабилен и генерирует регулярный доход. Однако, несомненно, у вас есть желание увеличить его результативность.

Этого можно добиться, досконально прорабатывая «мелочи» в системе продаж. Основные процессы, скорее всего, уже налажены, но многих деталей пока не хватает. Уделите внимание «шлифовке», и – продажи начнут ощутимо расти.

#### **35–40 баллов. Вы – чемпион!**

Поздравляю! Вы применяете большую часть технологий, которые не использует 95 % ваших конкурентов. Уверен, у вас уже очень стабильный и успешный бизнес даже в условиях кризиса. Без лишней скромности можно назвать вас чемпионом!

Единственное, что хотелось бы порекомендовать, – не останавливайтесь на достигнутом. Продолжайте экспериментировать, внедряйте новые технологии увеличения продаж и привлечения клиентов.