



50 способов увеличить объём продажи товаров и услуг

Описанные далее методы повышения объёма продаж — универсальны, и подойдут компаниям, работающим как в сфере услуг, так и в товарном бизнесе. Для удобства мы разбили их на несколько категорий.

Маркетинг

Разработайте стратегию продвижения.

Очень часто можно встретить предпринимателей, которые мечутся между разными инструментами, не зная, какой из них применить. Разработайте четкую стратегию — чего вы хотите достичь, и как это можно сделать. Тогда инструменты подберутся сами собой.

Выберите правильные рекламные каналы.

Подумайте, где может обитать ваша ЦА, и каким образом вы можете ее «зацепить». Например, небольшой кондитерской подойдёт наружная реклама и хорошо оформленная вывеска. Интернет-магазин техники может использовать контекстную рекламу и SEO.

Используйте контент-маркетинг.

В 2017 году 39% компаний в мире увеличили инвестиции в это направление интернет-маркетинга, что доказывает его эффективность. Контент-маркетинг — это работа на перспективу. Он не увеличивает продажи сразу, но с течением времени вы заметите эффект.

Подходите с умом к SMM.

Это не только шуточки и котики. Социальные сети давно превратились в хороший рекламный канал, с их помощью можно создать спрос на новые товары, найти покупателей на уже известные, раскручивать бренд и поддерживать отношения с уже

состоявшимися клиентами.

«Ловите волну»

«Ловите волну»: будьте в курсе последних трендов, событий, вирусных мемов и шуточек. Особенно если у вас молодая ЦА, которая активно использует соцсети. Удачно обыграв очередное событие, вы можете получить новых поклонников, которые потом могут стать вашими клиентами.

Используйте ретаргетинг и ремаркетинг

Используйте ретаргетинг и ремаркетинг: возвращайте на сайт тех, кто интересовался товаром или услугой, но по какой-то причине не завершил покупку или заказ.

Используйте УТП

Используйте УТП, которое будет отличать вас от конкурентов. Это может быть особенный товар, какое-то особое качество товара, дополнительная услуга — что-то, что решает проблему потенциального клиента.

Оформите свой бренд

Оформите свой бренд: у вас должен быть логотип, фирменные цвета, звучное название, которое легко и просто запомнить.

Анализируйте все рекламные активности.

Смотрите, какой канал приносит больше всего продажи отключайте убыточные. Так вы не только сможете сосредоточиться на том, что больше всего работает, но и правильно распределить рекламный бюджет и избежать ненужных трат.

Используйте лендинги

Используйте лендинги и промо-страницы для новых товаров и специальных предложений. У таких страниц конверсия выше. Их проще продвигать, а потом можно отключить за ненадобностью. Это проще, чем добавлять новые страницы на сайт.

Сайт

Шапка сайта

Опишите в шапке сайта, под логотипом, чем вы занимаетесь. Обычно сюда ставят слоган, который новым клиентам ничего о вас не сообщает. Напишите, кто вы – колбасный завод или юридическая консультация.

Контакты

Укажите на сайте все возможные средства связи с вами: телефон, адрес, местоположение на карте, адрес электронной почты. Телефон и адрес можно указать в шапке сайта. Обязательно сделайте и отдельную страницу «Контакты».

Используйте призывы к действию на каждой странице сайта.

У посетителя после прочтения страницы должен быть на руках четкий план действий, что нужно делать дальше: позвонить, написать, приехать в офис.

Конкретные описания товаров и услуг

Чтобы увеличить продажи на сайте, используйте конкретные описания товаров и услуг, пишите конкретные тексты без расплывчатых и мутных формулировок. Описывайте основные характеристики товара, особенности применения – все то, что нужно знать покупателю.

Навигация по сайту

Продумайте интуитивно понятную навигацию по сайту. Пользователь должен легко находить нужный раздел и переходить со страницы на страницу, без труда изучать необходимую информацию.

Заголовки

Используйте на целевых страницах эффективные заголовки. Эффективные — значит содержащие ключевые слова (хорошо для поискового продвижения), призыв к действию, озвучивающие проблему (боль) клиента. Хороший заголовок будет привлекать, цеплять взгляд посетителя и увлекать изучать страницу дальше.

Установите кнопку заказа обратного звонка.

Это может быть специальный виджет, или решение, реализованное руками вашего разработчика. Такая функция позволяет получать больше лидов: человеку не нужно звонить самому, достаточно лишь оставить номер телефона.

Установите кнопку заказа обратного звонка.

Это может быть специальный виджет, или решение, реализованное руками вашего разработчика. Такая функция позволяет получать больше лидов: человеку не нужно звонить самому, достаточно лишь оставить номер телефона.

Используйте виджеты онлайн-чатов.

С их помощью потенциальный клиент сможет задать вопрос оператору, без необходимости звонить. Ваш консультант сможет ответить на вопросы клиента в режиме реального времени, посоветовать подходящий товар, допродать что-то ещё и

даже принять платежи просто через данный виджет.

- Сделайте кнопку призыва к действию контрастной, выделяющейся на фоне сайта.

Она не должна теряться за остальными элементами на странице.

- Сделайте формы обратной связи максимально простыми

Для повышения продаж на сайте, важно сделать формы обратной связи максимально простыми и содержащими минимум полей. Неважно, это форма заказа или подписки на рассылку: запрашивайте только необходимый минимум данных.

- Анализируйте поведение пользователей на сайте.

Особенно обращайтесь внимание на страницы выхода. Если у вас часто бросают корзины, может быть проблема на этой странице — пройдите сами путь клиента, и вы можете найти ошибку.

- Уделите внимание дизайну вашего интернет-магазина или сайта-визитки.

Людей привлекает все красивое. Привлекательный, аккуратный и современный сайт — это обложка вашего бизнеса. Люди будут склонны больше доверять вам, так как создается впечатление современной компании, которая следит за трендами.

- Используйте мигающие баннеры или яркие ярлыки для товаров, к которым вы хотите привлечь внимание.

Наши глаза устроены так, что мы сразу же реагируем на движение и яркие цвета. Используйте эту особенность в своих целях.

Продукт

- Концентрируйтесь не на своём продукте, а на потребности клиента, которую он может удовлетворить с его помощью.

Стройте свои рекламные сообщения через призму болей ЦА. Продавайте не продукт, а решение проблем.

- Следите за качеством продукции.

Плохой продукт покупать не будут, как бы вы его не рекламировали. Нехорошая слава

будет бежать впереди ваших рекламных сообщений.

Придумайте простое название.

Чем проще запомнить и выговорить название вашего продукта – тем лучше. Простое название обеспечит узнаваемость вашего товара на полке, даже тот, кто однажды увидел рекламу, сможет легко запомнить его.

Обратите внимание на упаковку.

Привлекательная, яркая, необычная упаковка выделит товар на полке среди ему подобных. Кроме этого, упаковка товара должна быть удобной: её легко открыть, закрыть, в ней легко хранить товар (если это необходимо), просто утилизировать. Актуально не только для товаров, но и для услуг.

Поставьте правильную цену.

Правильная — значит конкурентноспособная и обеспечивающая вам прибыль. Слишком дорогой товар, который ничем не отличается от аналогов, будет сложно продать. Слишком дешёвый будет убыточным и привлечет соответствующий контингент клиентов.

Предусмотрите покупку комплектами

Для увеличения объёма продаж, предусмотрите покупку комплектами. Например, в одежде или в технике. Предлагайте купить два товара, которые дополняют друг друга, или продавайте аксессуары к основному товару. На комплект вы можете предлагать скидку, тем самым увеличивая продажи.

Проводите смену ассортимента.

В продажах тоже работает принцип 80/20: всего 20% вашего товара приносит 80% прибыли. Узнайте, какие товары меньше пользуются спросом и уберите их со склада, заменив чем-то новым.

Внутренний менеджмент

Грамотно подбирайте персонал.

Особенно менеджеров по продажам. На продажи влияет личный вклад — и не только ваш, но и ваших сотрудников. Они должны быть не только заинтересованы в том, чтобы продавать ваш товар, но и уметь работать с клиентами, быть приветливыми, вежливыми с клиентами, уметь работать на результат.

Используйте скрипты продаж.

Это сценарии разговоров с клиентами. Продумайте, какие вопросы чаще всего задают клиенты, на каждом из этапов продаж, обработайте возможные возражения. Это поможет вашим менеджерам по продажам быть более эффективными.

Внедрите CRM.

Это поможет вести базу клиентов и более качественно работать с ними: вовремя перезванивать, напоминать, предлагать подходящие решения при повторном обращении.

Внедрите KPI

Внедрите KPI, в первую очередь для отдела продаж. Это поможет увидеть, какие сотрудники работают более эффективно, достигают ли они заданных показателей.

Мотивируйте сотрудников.

Например, сотрудники отдела продаж могут работать на оклад+процент от продаж. В таком случае и них будет отличная мотивация продавать больше. Используйте системы управления проектами.

Делегируйте.

На начальных этапах вы многое будете выполнять сами. Но развивать бизнес не получится, если вы постоянно все будете тянуть на себе. Учитесь делегировать рутинные задачи кому-то другому.

Организируйте партнёрскую сеть

Подключайте к продаже своих товаров, к привлечению трафика на сайт дилеров. Они найдут новые каналы сбыта вашей продукции.

Открывайте филиалы в других регионах.

Постепенно выходите на новые для вас территории. Так вы сможете охватить больше регионов, новые рынки, соответственно и продажи пойдут вверх.

Упакуйте бизнес во франшизу.

Если вы увидите, что спрос на продукцию растёт, вы можете попробовать организовать целую сеть своих точек. Если бизнес-процессы налажены, и бизнес работает без сбоев, можно пробовать продавать свою бизнес-модель.

Работа с клиентами

- Обеспечьте послепродажное обслуживание.

Общайтесь с клиентом после того, как он совершил покупку — тогда он может стать вашим постоянным клиентом.

- Работайте на увеличении среднего чека.

В этом помогут допродажи — просто предлагайте клиентам приобрести что-то еще.

- Внедрите холодные звонки

Внедрите холодные звонки, особенно в сфере B2B. Это трудный процесс, но он поможет разогреть клиентов, вызвать интерес к новому продукту.

- Используйте скидки

Используйте скидки или программы лояльности для постоянных клиентов, так вы тоже сможете повысить продажи.

- Подумайте о сопровождении клиента на сайте

Подумайте о сопровождении клиента на сайте — это могут быть всплывающие подсказки или онлайн-помощник.

- Обработка звонков и обращений должна быть максимально быстрой и эффективной.

Недопустимо, чтобы оставив свой номер телефона, человек ждал от вас звонка полдня.

- Работайте с отзывами.

Благодарите за хорошие. Старайтесь выяснить причину плохих и исправлять ошибки.

- Предлагайте бесплатные услуги или товары

Предлагайте бесплатные услуги или товары, которые разогревают интерес и стимулируют приобрести платный товар. Например, в инфобизнесе бесплатный вебинар проводят для того, чтобы заманить как можно больше людей на платный.

- Применяйте индивидуальный подход к каждому клиенту.

Все люди разные, и вы можете изучить предпочтения вашего клиента, просто делая

правильные пометки в своей CRM.

Используйте «сгорающие скидки»

Используйте «сгорающие скидки», размер которых уменьшается с течением времени. Этот прием «подгоняет» покупателей купить больше и скорее.

Вы можете использовать какой-то один прием из этого списка, или вплести несколько из них в свою маркетинговую стратегию и бизнес-процессы. Пусть ваши продажи растут!

Создано с помощью онлайн сервиса Чек-лист | Эксперт: <https://checklists.expert>

как это убрать?