



Холодные продажи в высоком ценовом сегменте 2014



- Мотивация сотрудника
- Право принятия решений, компетентность
- Выделенность сотрудника
- Стрессоустойчивость
- Тестирование и обкатка, итерации
- Планирование

A close-up photograph of a snowflake against a dark blue background. The snowflake is highly detailed, showing its intricate, six-pointed structure with various sub-branches and fine details. The lighting is soft, highlighting the delicate edges of the ice crystal. The background is a deep, dark blue, creating a strong contrast with the white snowflake.

**Нужно максимально узко выделить
сегмент ЦА, а предложение делать
уникальным для каждого
конкретного клиента!**



Основные сегменты:

- Тип продукта/услуги
- Ценовой сегмент
- Отраслевое деление
- Должность заказчика
- Регион
- Технологии, платформы

Дополнительные инструменты:

- Активные вакансии компаний
- Информация о ребрендинге, активных РК в оффлайне
- Высокая рекламная активность
- Социальные сети, профильные группы
- Анонсы других агентств



Поиск контактных данных:

- Поисквик: Должность -> ФИО -> email
- «Додумывание» email
- Звонок секретарю
- Социальные сети
- Ушедшие сотрудники – эффективнее текущих!

Первое обращение. Почта, SM, звонок, посылка?

- Лучше отложенный контакт – сообщение или письмо! Так у адресата есть время подумать, и ему не надо отвечать сразу (отказом, скорее всего).



Главное – адресность!



- Продаем лояльность бренду
- Продаем лояльность персоне
- Продаем знание и компетентность в нише
- Продаем компетентность в предметной области
- Продаем идеи проекта
- Продаем улучшения текущей ситуации клиента
- Продаем конечный результат
- Продаем релевантный опыт
- Продаем бренд своей компании / лично себя

- Техника виртуального касания
- По каким принципам выбираете?
- Альянс с партнерами – тактика волчьей стаи



**Первое обращение: one shot – one kill!
Второго шанса может и не быть...**



1. Приветствие. Кто вы и какая связь.
2. Знание контрагента.
3. Похвала активностей/действий клиента.
4. Что вы за компания.
5. Что предлагаете, кратко.
6. Call-to-action на встречу, тизер.



- Больше материалов для агентств/студий в «Библиотеке RUWARD»: www.ruward.ru/library/
- Регистрация в спецпроекте UMI: <http://lessons.umi-cms.ru>

На этом по эпизоду у нас все,
спасибо за внимание! =)

