**Тест для оценки состояния системы продаж**

Данный несложный тест позволит вам оценить состояние системы продаж в вашем бизнесе. Вопросы и варианты ответов выстроены таким образом, чтобы максимально облегчить вам поиск проблемных узлов.

Правила просты. За каждый ответ «a» поставьте себе 1 балл, «b» — 2, «c» — 3, «d» — 4 балла.

**1. Существует ли в вашей компании система сбора контактов потенциальных клиентов?**

a. Нет, специально контакты мы не собираем;

b. Иногда просим заполнить какую-нибудь анкету;

с. Сбор контактов ведем, однако используем для этого всего один метод (только анкета в офисе или только форма на сайте и т. д.);

d. Сбор контактов потенциальных клиентов ведется различными способами. Работает система стимулирования (бонусы, скидки, специальные акции) для тех, кто оставил свои контакты.

**2. Работа с рекомендациями**

a. Никогда не запрашиваем рекомендаций и никак не используем этот способ поиска новых клиентов;

b. Иногда интересуемся, не хочет ли клиент порекомендовать нашу компанию кому-либо из своих знакомых;

c. Применяется стандартная форма запроса рекомендаций, но она практически не

приносит результата;

d. Наша компания использует различные методы для того, чтобы действующие клиенты рекомендовали нас своим знакомым. Кроме того, практикуется система мотивации для потенциальных клиентов, которые приходят по рекомендации (специальные скидки, подарки и т. д.).

**3. Система генерации потенциальных клиентов**

a. Клиенты появляются случайно;

b. Мы даем рекламу, по которой приходят клиенты, но она не слишком эффективна;

c. Есть один-два хорошо работающих метода, которые приносят основную массу новых клиентов;

d. Существует налаженная система генерации потенциальных клиентов различными способами.

**4. Работа с потенциальными клиентами**

a. С потенциальными клиентами не ведем никакой специальной работы. В основном предполагается, что они будут покупать всё сами;

b. Потенциальным клиентам, как только они поступают в нашу клиентскую базу, сразу высылаем одно-два предложения приобрести что-либо из наших продуктов (услуг);

с. Регулярно отправляем анонсы и обзоры новых продуктов и услуг нашей компании потенциальным клиентам;

d. В компании выстроена четкая система конвертации потенциальных клиентов в

реальных. Существует гибкая система стимулирования первой покупки.

**5. Сколько раз вы «касаетесь» потенциальных клиентов?**

a. Сами ничего не предлагаем. Если захотят, то купят;

b. Высылаем предложение один-два раза. Если клиент не совершил покупку, больше его не беспокоим;

c. В первое время регулярно «касаемся» клиента своими предложениями;

d. В компании выстроена четкая система регулярных «касаний» потенциальных клиентов не менее раза в неделю различными способами (e-mail, телефон, факс, почта).

**6. Как вы осуществляете продажу клиенту?**

a. Что он запросил, то и продаем;

b. Иногда предлагаем что-то «в довесок»;

c. В ассортименте есть стандартные дополнительные товары, которые мы регулярно советуем приобрести;

d. У нас выстроена система «cross-sell» («до-продаж»). Каждому клиенту, совершившему покупку, всегда предлагаем сразу купить что-то еще. Существует ряд схем, в рамках которых клиенту рекомендуется «в довесок» цепочка наших продуктов и услуг.

**7. Замер ключевых показателей вашего бизнеса**

a. Абсолютно не представляем, каковы наши ключевые показатели;

b. Примерно догадываемся, но специально ничего не замеряем;

c. Некоторые индикаторы отслеживаем, но не постоянно;

d. Регулярно замеряем все ключевые индикаторы.

**8. Что происходит, когда потенциальный клиент звонит в компанию?**

a. Первая стадия — общий колл-центр со стандартным меню;

b. С клиентом общается секретарь, способный ответить на самые распространенные вопросы;

c. Клиенту отвечает секретарь, он переключает звонящего на отдел продаж;

d. У отдела продаж свой отдельный номер телефона, на который поступают звонки потенциальных клиентов.

**9. Работа с клиентом после покупки**

a. После покупки «забываем» о клиенте;

b. Эпизодически проводим некоторые акции, в рамках которых совершившие покупку клиенты получают бонусы;

c. Иногда связываемся с ключевыми клиентами, уточняем, как у них идут дела;

d. В компании выстроена четкая система работы с клиентами после покупки. Регулярно связываемся с ними, стараемся поддерживать обратную связь, получать отзывы о наших продуктах и услугах. Делаем специальные подарки клиентам.

**10. Основной объем продаж приходится на…**

a. Новых клиентов;

b. Большая часть — на новых клиентов, меньшая — на постоянных;

c. Большая часть — на постоянных, меньшая — на новых;

d. На постоянных клиентов.

Пожалуйста, подсчитайте получившееся в итоге количество баллов и сопоставьте их с нашими комментариями на следующей странице.

**Состояние системы продаж**

**10–15 баллов. Полный хаос**

К сожалению, система продаж в вашем бизнесе на текущий момент весьма хаотична. Скорее всего, клиенты приходят к вам случайно, а продажи осуществляются в основном благодаря мастерству человека, который отвечает за это направление.

Ваш бизнес крайне нестабилен и подвержен серьезным провалам, если один-два

ключевых клиента вдруг решат уйти (либо вы сами отдохнуть). Необходимо срочно внедрять хотя бы базовые принципы систематизации продаж.

**15–25 баллов. Пациент скорее жив, чем мертв**

Вы пытаетесь внедрять некоторые технологии увеличения продаж в своем бизнесе, и, вероятно, это приносит определенные результаты. Однако системы, которые вы применяете, еще очень слабо структурированы и регламентированы, что вносит серьезную долю нестабильности в продажи.

Вам стоит больше времени и ресурсов выделить на проработку систем увеличения продаж и привлечения клиентов. Если выстроить такие системы тщательнее, ваш бизнес способен принести значительно больше денег.

**25–35 баллов. Стабильность — признак мастерства**

Похоже, вы уже используете технологии грамотной работы с клиентами. И они приносят свои плоды. Бизнес достаточно стабилен и генерирует регулярный доход. Однако, несомненно, у вас есть желание увеличить его результативность.

Этого можно добиться, досконально прорабатывая «мелочи» в системе продаж. Основные процессы, скорее всего, уже налажены, но многих деталей пока не хватает. Уделите внимание «шлифовке», и — продажи начнут ощутимо расти.

**35–40 баллов. Вы — чемпион!**

Поздравляем! Вы применяете большую часть технологий, которые не использует 95% ваших конкурентов. Уверены, у вас уже очень стабильный и успешный бизнес даже в условиях кризиса. Без лишней скромности можем назвать вас чемпионом!

Единственное, что хотелось бы порекомендовать, — не останавливайтесь на достигнутом. Продолжайте экспериментировать, внедряйте новые технологии увеличения продаж и привлечения клиентов.