

Методы построения каналов продаж

Анастасия Макеенок

Предприниматель, консультант, ментор стартапов, лектор РАНХиГС

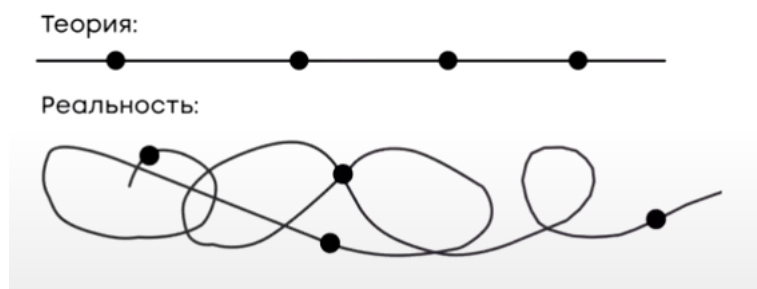
Сегодня мы рассмотрим методы построения каналов продаж. Но вначале нам нужно разобраться, что такое канал продаж.

Канал продаж

Канал продаж — это способ поступления клиентов в компанию, имеющий определенные характеристики. Не существует единой иерархии каналов продаж. При построении канала продаж важно не только то, как клиент поступает в компанию, но и все возможности для продажи и обслуживания произведенного продукта. Товар, продукт или услуга сами себя в канале продаж не продают: здесь важна ваша работа и работа маркетологов.

Чтобы выстроить продажи в вашей компании, можно использовать специальную модель — воронку продаж.

Что это за модель? Она показывает путь клиента от знакомства с продуктом до совершения сделки (в теории). Это очень упрощенная и формализованная схема. Кроме того, в теории и реальности такая схема имеет кардинальные отличия.



Для построения моделей и воронок продаж маркетологи часто пользуются формулой AIDA:

- Attention — внимание

Ваши потенциальные потребители откуда-то о вас узнали.

- Interest — интерес

У человека появляется заинтересованность в вас или в вашем продукте, он ищет дополнительную информацию.

- Desire — желание

У потенциального клиента возникает желание что-то у вас купить.

- Action — действие

Совершается сделка, продажа.

Когда вы строите канал продаж, вначале нужно определиться с этапами вашей воронки. Можно строить его по формуле AIDA, но даже на первом этапе может быть несколько стадий:

1. Выбираем целевую аудиторию
2. Выбираем каналы работы с вашей целевой аудиторией. Изучаем соцсети ЦА, интересы, места, которые она посещает
3. Придумываем сообщение для целевой аудитории и способ его доставки. Например, листовки, стенгазета, пост в Instagram и т. д.
4. Доставляем сообщение
5. Смотрим на реакцию
6. Вступаем в диалог с клиентом
7. Организовываем оплату
8. Организовываем доставку товара потребителю
9. Постпродажное обслуживание

Если говорить просто, канал продаж состоит из четырех элементов: каналы привлечения, инструменты продажи / убеждения, крутой продукт, обслуживание.

Каналы привлечения клиентов

Существует 19 каналов привлечения клиентов:

- Сарафанное радио и вирусный маркетинг
- СМИ и PR
- Скандальный PR; события, привлекающие внимание
- Контекстная реклама
- Социальные сети и медийная реклама

- Наружная реклама
- Поисковая оптимизация
- Контекстный маркетинг
- Email-маркетинг
- Разработки
- Продвижение через блоги
- Партнерства, развитие бизнеса
- Прямые продажи
- Партнерские программы и CPA-сети
- Существующие платформы
- Конференции
- Мероприятия
- Лекции, публичные выступления
- Создание сообщества

Инструменты продаж

Теперь рассмотрим инструменты продаж. Вначале разберемся, что это такое. Инструменты продаж — это специальные средства, которые позволяют продавцу наиболее эффективно готовиться и проводить сделку купли-продажи.

Какие бывают инструменты? Например, книга продаж, технические средства, образцы продукции, рекламные материалы, карточка информации клиента, факты о товаре и его преимуществах и т. д. Инструментов очень много. Это все, что может вам помочь правильно показать и презентовать ваш товар.

Крутой продукт

Что значит «крутой продукт»? Это значит, что вы понимаете, в чем ценность для вашего клиента, кто ваш клиент. Вы знаете, в чем ваша уникальность, что отличает вас от конкурентов. Вы можете обосновать, почему ваш продукт купили или не купили, а также используете эту информацию для улучшения вашего продукта или процесса сделки. Вы слышите своих пользователей: у вас есть формы обратной связи или иные формы общения с клиентом.

Обслуживание и работа с клиентом после продажи

Что входит в такое обслуживание?

- Обратная связь от клиентов
- Улучшение вашего продукта
- Сопровождение продукта
- Оперативное реагирование на запросы
- Общение в вежливой и корректной форме
- Определенные действия, благодаря которым клиент вернется к вам

Запомните: все гипотезы нужно проверять и тестировать. Они могут оказаться неверными, но это нормально. Если через канал привлечения идут пользователи к вашим инструментам продаж, если какой-то инструмент продаж приводит к покупке, то ваш канал работает.