



# I AlgoSmm I 50 способов увеличить объём продаж 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*

## 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*

## Организуйте 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 увеличением 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*

Наша команда готова помочь Вам достичь отличных результатов за короткие сроки. Для бесплатной консультации по Вашему проекту - заполните БРИФ на нашем сайте. Мы поможем вам выйти на новый уровень дохода с Вашего бизнеса.