



команда роста на аутсорсе
для системного улучшения ключевых метрик

Шаблон плейбука продаж для масштабирования

Систематизируйте процесс продаж, сделайте его воспроизводимым и менее зависимым от 'звездных' продавцов.

Общая информация

Название компании	[Ваше название компании]
Миссия продаж	[Четкое и краткое изложение цели вашего отдела продаж]
Целевая аудитория (ICP)	[Краткое описание вашей основной целевой аудитории]

Портрет идеального клиента (ICP)

☐ Демографические данные

Возраст, пол, образование, доход, местоположение, должность, отрасль (например, 'Женщины от 18 до 50 лет с достатком выше среднего', 'Вице-президент по продажам в организации с годовым доходом > 1 млн долларов')

☐ Боли и проблемы

Какие проблемы ваш продукт/услуга решает для клиента? (Например, 'высокая текучесть кадров из-за плохой подготовки', 'нехватка времени на рутинные операции')

☐ Цели и желания

Чего хочет достичь клиент? Какие его амбиции? (Например, 'увеличить прибыль', 'сократить издержки', 'повысить эффективность команды')

☐ Критерии принятия решений

Что важно для клиента при выборе решения? (Цена, качество, скорость, надежность, репутация, поддержка)

☐ Частые возражения

Какие типичные возражения возникают у этого типа клиентов? (Например, 'дорого', 'уже используем другое решение', 'нет времени')

Продукт/Услуга

Основные характеристики и преимущества	[Список ключевых особенностей вашего продукта и выгоды, которые они приносят клиенту]
Уникальное торговое предложение (УТП)	[Что делает ваш продукт/услугу уникальным и почему клиент должен выбрать именно вас?]
Примеры использования (кейсы)	[Краткие описания успешных проектов или сценариев использования продукта с указанием достигнутых результатов]

Процесс продаж (воронка)

Этап воронки	Действия на этапе	Критерии перехода на следующий этап	KPI для этапа
Лид	Первичное касание, квалификация	Согласие на дальнейшее общение, соответствие ICP	Количество квалифицированных лидов, время от касания до квалификации
Квалификация	Выявление потребностей, проблем, бюджета, сроков	Подтверждение соответствия ICP, наличие потребности, бюджета, сроков	Конверсия из лида в квалифицированного лида
Презентация	Демонстрация продукта/услуги, решение проблем клиента	Понимание клиентом ценности, заинтересованность в предложении	Количество проведенных презентаций, конверсия из квалифицированного лида в презентацию
Переговоры	Обсуждение условий, ценообразования, отработка возражений	Согласование условий, получение подтверждения о готовности к сделке	Количество переговоров, средний цикл сделки
Закрытие	Подписание договора, оплата	Подписанный договор, поступление оплаты	Количество закрытых сделок, средний чек, конверсия из переговоров в закрытие

Коммуникация с клиентом

Эффективная коммуникация — ключ к успешным продажам. Ниже представлены шаблоны и скрипты для различных этапов взаимодействия с клиентом. Адаптируйте их под свою специфику и постоянно улучшайте на основе обратной связи и результатов.

Скрипты холодных звонков:

- * Цель: Заинтересовать клиента, назначить встречу/демонстрацию.
- * Структура: Приветствие -> Представление -> Краткое УТП/боль -> Вопрос для вовлечения -> Предложение следующего шага.
- * Пример: 'Добрый день, [Имя клиента]. Меня зовут [Ваше имя], компания [Название компании]. Мы помогаем [Тип клиентов] [Решить проблему/Достичь цели]. Вам было бы интересно узнать, как мы можем [конкретная выгода]?'

Шаблоны писем:

- * Первое касание: Краткое, персонализированное письмо с предложением ценности и призывом к действию.
- * Follow-up после звонка/встречи: Напоминание о договоренностях, резюме обсуждения, следующий шаг.
- * Предложение: Детальное описание решения, ценообразование, условия, преимущества.

Скрипты для презентаций:

- * Цель: Продемонстрировать ценность продукта, ответить на вопросы, снять возражения.
- * Структура: Введение -> Выявление потребностей (повторно) -> Демонстрация решения (фокус на болях клиента) -> Кейсы/примеры -> Вопросы и ответы -> Следующие шаги.

Ответы на частые возражения:

- * 'Дорого': 'Я понимаю, что цена важна. Позвольте мне показать, как наши инвестиции окупаются за счет [конкретные выгоды, ROI].' / 'С чем вы сравниваете?'
- * 'Уже работаем с конкурентами': 'Отлично, что вы уже решаете эту задачу. А что вам нравится/не нравится в текущем решении? Возможно, мы могли бы предложить [уникальное

преимущество].'

* 'Нет времени': 'Я ценю ваше время. Могу я задать пару быстрых вопросов, чтобы понять, есть ли смысл в дальнейшем общении? Это займет не более 2 минут.'

Инструменты и ресурсы

☐ Используемые CRM-системы

Например, 'Битрикс24', 'АмоCRM' (для B2C, B2B продаж), 'Salesforce'. Укажите основные функции, которые используются.

☐ База знаний

Где хранится информация о продукте, процессах, скриптах? (Например, 'Notion', 'Confluence', корпоративный портал в CRM)

☐ Маркетинговые материалы

Презентации, брошюры, видео, кейсы, исследования. Укажите, где они доступны.

Обучение и развитие

☐ Программа адаптации нового менеджера

Пошаговый план онбординга: изучение продукта, CRM, скриптов, работа с наставником, первые звонки/встречи.

☐ Материалы для повышения квалификации

Список рекомендуемых книг, курсов, тренингов, внутренних вебинаров. Например, 'методология Scaling Up Верна Харниша', 'HADI-циклы для быстрых экспериментов'.

Больше интересного в нашем блоге

развивайте бизнес-мышление с нашими исследованиями



Получить пользу

