

СИНЕРГИЯ

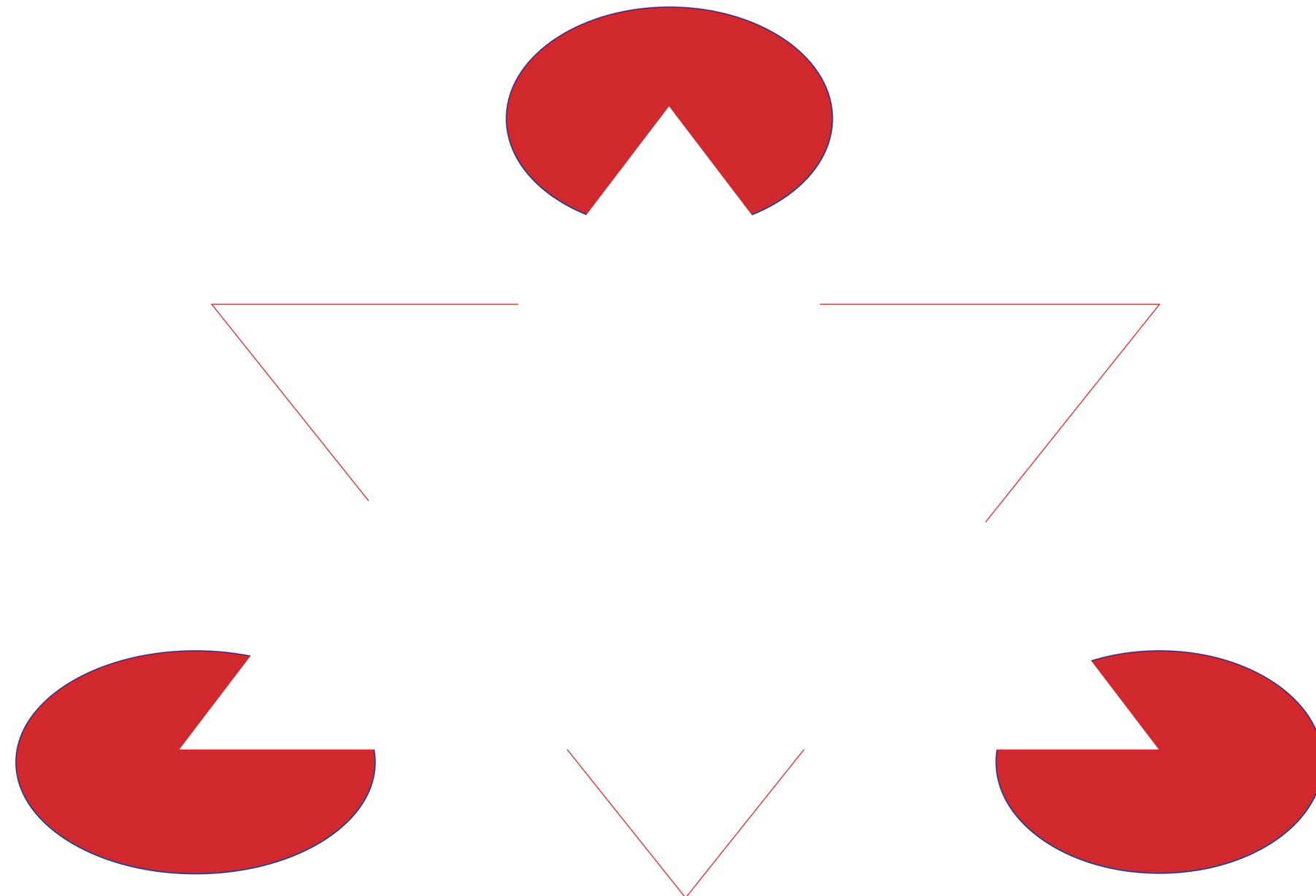
ОТДЕЛА ПРОДАЖ И МАРКЕТИНГА

MEN

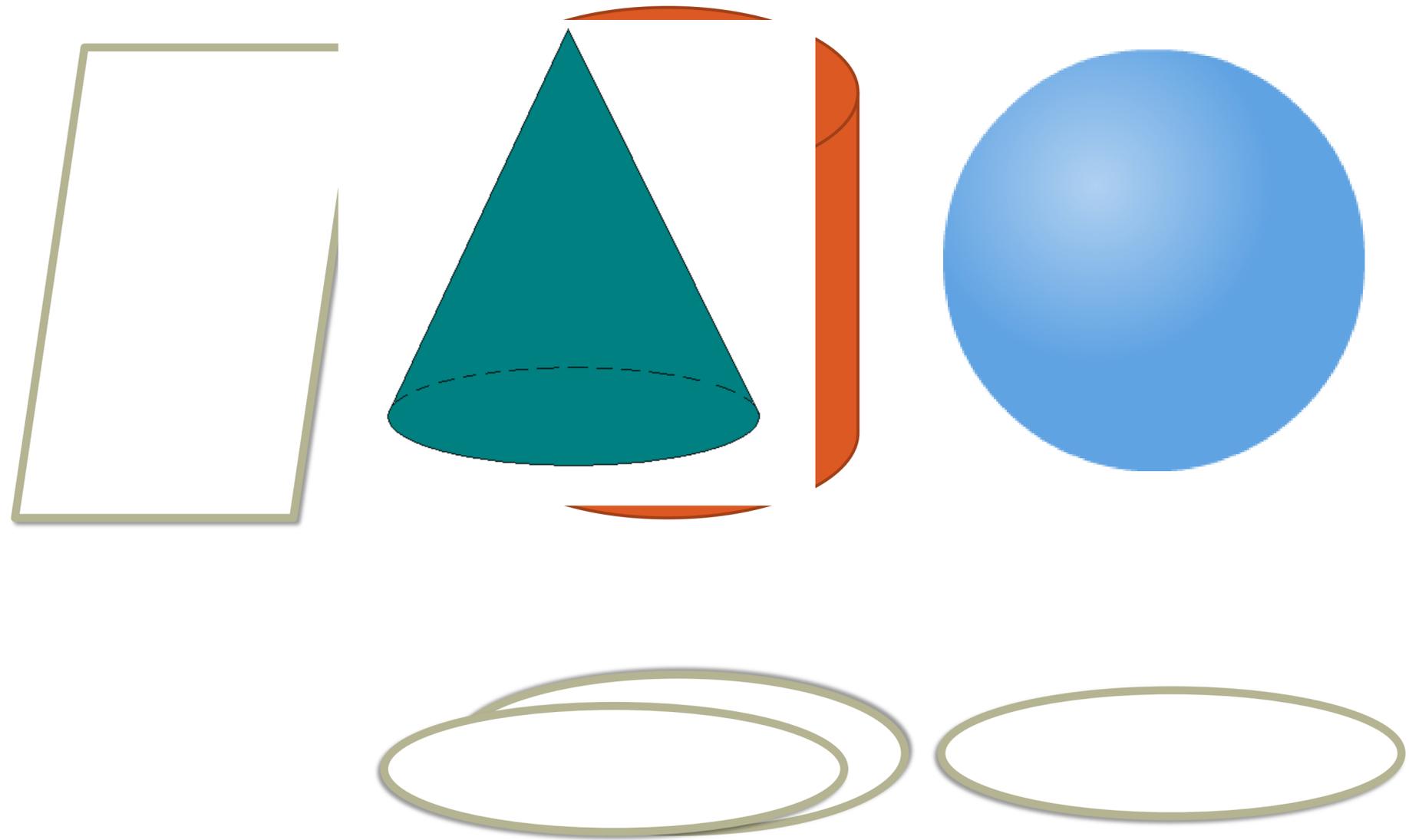
КТО Я

- **Маркетолог-аналитик, социолог более 20 лет;**
- **Преподаю более 15 лет;**
- **Консультирую по вопросам внедрения изменений в бизнес более 13 лет;**
- **Бизнес-тренер более 10 лет;**
- **Инвестор с 37 лет;**
- **Работаю в сфере консалтинга с 1998 года;**

ТРЕУГОЛЬНИК КАНИЖА



Многое в одном. Одно во многом



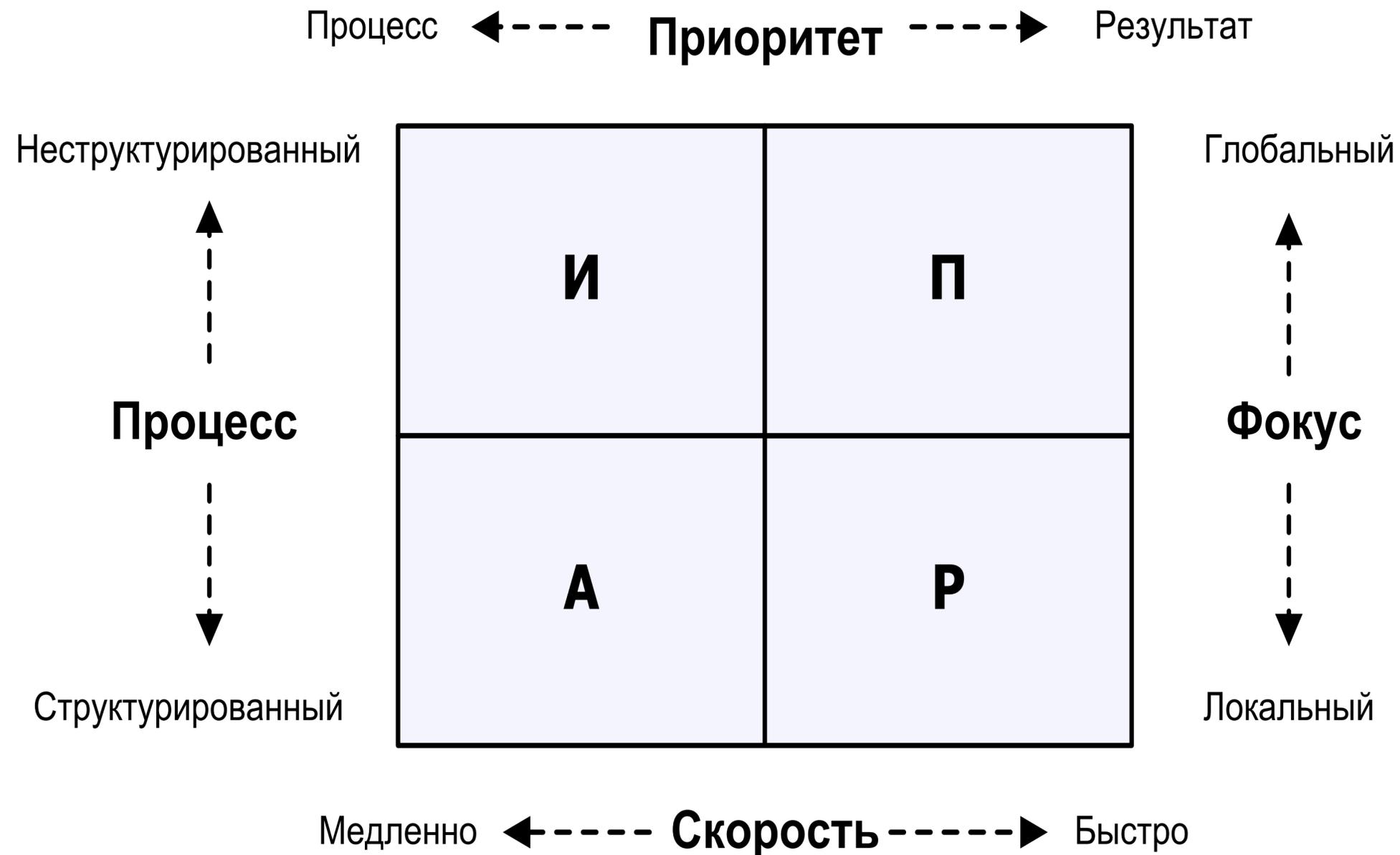
ПРИМЕР:
ОПИСАНИЕ ОБЪЕКТОВ ПО ЧАСТЯМ

Локальные улучшения!

**ОДНА ИЗ ГЛАВНЫХ И НЕЗАМЕТНЫХ
ПРОБЛЕМ**

M2N

В ЧЁМ ОТЛИЧИЕ МАРКЕТОЛОГА ОТ ПРОДАЖНИКА?



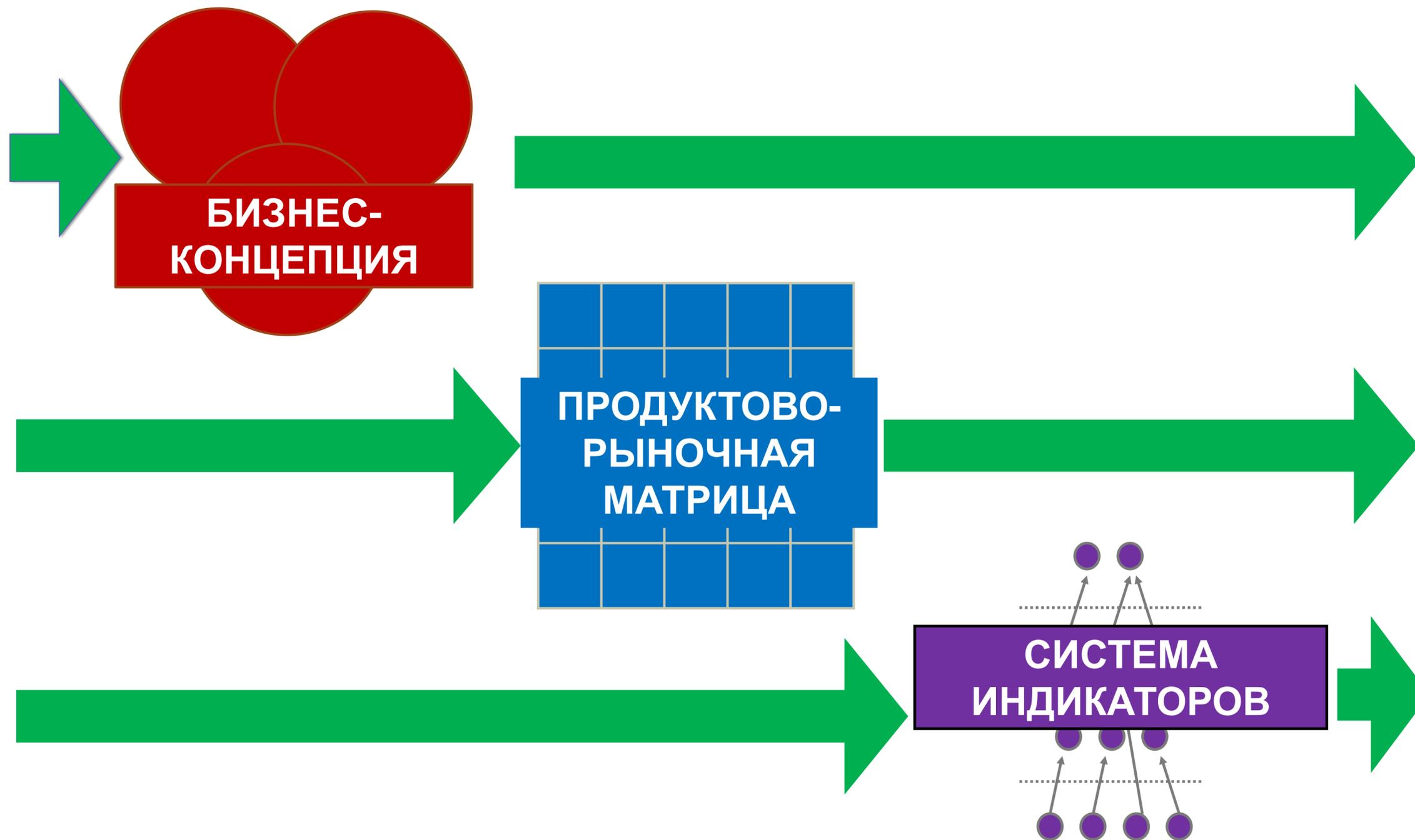
Р (Producer) – Производитель

А (Administrator) – Администратор

Е (Entrepreneur) - Предприниматель

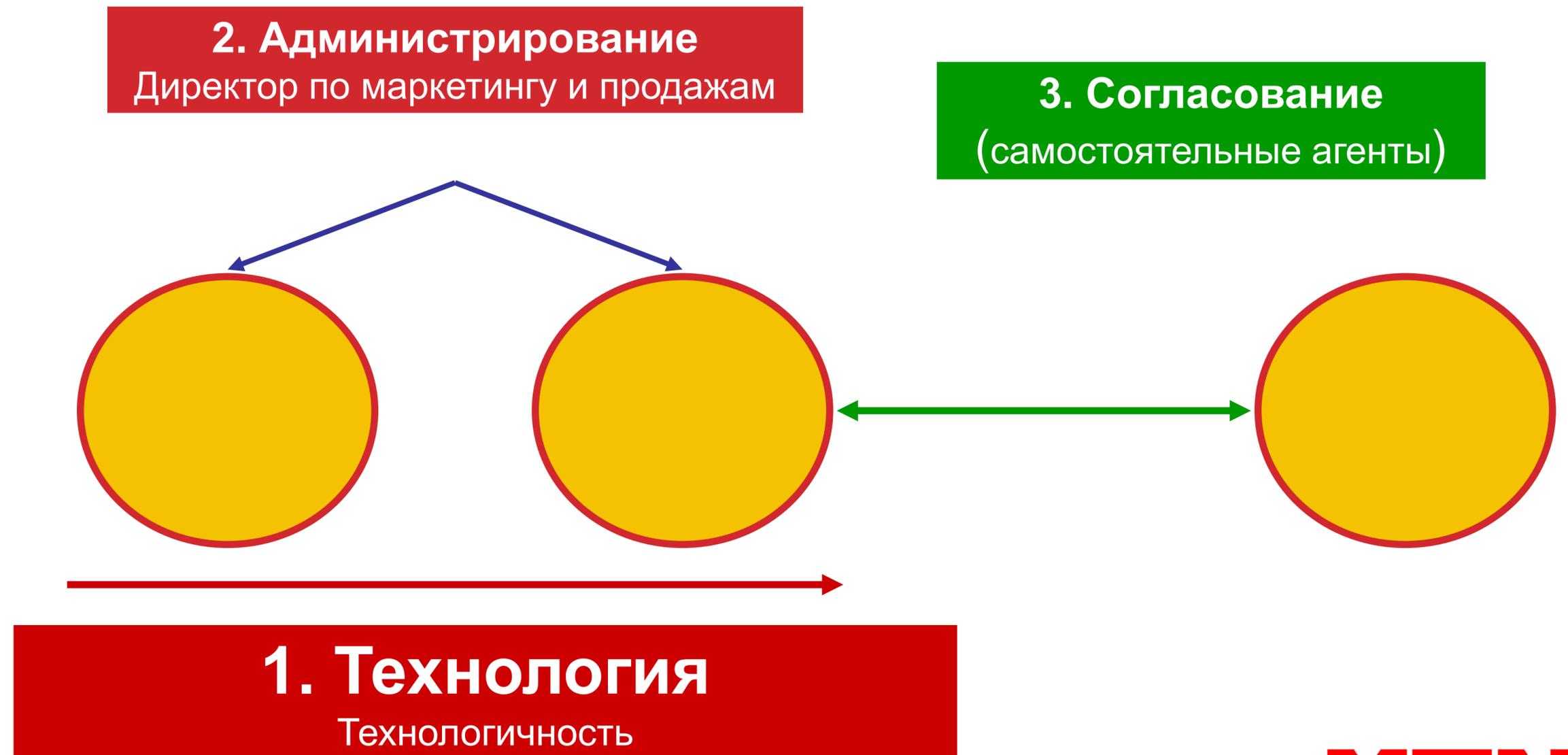
И (Integrator) - Интегратор

ЦЕЛОСТНОСТЬ И ЦЕЛЬ



Что делать?

КАКОЙ СПОСОБ КООРДИНАЦИИ ЛУЧШЕ?



Нетехнологичный маркетинг и продажи
отнимают слишком много времени

...и создают чувство усталости

M2N

ТЕХНОЛОГИЯ МАРКЕТИНГА



ТЕХНОЛОГИЯ ПРОДАЖ



ТЕХНОЛОГИЯ ИСПОЛНЕНИЯ ОБЕЩАНИЙ



ИЗМЕРЯЙТЕ РАБОТУ И РЕЗУЛЬТАТЫ



Культ КАРГО (поклонение грузу), или религия самолётопоклонников. Меланезийцы делают все, как белые люди, и свято верят, что дары небес вернутся.

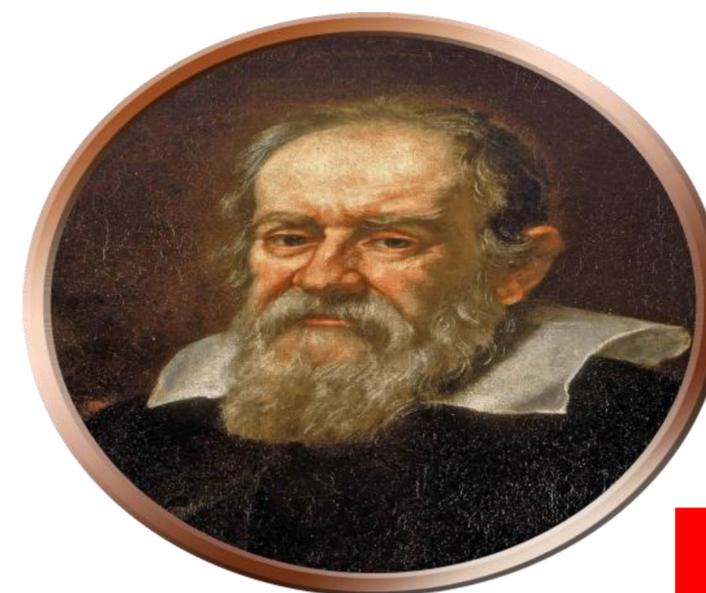
Главный принцип - не дурачить самого себя!

Р. Фейман

Измерение в продажах – сравнение с эталоном, целевым нормативом установленным перед сотрудником или системой продаж

Измеряй все, что можно измерить, и делай измеримым то, что не поддается измерению.

(Галилео Галилей)



M2N

ЗАЧЕМ ВАМ ВИЗУАЛИЗАЦИЯ?

- 1. Сосредоточенность на положительном результате;**
- 2. Напоминание того, чего Вы уже достигли;**
- 3. Последовательность и дисциплина мысли;**
- 4. Объективность и единые критерии оценки;**
- 5. Понимание сути и исследование идей;**
- 6. Повышение эффективности коммуникаций;**
- 7. Азарт!**

Пример информации по продажам

| Клиенты Сегменты | Область работы | | | | | Область РЕЗУЛЬТАТОВ | | | В Ы Р У Ч К А |
|------------------------|--------------------|-----------------|--------------------|------------------|----------------|---------------------|-------------------|---------|---------------------------------|
| | Идентифицированные | Информированные | Проявившие интерес | Заинтересованные | Предпочитающие | Купившие | Повторно купившие | Золотые | |
| | К1___ | К2___ | К3___ | К4___ | К5___ | | | | |
| 1. | план | | | | | | | | |
| | факт | | | | | | | | |
| 2. | | | | | | | | | |
| 3. | | | | | | | | | |
| 4. | | | | | | | | | |
| 5. | | | | | | | | | |
| Итого по сегментам | | | | | | | | | |
| Частота предоставления | | | | | | | | | |



Различные визуализации и их возможности.

ТУРНИРНАЯ ТАБЛИЦА

| Август, 12 | Симонов Е.А. | | | | | | Банникова Ж.А. | | | | | | Науменко И.В. | | | | | | Всего: |
|--|----------------|-----|-----|----|--------|--------|----------------|-----|-----|----|--------|--------|---------------|-----|-----|----|--------|--------|--------|
| | I | II | III | IV | V | итого: | I | II | III | IV | V | итого: | I | II | III | IV | V | итого: | |
| ОКАЗАНО КОНСУЛЬТАЦИЙ ВСЕГО (шт.): | 1 | 2 | | | | | 3 | 2 | | | | | 1 | 2 | | | | | |
| В Т.Ч. ПО В.Д.К.П. (шт.): | 1 | 1 | | | | | 1 | 2 | | | | | 1 | 2 | | | | | |
| ПРИНЯТО ПАКЕТОВ ДОКУМЕНТОВ ПО В.Д.К.П. (шт.): | — | 1 | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| ЗАКЛЮЧЕНО КРЕДИТНЫХ ДОГОВОРОВ ПО В.Д.К.П. (шт.): | — | 1 | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| ВЫДАНО КРЕДИТОВ ПО В.Д.К.П. (шт.): | — | 1 | | | | | 1 | | | | | | 1 | | | | | | |
| ВЫДАНО КРЕДИТОВ ПО В.Д.К.П. (т.р.): | — | 51 | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| ВЫДАНО КРЕДИТОВ ПО П.В.К.П. (шт.): | 1 | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| ВЫДАНО КРЕДИТОВ ПО П.В.К.П. (т.р.): | 1500 | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Август, 12 | Ситникова Е.А. | | | | | | Ситникова Е.А. | | | | | | Ралева И.С. | | | | | | Всего: |
| I | II | III | IV | V | итого: | I | II | III | IV | V | итого: | I | II | III | IV | V | итого: | | |
| ОКАЗАНО КОНСУЛЬТАЦИЙ ВСЕГО (шт.): | 1 | 4 | ☀ | ☀ | ☀ | ☀ | 1 | 1 | | | | | 1 | 2 | | | | | |
| В Т.Ч. ПО В.Д.К.П. (шт.): | 1 | 4 | ☀ | ☀ | ☀ | ☀ | | | | | | | | | | | | | |
| ПРИНЯТО ПАКЕТОВ ДОКУМЕНТОВ ПО В.Д.К.П. (шт.): | — | | ☀ | ☀ | ☀ | ☀ | | | | | | | | | | | | | |
| ЗАКЛЮЧЕНО КРЕДИТНЫХ ДОГОВОРОВ ПО В.Д.К.П. (шт.): | | | ☀ | ☀ | ☀ | ☀ | | | | | | | | | | | | | |
| ВЫДАНО КРЕДИТОВ ПО В.Д.К.П. (шт.): | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| ВЫДАНО КРЕДИТОВ ПО В.Д.К.П. (т.р.): | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| ВЫДАНО КРЕДИТОВ ПО П.В.К.П. (шт.): | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| ВЫДАНО КРЕДИТОВ ПО П.В.К.П. (т.р.): | | | ☀ | ☀ | ☀ | ☀ | | | | | | | | | | | | | |

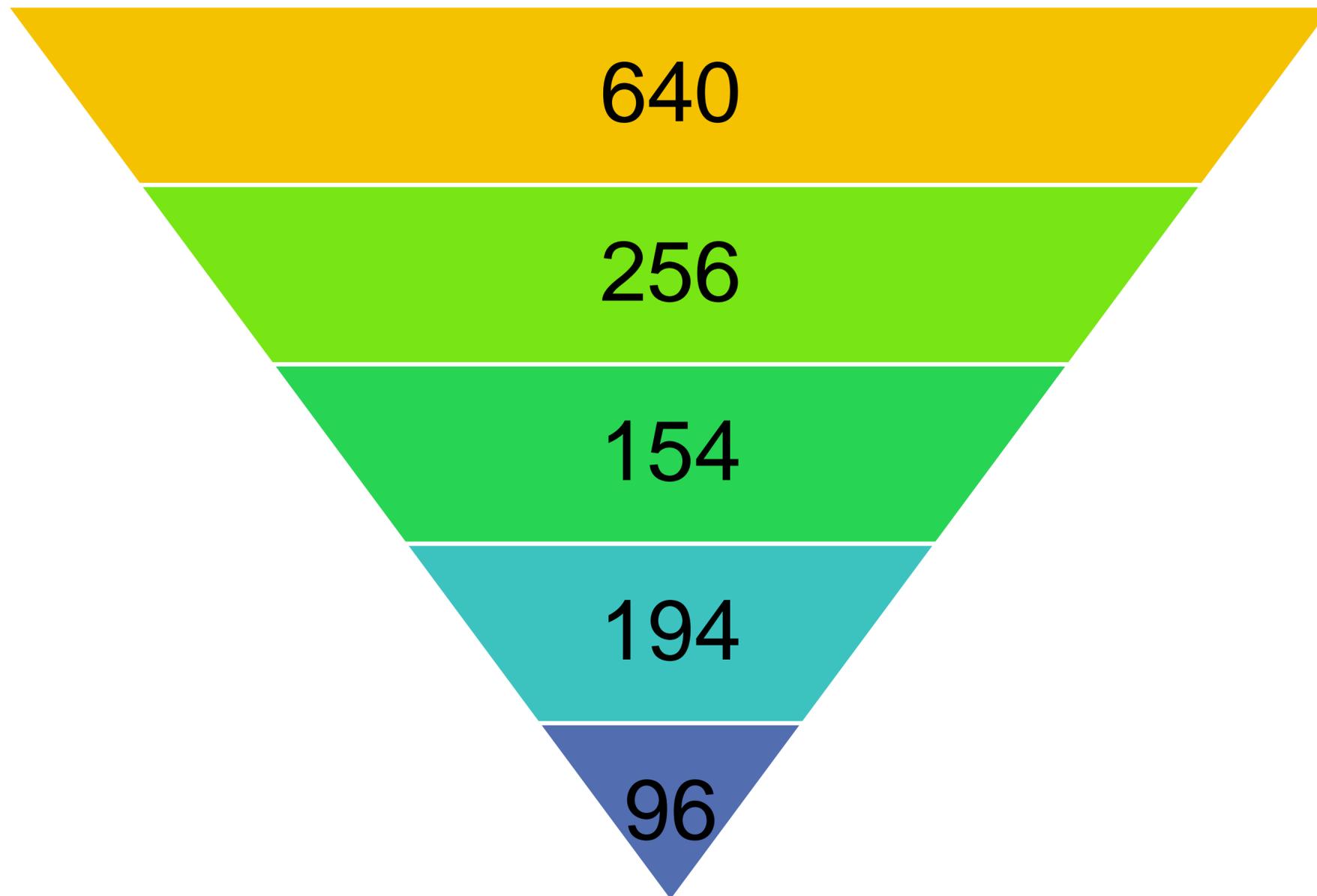
Достижения отображаются по всем сотрудникам, позволяя вести здоровое соперничество.

Таблица четко отображает ситуацию с достижениями по разным направлениям деятельности, различным продуктам.

Отображается только одна неделя. Ретроспектива возможна, но только в пределах недели

Сухой, формальный подход к визуализации. Сотрудники не вовлечены в процесс.

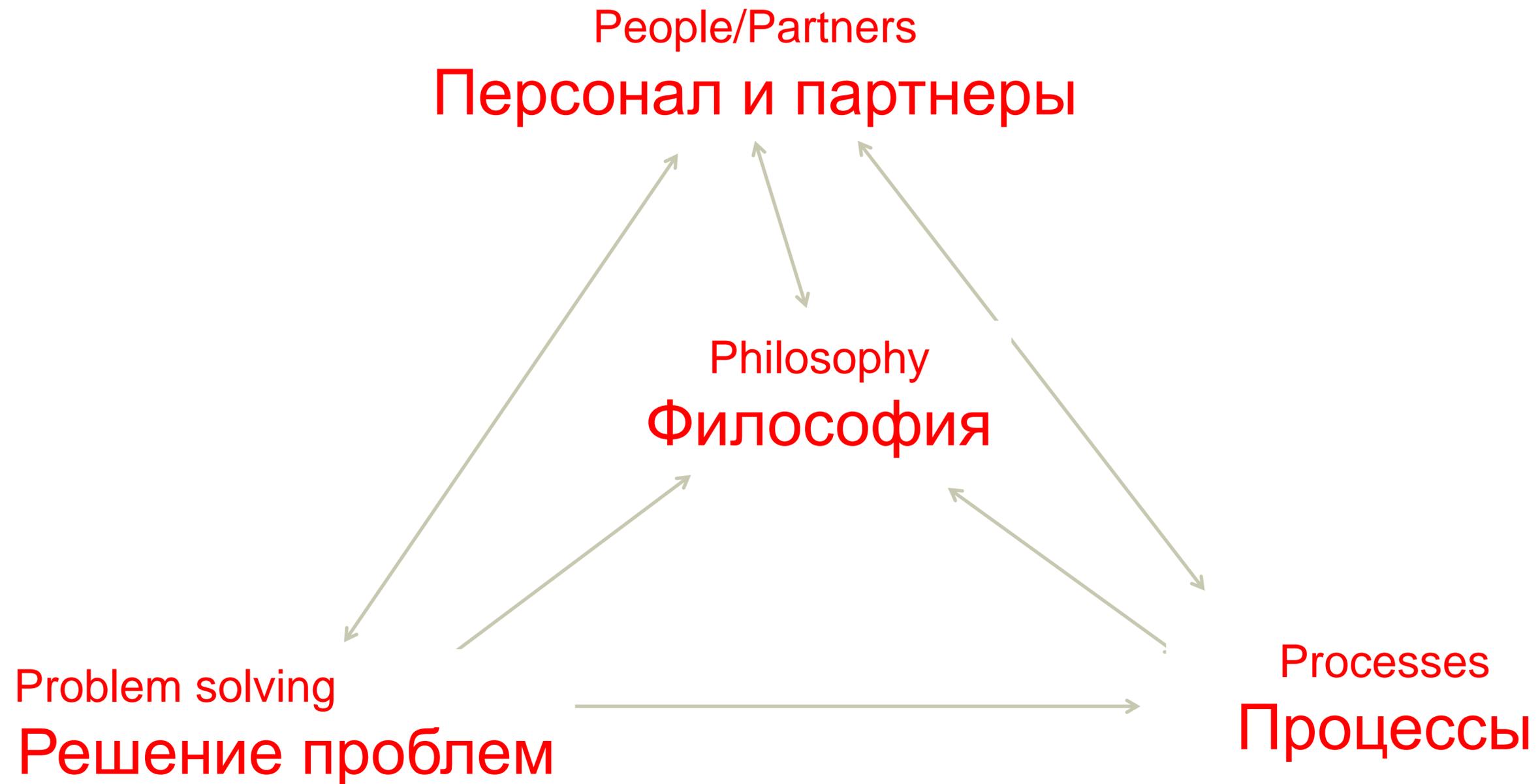
ВИЗУАЛИЗАЦИЯ ПЛАНОВ И ФАКТОВ НА НЕДЕЛЮ



ЗВОНКИ
ПОКАЗЫ
ВСТРЕЧИ
БРОНИ
СДЕЛКИ

| ФИО менеджера Дата | 17.08 (пн) | | | | | 18.08 (вт) | | | | | 19.08 (ср) | | | | | 20.08 (чт) | | | | | 21.08 (пт) | | | | | 22.08 (сб) | | | | | | | | | |
|-----------------------|-------------------|----------|----------|----------|------------|----------------------|-----------|-----------|----------|-----------------|----------------------|----|-------|--------|------------|------------|----|-------|--------|------------|------------|----|-------|--------|------------|------------|----|-------|--------|------------|---|---|---|---|-------|
| | ПЗ | ПП | Брони | Заявки | З. договор | ПЗ | ПП | Брони | Заявки | З. договор | ПЗ | ПП | Брони | Заявки | З. договор | ПЗ | ПП | Брони | Заявки | З. договор | ПЗ | ПП | Брони | Заявки | З. договор | ПЗ | ПП | Брони | Заявки | З. договор | | | | | |
| Спиридонова Анастасия | 4 | 3 | 2 | 2 | 3 мин | 4 | 3 | 2 | 2 | 3 мин | 4 | 3 | 2 | 2 | 3 мин | 4 | 3 | 2 | 1 | 3 мин | 4 | 3 | 2 | 2 | 3 мин | | | | | | | | | | |
| Жукова Алина | 5 | 4 | 3 | 2 | 3 мин | 5 | 4 | 3 | 2 | 3 мин | 5 | 4 | 3 | 2 | 3 мин | 5 | 4 | 3 | 2 | 3 мин | 5 | 4 | 3 | 2 | 3 мин | 5 | 4 | 3 | 2 | 3 мин | | | | | |
| Гайфуллина Гульнара | 4 | 3 | 2 | 2 | 4 мин | 4 | 3 | 2 | 2 | 4 мин | 4 | 3 | 2 | 2 | 4 мин | 4 | 3 | 2 | 2 | 4 мин | 4 | 3 | 2 | 2 | 4 мин | 4 | 3 | 2 | 2 | 4 мин | 4 | 3 | 2 | 2 | 4 мин |
| Устюгова Нина | 5 | 3 | 3 | 2 | 5000 ТР | 5 | 3 | 3 | 2 | 5000 ТР | 5 | 3 | 3 | 2 | 5000 ТР | 5 | 3 | 3 | 2 | 5000 ТР | 5 | 3 | 3 | 2 | 5000 ТР | 5 | 3 | 3 | 2 | 5000 ТР | | | | | |
| Клещенкова Алёна | 4 | 3 | 2 | 1 | 3 мин | 4 | 2 | 2 | 1 | 3 мин | 4 | 2 | 2 | 1 | 3 мин | 4 | 2 | 2 | 1 | 3 мин | 4 | 2 | 2 | 1 | 3 мин | 4 | 2 | 2 | 1 | 3 мин | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 мин |
| Паршина Наталья | 4 | 3 | 2 | 1 | 3500 ТР | 4 | 3 | 2 | 1 | 3500 ТР | 4 | 3 | 2 | 1 | 3500 ТР | 4 | 3 | 2 | 1 | 3500 ТР | 4 | 3 | 2 | 1 | 3500 ТР | 4 | 3 | 2 | 1 | 3500 ТР | | | | | |
| Журавель Тимофей | 7 | - | - | - | | 4 | 2 | 2 | 1 | | 4 | - | - | - | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| ИТОГО: | 17 | 3 | 5 | 6 | | 24 | 11 | 12 | 1 | 11745 ТР | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| \$ Спиридонова А. | 10.227.060 | | | | | 12.705.619,54 | | | | | 14.667.619,54 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| \$ Жукова А. | 8.893.500 | | | | | 8.893.500 | | | | | 8.893.500 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| \$ Гайфуллина Г. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| \$ Устюгова Н. | 11.415.000 | | | | | 11.415.000 | | | | | 11.415.000 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| \$ Клещенкова А. | 6.908.100 | | | | | 8.115.100 | | | | | 8.115.100 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| \$ Паршина Н. | 1.530.000 | | | | | 1.530.000 | | | | | 3.342.000 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| \$ Журавель Т. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| \$ Гоглачева А. | 8.020.000 | | | | | 8.020.000 | | | | | 8.020.000 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| \$ ИТОГО: | 47.726.160 | | | | | 51.411.719,54 | | | | | 57.685.719,54 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| ЗВОНКИ 30% ДОГОВОРЫ | 12% | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| ЗВОНКИ 75% ВСТРЕЧИ | 63% | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| ЗВОНКИ 50% БРОНИ | 80% | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| БРОНИ 75% ДОГОВОРЫ | 16% | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

СИСТЕМА 4Р
(КОМПАНИЯ ТОУОТА)



ФИЛОСОФИЯ

Принимай решения с учетом **долгосрочной перспективы**, даже в ущерб краткосрочным финансовым целям.



завтра
в этом году

и через десять лет!



ПЕРСОНАЛ И ПАРТНЕРЫ

Воспитывай лидеров, которые
досконально знают свое дело, исповедуют философию
компании и могут научить этому других

Воспитывай незаурядных людей и формируй команды,
исповедующие философию компании

Уважай своих партнеров и поставщиков,
ставь перед ними трудные задачи и помогай им
совершенствоваться



M2N

РЕШЕНИЕ ПРОБЛЕМ

Чтобы разобраться в ситуации, надо увидеть все своими глазами (генти генбуцу)

Принимай решение не торопясь, на основе консенсуса, взвесив все возможные варианты; внедряя его, не медли (немаваси)

Станьте обучающейся организацией за счет неустанного самоанализа (хансей) и непрерывного совершенствования (кайдзен)

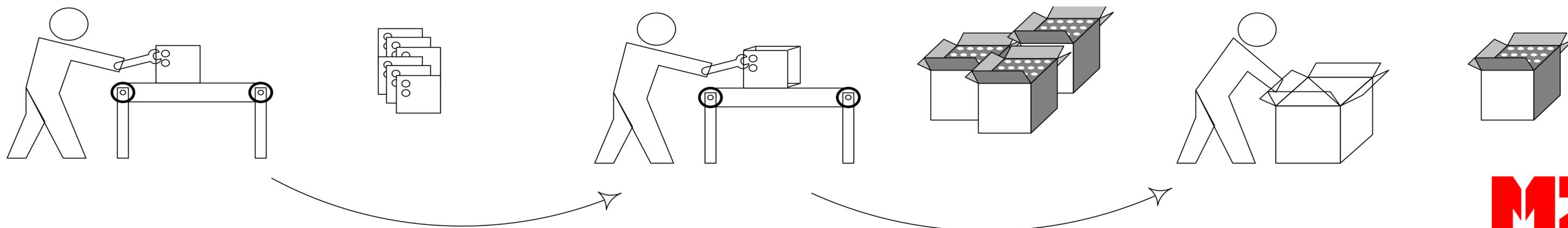


ПРОЦЕССЫ

Процесс в виде **непрерывного потока** способствует выявлению проблем

Используй систему **ВЫТЯГИВАНИЯ**, чтобы избежать перепроизводства

Выравнивай объем работ (хейдзунка)



ПРОЦЕССЫ



Сделай остановку производства с целью решения проблем частью производственной культуры, если того требует качество

Стандартные задачи – основа непрерывного совершенствования и делегирования полномочий сотрудникам

Используй визуальный контроль, чтобы ни одна проблема не осталась незамеченной

Используй только надежную, испытанную технологию



ПРАВИЛА РАБОТЫ

Совместная работа предполагает соблюдение определенных правил поведения, как со стороны руководителя, так и со стороны подчиненных

| Для РУКОВОДИТЕЛЯ | | Для СОТРУДНИКА |
|------------------|---|--|
| 1. | Посвящать свое время и свои мысли работе | Ценить время своего руководителя |
| 2. | Признавать <u>право на ошибку</u> | <u>Сигнализировать</u> о своих ошибках, признавать их |
| 3. | Привлекать своих сотрудников к принятию <u>основных решений</u> | Обязательно <u>высказывать свое мнение</u> (ДО) Дисциплина при выполнении (ПОСЛЕ) |
| 4. | <u>Не вмешиваться</u> в порученные сферы деятельности | <u>Немедленно информировать</u> о трудностях, а так же о работе отдела |
| 5. | <u>Нести ответственность</u> за деятельность своих сотрудников | Принимать ответственность за результат на себя |
| 6. | <u>Помогать</u> своим сотрудникам, побуждая их думать, <u>самостоятельно принимать решение</u> во всех случаях, когда это возможно. | Быть заинтересованным в своей деятельности. Своевременно информировать руководителя о результатах |

ЧТО ТАКОЕ КОМАНДА?

ГРУППА СТАНОВИТСЯ КОМАНДОЙ, КОГДА:

1.СУЩЕСТВУЮТ ОБЩИЕ ЦЕЛИ ДЛЯ ВСЕХ УЧАСТНИКОВ ЭТОГО КОЛЛЕКТИВА.

2.КАЖДЫЙ УЧАСТНИК КОМАНДЫ ИГРАЕТ СВОЮ РОЛЬ В ДОСТИЖЕНИИ ЭТИХ ЦЕЛЕЙ.

3.ВСЕ УЧАСТНИКИ КОМАНДЫ ДОПОЛНЯЮТ ДРУГ ДРУГА.

4.КАЖДЫЙ САМ СЛЕДИТ ЗА СВОЕЙ ДИСЦИПЛИНОЙ.

5.МЕЖДУ ВСЕМИ УЧАСТНИКАМИ КОМАНДЫ СУЩЕСТВЕННА СВОБОДА:

- САМОВЫРАЖЕНИЯ
- ПРОЯВЛЕНИЯ ИНИЦИАТИВЫ
- ВЛИЯНИЯ В ГРУППЕ

6.ВЗАИМООТНОШЕНИЯ МЕЖДУ УЧАСТНИКАМИ КОМАНДЫ ИМЕЮТ СЛЕДУЮЩИЕ КАЧЕСТВА:

- ВЗАИМНОЕ УВАЖЕНИЕ
- ПРАВО НА СОБСТВЕННОЕ МНЕНИЕ И ИДЕИ
- УВАЖИТЕЛЬНОЕ ОТНОШЕНИЕ К ЛИЧНОСТИ
- СОТРУДНИЧЕСТВО

7.КАЖДЫЙ УЧАСТНИК КОМАНДЫ РАЗВИВАЕТ СВОЮ КВАЛИФИКАЦИЮ И УЛУЧШАЕТ ПОВЕДЕНИЕ.



ФАКТОРЫ СИНЕРГИИ

- 1. Деловые и личные качества руководителей**
- 2. Выстроенные бизнес-процессы**
- 3. Квалифицированный персонал**

Основные факторы определяются культурой компании

ПОРА ДЕЙСТВОВАТЬ

- 1. Научите команду говорить на языке решений и регулярных малых улучшений**
- 2. Ежедневно ведите визуализацию воронок продаж и маркетинга – ищите точки роста**
- 3. Начинайте день с совместной зарядки и целеполагания**
- 4. Внедрите тайм-менеджмент и планы ликвидации**
- 5. Создайте общий Action Plan по маркетингу и продажам**
- 6. Опишите бизнес-процесс работы с клиентами и раз в квартал его улучшайте**
- 7. Создайте книгу успеха (лучших практик) маркетинга и продаж**
- 8. Проводите совместные тренировки, прослушивания и мозговые штурмы**
- 9. Ловите людей на хорошем: ежедневно, еженедельно, ежемесячно...**
- 10. Письменно подводите итоги:**

что мы сделали? что мы сделали хорошо? что мы сделаем по-другому?

**Искренне Ваш,
Мурат
Нурпеисов!**

www.nurpeisov.ru

8 (982) 778-99-99

MURAT NURPEISOV



You Tube