

# Оглавление

<b>Введение</b> .....	<b>8</b>
Диагностика отдела продаж .....	12
<b>Глава 1. Определяем эффективную архитектуру отдела продаж</b> .....	<b>17</b>
Традиционный отдел продаж .....	17
Двухступенчатый отдел продаж .....	18
Трехступенчатый отдел продаж .....	20
Пятиступенчатый отдел продаж .....	23
Этапы развития бизнеса .....	27
<b>Глава 2. Скорая помощь — 11 технологий успешных продаж</b> .....	<b>31</b>
Активные продажи .....	31
Актив № 1 любого бизнеса — база клиентов .....	33
Реактивация клиентов. Системный подход .....	34
Технологии увеличения среднего чека: upsell и cross-sell .....	35
Быстрый способ уничтожить конкурентов .....	39
Работа с недовольными клиентами .....	40
Грамотный сервис — то, чего не хватает в России .....	41
Обучение клиентов как технология продаж .....	42
Совещания и летучки .....	43
Контроль и отчетность .....	45
Маркетинг-план .....	45
<b>Глава 3. Внедряем активные продажи</b> .....	<b>47</b>
Как построить отдел активных продаж .....	47
Критерии активных продаж .....	48
Пошаговый план, как построить отдел активных продаж .....	50
Как грамотно обучать менеджеров .....	51
Задания в конце главы .....	59

<b>Глава 4. Пишем скрипты и инструкции . . . . .</b>	<b>61</b>
Скрипты . . . . .	61
Регламенты и инструкции . . . . .	74
<b>Глава 5. Разрабатываем систему контроля и отчетности персонала. . . . .</b>	<b>86</b>
Система контроля и отчетности персонала . . . . .	86
Пакет шаблонов по отчетам . . . . .	91
Как организовать общее хранение и доступ к отчетности . . . . .	105
Пошаговый план: как проводить тайного клиента . . . . .	106
Как проводить планерки и совещания. . . . .	114
<b>Глава 6. Пишем Книгу продаж . . . . .</b>	<b>127</b>
Что такое Книга продаж . . . . .	127
Какие проблемы возникают без Книги продаж . . . . .	127
Как понять, нужна ли вам Книга продаж . . . . .	128
Книга продаж как решение . . . . .	129
Четыре основных блока Книги продаж. . . . .	130
Пример Книги продаж . . . . .	139
<b>Глава 7. Разрабатываем систему материальной мотивации персонала . . . . .</b>	<b>140</b>
Типичные проблемы . . . . .	140
Сотрудники работают не на процесс, а на результат. . . . .	141
Куда деваются продажи и клиенты. . . . .	142
Эффективная система мотивации. . . . .	142
Как грамотно оформлять штрафы, не нарушая закон . . . . .	159
Как быстро наработать базу клиентов . . . . .	161
Самый простой способ снизить ЗП, если вы переплачиваете . . . . .	162
Как рассчитать план продаж . . . . .	163
Как разработать систему мотивации . . . . .	164
<b>Глава 8. Нанимаем персонал . . . . .</b>	<b>168</b>
Основная проблема при найме персонала . . . . .	168
Сколько стоит нанять сотрудника . . . . .	169

---

Что делать, если сотрудники «сливаются» . . . . .	170
Почему нельзя переложить наем на рекрутинговое агентство . .	172
Фоновый наем на ключевые позиции . . . . .	173
Пошаговый план разработки системы найма . . . . .	173
Система обучения для новых сотрудников . . . . .	204
Шаблон «Адаптационный лист сотрудника» . . . . .	206
Корпоративный центр развития персонала . . . . .	208
Удаленные работники и аутсорсинг . . . . .	209
Как отобрать фрилансеров . . . . .	210
Шаблон «Пошаговая инструкция по найму персонала» . . . . .	211
<b>Глава 9. Автоматизируем бизнес-процессы . . . . .</b>	<b>215</b>
Потолок развития компании. . . . .	215
Этапы развития компании. . . . .	215
Роли управления компаний . . . . .	217
Реактивная и проактивная модели поведения в бизнесе . . . . .	219
Когда нужно приступать к автоматизации бизнеса . . . . .	220
Что обязательно нужно сделать перед автоматизацией бизнес-процессов . . . . .	222
Автоматизация бизнес-процессов . . . . .	223
Пошаговый план автоматизации. . . . .	224
Пошаговый план описания бизнес-процесса. . . . .	233
<b>Заключение . . . . .</b>	<b>237</b>
<b>Приложения. . . . .</b>	<b>238</b>
Приложение 1. Перечень документов, передаваемых клиенту в рамках консалтинговых проектов компании «Консалтинг 2b» (табл. П1) . . . . .	238
Приложение 2. Маркетинговое планирование салона красоты .	241