



Тест для оценки состояния системы продаж

Данный 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. Обведите в правом столбце цифру, соответствующую выбранному ответу.

1. Существует ли в вашей компании система сбора контактов потенциальных клиентов?

Нет, специально контакты мы не собираем	1
Иногда просим заполнить какую-нибудь анкету	2
Сбор контактов ведем, однако используем всего один метод (только анкета или только форма на сайте);	3
Сбор контактов потенциальных клиентов ведется различными способами. Работает система стимулирования (бонусы, скидки, специальные акции) для тех, кто оставил свои контакты.	4

2. Работа с рекомендациями

Никогда не запрашиваем рекомендаций и никак не используем этот способ поиска новых клиентов	1
Иногда интересуемся, не хочет ли клиент порекомендовать нашу компанию кому-либо из своих знакомых	2
Применяется стандартная форма запроса рекомендаций, но она практически не приносит результата;	3
Используем различные методы для того, чтобы действующие клиенты рекомендовали нас своим знакомым. Практикуется система мотивации для клиентов, которые приходят по рекомендации (скидки, подарки и т. д.).	4

3. Система генерации потенциальных клиентов

Клиенты появляются случайно	1
Мы даем рекламу, по которой приходят клиенты, но она не слишком эффективна;	2
Есть один-два хорошо работающих метода, которые приносят основную массу новых клиентов;	3
Существует налаженная система генерации потенциальных клиентов различными способами.	4

4. Работа с потенциальными клиентами

Не ведем никакой специальной работы. Предполагается, что они будут покупать всё сами;	1
Как только клиенты поступают в нашу базу, сразу высылаем одно-два предложения приобрести что-либо из наших продуктов (услуг);	2
Регулярно отправляем анонсы и обзоры новых продуктов и услуг нашей компании потенциальным клиентам;	3
В компании выстроена четкая система конвертации потенциальных клиентов в реальных. Существует гибкая система стимулирования первой покупки.	4

5. Сколько раз вы «касаетесь» потенциальных клиентов?

Сами ничего не предлагаем. Если захотят, то купят;	1
Высылаем предложение один-два раза. Если клиент не совершил покупку, больше его не беспокоим;	2
В первое время регулярно «касаемся» клиента своими предложениями;	3
В компании выстроена четкая система регулярных «касаний» потенциальных клиентов не менее раза в неделю различными способами (e-mail, телефон, факс, почта).	4

6. Как вы осуществляете продажу клиенту?

Что он запросил, то и продаем;	1
Иногда предлагаем что-то «в довесок»;	2
В ассортименте есть стандартные дополнительные товары, которые мы регулярно советуем приобрести;	3
У нас выстроена система «cross-sell» («допродаж»). Существует ряд схем, в рамках которых клиенту рекомендуется «в довесок» цепочка наших продуктов и услуг.	4

7. Замер ключевых показателей вашего бизнеса

Абсолютно не представляем, каковы наши ключевые показатели;	1
Примерно догадываемся, но специально ничего не измеряем;	2
Некоторые индикаторы отслеживаем, но не постоянно;	3
Регулярно измеряем все ключевые индикаторы.	4

8. Что происходит, когда потенциальный клиент звонит в компанию?

Первая стадия — общий колл-центр со стандартным меню;	1
С клиентом общается секретарь, способный ответить на самые распространенные вопросы;	2
Клиенту отвечает секретарь, он переключает звонящего на отдел продаж;	3
У отдела продаж свой отдельный номер телефона, на который поступают звонки потенциальных клиентов.	4

9. Работа с клиентом после покупки

После покупки забываем о клиенте	1
Эпизодически проводим акции, в рамках которых совершившие покупку клиенты получают бонусы;	2
Иногда связываемся с ключевыми клиентами, уточняем, как у них идут дела;	3
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.	4

10. Основной объем продаж приходится на...

Новых клиентов;	1
Большая часть — на новых клиентов, меньшая — на постоянных;	2
Большая часть — на постоянных, меньшая — на новых;	3
На постоянных клиентов.	4

Сложите все обведенные цифры.

Получившееся количество баллов:

Состояние 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 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 проработывая «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!

Поздравляем! Вы применяете большую часть технологий, которые не использует 95% ваших конкурентов. Уверены, у вас уже очень стабильный и успешный бизнес даже в условиях кризиса. Без лишней скромности можем назвать вас чемпионом! Единственное, что хотелось бы порекомендовать, — не останавливайтесь на достигнутом. Продолжайте экспериментировать, внедряйте новые технологии увеличения продаж и привлечения клиентов.

Вы можете также пройти с нашей помощью бесплатную экспресс-диагностику вашего бизнеса