**Аннотации №1 за 2014 год**

**Эффективные технологии переговоров. Как научиться побеждать в любых словесных схватках**

*Ключевые слова*: ведение переговоров, деловые переговоры, подходы к переговорам, методы переговоров, стратегии переговоров

***Шинкарук Артем***, руководитель проекта www.salesmaster.com.ua, бизнес-консультант,эксперт в области привлечения клиентов и увеличения продаж в малом бизнесе.

Приходилось ли вам что-либо продавать, а потом жалеть о том, что вы продешевили? Возможно, вы в компании ежедневно занимаетесь продажами и ищете эффективные технологии ведения переговоров или хотите узнать, как получать большие скидки? В данной статье вы найдете базовую информацию о ведении переговоров, а также рекомендации для их использования в реальной жизни.

**Привлечение новых клиентов: лучше меньше, да лучше?**

*Ключевые слова*: квалификация лидов, двойная воронка продаж, BANT, готовность к покупке, «Водопад спроса», профиль идеального клиента, универсальное определение лида, балльный рейтинг, процесс продаж

***Барановский Александр***, независимый консультант, специализирующийся на sales enablement (поддержке продаж): разработке и внедрении процессов и регламентов продаж, типовых сценариев контактов с клиентами, функциональных маркетинговых материалов, системы обучения отделов продаж для b-2-bи FMCG-компаний.

Компании, вооруженные действенным процессом квалификации лидов, уверенно превосходят конкурентов по объему продаж. Как сосредоточить усилия продавцов на по-настоящему перспективных клиентах? Как сортировать вероятных клиентов по степени «готовности к покупке»? Стоит ли отказываться от потенциальных покупателей, не готовых заключить сделку? Как согласовать деятельность подразделений маркетинга и продаж по привлечению новых клиентов? В публикации — ответы на актуальные вопросы и лучшие практики.

**Как написать эффективный скрипт для любого звонка**

*Ключевые слова*: телефонный звонок, скрипт, собеседник, фраза, вопрос, эффективность

***Романенко Евгений***, владелец консалтингового проекта www.tetrasales.ru.

Правильный сценарий разговора (скрипт) — залог успешного телефонного звонка, позволяющего достичь заданного результата. В статье раскрываются основные правила написания эффективного скрипта, применимые для большинства случаев, связанных с телефонными переговорами при продаже.

**Как быстро увеличить выработку отдела продаж**

*Ключевые слова*: активные продажи, улучшение продаж, привлечение клиентов, эффективность продаж

***Соколова Татьяна***, организовала консалтинговую компанию, специализирующуюся на постановке систем сбыта и продаж, автор книги «Upgrade продаж».

По роду своей деятельности автору приходится часто бывать в разных компаниях и общаться с их владельцами. Везде наблюдается одна и та же ситуация: основная проблема вовсе не в низкой квалификации менеджеров, не в неэффективной системе мотивации и не в недостаточной автоматизации, а в отсутствии системы продаж, удовлетворяющей изменившимся потребностям рынка. В статье приведены конкретные приемы, позволяющие оперативно поднять продажи.

**За что отвечает каждый продавец**

*Ключевые слова*: обязанности продавцов, этапы продаж, поиск клиента, контакт

***Богданов Вячеслав***, тренер по продажам, бизнес-консультант, учредитель компании «Мастер продаж».

Сотрудники часто говорят вам: «Это не моя обязанность» или «Разве я это должен делать?» Вам кажется, что вы получаете задания, которые не касаются вашей должности? Вы не знаете, какие действия входят в обязанности сотрудника отдела продаж? В данной статье вы найдете ответы на возникающие у вас вопросы.

**Обучение продавцов**

*Ключевые слова*: презентационная стратегия мотивирования, коммуникативная стратегия мотивирования, оценка работы продавцов, программа обучения, цель обучения, рост продаж

***Варданян Ирина***, кафедра международного менеджмента Санкт-Петербургского государственного университета экономики и финансов (СПбГЭУ), доцент кафедры менеджмента массовых коммуникаций Санкт-Петербургского государственного университета.

Статья интересна своей практической стороной, она дает возможность оценить, как работает та или иная стратегия мотивирования в условиях современной российской экономической ситуации, сложившейся на рынке розничной торговли алкогольной продукцией. Рабочая система оценки эффективности, разработанная в ходе анализа результатов исследования, может быть легко адаптирована под потребности конкретной компании.

**Аттестация как метод управления персоналом в сфере ретейла**

*Ключевые слова*: аттестация, персонал, ретейл, KPI, торговые сети

***Вологина Ольга***, digital-директор сети семейных кафе «АндерСон».

Аттестация персонала всегда связана с большими процедурными рисками. Максимальная формализация процесса позволяет снизить вероятность получения неправильных данных. Как правило, каждая компания разрабатывает собственную методику аттестации (в случае ее проведения), привязывая ее к личным и профессиональным KPI каждого сотрудника, но в случае с персоналом в сфере ретейла мы можем говорить об отраслевых стандартах и разработках.

**Построение системы подготовки профессионалов внутри компании**

*Ключевые слова*: персонал, управление персоналом, обучение и развитие

***Осин Денис***, директор по персоналу ЗАО «Техэнергопроект».

Не секрет, что после окончания вуза студенты не обладают необходимыми для работы навыками и им нужно время, чтобы стать специалистами. Часто это связано с тем, что учебные заведения учат чему угодно, но не тому, что необходимо знать и уметь в профессиональной жизни. Когда мы строим систему обучения внутри компании, у нас есть возможность дать те знания и умения, которые нужны именно в нашей организации, есть возможность обучить специалистов с учетом целей конкретной организации.

**Стандарты торгового персонала**

*Ключевые слова*: стандарты, торговый персонал, систематизация работы, внедрение стандартов

***Черникова Елена***, бизнес-тренер компании «Ораторика».

В статье рассматривается тема разработки стандартов торгового персонала. Автор отвечает на такие вопросы, как: с чего начать работу, какие требования должны включать стандарты, как с их помощью сделать работу эффективной и каких результатов можно добиться.

**Аутсорсинг продаж для производителей товаров с оплатой за результат**

*Ключевые слова*: аутсорсинг продаж, интернет-агентства, производители товаров, бизнес вместе, вознаграждение за продажу, оплата за результат, партнерские отношения

***Пильков Сергей***, директор Интернет-агентства «Продающий сайт».

Малый бизнес может помочь себе сам. Для этого надо объединить усилия производителей товаров и интернет-агентств. Производителям пора передавать функцию продаж через Интернет агентствам. Для этого надо знать, какие условия устроят обе стороны.

**Пять гарантированных способов увеличения продаж в сфере услуг**

*Ключевые слова*: копирайтинг, эффективный маркетинг в услугах, управление продавцами

***Хмелинин Михаил***, руководитель консалтингового проекта MassivSales.ru

Всегда можно найти способы, как в короткие сроки повысить прибыльность компании, предоставляющей услуги, не увеличивая рекламный бюджет. Можно выделить ряд методов, которые всегда отлично работают в сфере услуг, потому что люди изменяются очень медленно.