

ЕЛЕНА ЛАНИНА

# РЕШЕНИЕ ПРОБЛЕМ МАЛОГО БИЗНЕСА

ПРАКТИЧЕСКИЕ  
РЕКОМЕНДАЦИИ

ПОШАГОВЫЕ  
ИНСТРУКЦИИ

СКРИПТЫ  
ПРОДАЖ

ШАБЛОНЫ  
ДОКУМЕНТОВ

**Елена Ланина**

**Решение проблем малого  
бизнеса. Практические  
рекомендации. Пошаговые  
инструкции. Скрипты продаж.  
Шаблоны документов**

*[http://www.litres.ru/pages/biblio\\_book/?art=23932205](http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=23932205)  
ISBN 9785448510847*

**Аннотация**

Книга адресована собственникам бизнеса и руководителям. В основе – подробное описание хода консалтингового проекта и 37 приложений с инструкциями, шаблонами документов, материалами для обучения продающего персонала и скриптами продаж для розницы и телефонных продаж. Опираясь на предложенную схему и моделируя предложенные шаблоны под себя, вы самостоятельно сможете вывести вашу компанию на новый уровень развития. Книга позволит существенно сэкономить время и получить пошаговую схему действий.

# Содержание

|   |    |
|---|----|
| Как родилась идея этой книги                    | 5  |
| Проблемы малого бизнеса и способы их<br>решения | 11 |
| Нет прибыли                                     | 14 |
| Нет продаж                                      | 15 |
| Конец ознакомительного фрагмента.               | 18 |

**Решение проблем  
малого бизнеса  
Практические  
рекомендации.  
Пошаговые инструкции.  
Скрипты продаж.  
Шаблоны документов**

**Елена Ланина**

© Елена Ланина, 2017

ISBN 978-5-4485-1084-7

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

# Как родилась идея этой книги

Приветствую Вас на страницах книги, уважаемый читатель!

Я практикующий бизнес-консультант. На обучающих программах «миллион за сто» и «миллиард за миллион» для собственников бизнеса я веду блок по выявлению зон потерь продаж и вот уже семь потоков бизнесменов прошли через мою проверку «тайным покупателем».

Я провожу диагностику компаний по своей методике, а затем как приглашенный спикер на занятии делюсь обратной связью с владельцами компаний. На основании полученных данных я отмечаю, каких продающих навыков не хватает менеджерам и что даст быстрый видимый результат, даю практические рекомендации по доработке бизнес-процессов и показываю, на что следует обратить особое внимание собственника для повышения конверсии продаж. Такой формат вызывает особый интерес.

Вместе с этим, регулярно общаясь с собственниками бизнеса, я постоянно встречаю одни и те же проблемы и вопросы о способах увеличить продажи. Каждый предприниматель строит свой бизнес, исходя из своей картины мира, используя свой опыт, руководствуясь своим мнением. Часто взрывному росту продаж способствует всего лишь взгляд на бизнес со стороны и рекомендации внедрить что-то, о чем

собственник может и слышал не раз, но не фокусировал на этом свое внимание.

Особенно востребованы среди собственников бизнеса и руководителей свежий взгляд со стороны на их бизнес, обратная связь глазами клиента, практические рекомендации, а также готовые пошаговые инструкции и шаблоны, которые значительно экономят время.

Теоретические рассуждения в наше время не работают.

Именно поэтому в основу этой книги я положила один из моих консалтинговых проектов, чтобы на конкретном практическом примере показать подробный ход развития компании и необходимые для этого действия.

В моей книге выделены основные проблемы малого бизнеса, переформулированы данные проблемы в задачи и представлены способы их решения. Как показывает практика, на выборочное решение каждой из этих задач необходимо, как правило, от несколько дней до двух-трех недель – на комплекс мероприятий для повышения среднего чека, на создание скриптов, на обучение сотрудников, на передачу технологии конкурсного найма, на критическую оценку рекламной кампании и разработку эффективной рекламы, на формирование нового клиентского потока путем проработки новых каналов продвижения.

Таким образом, при правильном комбинировании задач

и грамотном распределении действий для решения всего комплекса этих задач – нужно всего несколько недель системной проработки бизнес-процессов!

Объединяя решения каждой из этих задач в единую систему, была создана своеобразная «дорожная карта» развития компании малого бизнеса, при этом каждую из задач можно решать отдельно или в комплексе.

В книге приводится все для экономии времени собственника и руководителя: дается подробный перечень необходимых действий и представлено в общей сложности 37 шаблонов. В том числе в книге представлены готовые скрипты продаж, шаблоны таблиц, инструкции, анкеты, практические рекомендации по взаимодействию с клиентами и партнерами, образцы кадровой документации, схемы мотивации персонала и т. д.

Описание хода проекта подскажет вам, какие дополнительные шаги вы можете сделать для оптимизации бизнес-процессов, покажет логику процесса трансформации бизнеса.

На основании материалов приложений вы можете смоделировать необходимые для вас документы, почерпнуть идеи для обучения продающего персонала и адаптировать для своего бизнеса речевые модули и скрипты продаж.

Сейчас, когда успешно завершён тот проект, когда эффективность этих шагов многократно подтверждена други-

ми кейсами, когда есть готовый пошаговый план развития компании в комплекте со всеми инструкциями и шаблонами – я решила поделиться с собственниками бизнеса своими наработками. Чтобы вы могли внедрить у себя те идеи, которые подходят для вашей модели бизнеса и получить больше отдачи от вашего бизнеса.

Для лучшего эффекта книгу рекомендую читать не спеша с карандашом в руках для пометок на полях и с одновременным внесением плана действий в ежедневник.

Просто прочитать и узнать как этот проект реализовали у других ничего вам не даст, важно сделать эти же действия у себя в компании.

За каждой фразой стоят конкретные действия и всего одно предложение «оптимизировать можно логистику, закупку, расходы на рекламу, операционные расходы на содержание офиса, оплату труда сотрудникам» могут обернуться для вас недель работы и сотнями тысяч дополнительной прибыли. А фраза «обзвоните спящих клиентов» – принести дополнительные миллионы.

Если представленных примеров скриптов продаж покажется вам недостаточно или они будут сильно отличаться от вашей тематики, то вы можете обратиться на мой сайт [битая ссылка] <http://kpd-250.ru> и получить готовые комплекты скриптов для других сфер. В том числе скрипты



по строительству загородных домов, чип-тюнингу автомобилей, по продаже мягкой и корпусной мебели, дверей, натяжных потолков, гаражных ворот, оптовой продаже металлопроката, по комплексному снабжению объектов стройматериалами, по подписке на печатные издания и многим другим.

Дополнительно на моем сайте вы можете найти материалы по теме диагностики продаж – о том, как выявить зоны потерь продаж и точки роста бизнеса и по актуальной для многих теме как избавиться от страха холодных звонков и выстроить процесс холодного обзвона наиболее эффективным образом.

Если в ходе работы с книгой у вас возникнут вопросы – обращайтесь для индивидуальной консультации. Час-полтора, выделенные на общение по скайпу для проработки бизнес-процессов вашей компании могут обернуться кучей инсайтов для внедрения. Очень часто после такого общения собственник говорит, «почему же я раньше до этого не додумался, это же очевидно». И еще приятно видеть, как при этом загораются глаза и появляется заряд энергии.

Делитесь обратной связью. Я буду рада узнать, что мои наработки, представленные на сайте, были для вас полезны и эта книга помогла вам в увеличении продаж вашей компании.

Удачи вам в развитии бизнеса и больших продаж!

С уважением, Ланина Елена,  
руководитель Центра увеличения продаж КПД250.

# **Проблемы малого бизнеса и способы их решения**

Быть успешным владельцем малого бизнеса в России – задача не простая. С одной стороны налоги, сборы, требования государства, с другой – отсутствие знаний и опыта для грамотного развития бизнеса.

Как это часто бывает, владелец небольшой розничной точки – это специалист своего дела, который свою компетенцию либо хобби превращает в бизнес. Он хорошо разбирается в ассортименте товаров и начинает закупать не только для себя, но и на продажу. Или он раньше занимался продажами, работая по найму и решил работать на себя – всю внутреннюю кухню он знает и решает открыть свой бизнес.

Если бизнес-процессы при этом выстроены грамотно, то бизнес развивается, процветает, масштабируется.

Когда управленческих, экономических и маркетинговых знаний у владельца нет, не продумана стратегия – бизнес развивается бессистемно, является неуправляемым и беззащитным перед воздействиями внешних негативных причин окружающей действительности, которых всегда хватает в избытке.

В случае стихийного, хаотичного развития владелец часто всю операционную рутинную работу несет на себе, пер-

сонал подбирает с трудом и недостаточно квалифицированный, на решение стратегических и управленческих задач времени у владельца, как правило, не остается.

**Основная задача бизнеса – приносить максимальную прибыль владельцу**, но это понимание отсутствует у большого количества предпринимателей и часто заменяется погоней за объемами продаж. Если собственник не концентрирует свое внимание на максимизации прибыли, бизнес часто превращается в работу ради работы.

Основные проблемы собственников малого бизнеса: **нет прибыли, нет времени, нет продаж, нет клиентов, нет сотрудников, сотрудники не умеют продавать, сотрудники ленятся и не хотят работать, реклама не работает, скрипты не работают.**

Все эти проблемы отнимают массу энергии, создают ощущения преград, бессилия, замкнутого круга или тупика. Не понятно, как с ними справиться, особенно если не хватает знаний и практического опыта.

Если собственник глубоко погружен в пессимизм, долгое время работает в ситуации невозможности справиться с существующей проблемой, перегружен и измотан стрессами, то мышление очень сложно переключить в режим поиска решения и генерации новых идей. А для решения проблемной ситуации нужны именно новые действия, раз практика показала невозможность решить проблемную задачу с помощью

тех действий, которые уже применялись раньше.

Для того, чтобы найти решение, необходимо перестать заикливаться на проблеме, переформулировать проблему в задачу и проанализировать возможные способы решения. То есть перестать думать о том, что какого-то ресурса нет, а сконцентрироваться на вопросе, как сделать так, чтобы этот ресурс появился и что для этого конкретно необходимо.

Давайте рассмотрим эти проблемы предпринимателей подробнее, переформулируем проблемы в задачи и посмотрим, какие есть пути для трансформации компании и выхода на новый уровень.

# Нет прибыли

Под выражением «нет денег» предприниматели часто понимают «мало прибыли» или «нет прибыли», все съедают расходы. Прежде всего необходимо оптимизировать расходы, посмотреть от чего можно отказаться, за счет чего сэкономить, выявить причины кассовых разрывов.

Оптимизировать можно логистику, закупку, расходы на рекламу, операционные расходы на содержание офиса, оплату труда сотрудникам и так далее.

Далее сфокусируйте внимание на повышении маржинальности – можно увеличить наценку, прекратить предоставлять скидки, проработать ассортиментную матрицу и отказаться от невыгодных позиций прайс-листа, добавить выгодных позиций и сделать на них акцент.

Посмотрели от чего можно отказаться и за счет чего больше заработать – займитесь вплотную продажами. Пока не будет продаж – прибыль сама по себе ниоткуда не возьмется.

Есть пять ключевых показателей продаж: маржа, количество посетителей, конверсия в продажу, сумма среднего чека и частота покупок. Работа над увеличением каждого показателя приводит к получению большей отдачи от бизнеса. Подробнее пример работы над ключевыми показателями продаж смотрите в описании хода консалтингового проекта.

# Нет продаж

Эта проблема многогранная – ее наличие может говорить о том, что слабо выстроены бизнес-процессы, недостаточное количество каналов привлечения клиентов, плохо работают продающие сотрудники, отсутствует уникальное предложение у компании. Для розницы это может быть неудачное месторасположение или погода, не способствующая шоппингу. Как видите, причин отсутствия продаж может быть масса. Более точно способ решения этой проблемы выявляется при детальной диагностике продаж компании.

Неразрешимых ситуаций не бывает. Можно переехать в более выгодное и бойкое место для торговли, запустить новые каналы привлечения клиентов, сделать более заметной вывеску, создать выгодные информационные поводы для обзвона и реанимации старой клиентской базы, запустить партнерские продажи.

Иногда для увеличения продаж нужно доработать сайт интернет-магазина и совершить банальные действия по обеспечению удобного доступа в торговую точку: разместить указатели, поставить световое табло, включить музыку, обеспечить удобный проход через лужу или засыпать гравиом грязь в дождливую погоду.

Товары сезонного спроса вполне можно продавать в не сезон при правильном рекламном сообщении. На каждый то-

вар есть покупатель, важно уметь его найти и правильно предложить ему купить у вас.

Самая сложная ситуация с продажами в моей практике была при резком повышении курса доллара и евро. Стоимость приобретаемых за границей товаров для клиентов внезапно удвоилась и многие либо отказались, либо отложили приобретение, либо стали искать возможные аналоги по той цене, которую покупатели были психологически готовы заплатить.

Именно такая ситуация произошла во время консалтингового проекта, который положен в основу этой книги. Здесь важно было максимально сократить расходы, продолжать взаимодействие с клиентами по достигнутым договоренностям и при этом дать клиентам время на психологическую адаптацию к новому курсу валют, выходить на новые каналы привлечения клиентов при резком снижении спроса, с массовых продаж через интернет перестроиться на предложение для селебрити, vip-персон и тех, кто привык к премиум-качеству и приобретает в лакшери-сегменте.

Решение продолжить наш проект в условиях резкого скачка курса валют и падения спроса было очень непростым для собственника, но мы выполнили намеченный объем действий по проработке бизнес-процессов в компании. В итоге делать выводы о приросте продаж по окончании проекта мы не стали – это было некорректно, зато рекомендация развивать партнерские продажи вместо открытия еще



одной розничной точки с расходами на ремонт, обустройство, найм персонала, закупку дорогостоящих импортных товаров для экспозиции помогла сэкономить много миллионов собственнику бизнеса. Мы проработали вопросы конверсии продаж, создали дополнительные профессиональные инструменты продаж, оптимизировали расходы на рекламу и сделали ее более эффективной – все это принесло свой результат.

# Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.