



Мистецтво презентації

ЗМІСТ

- Розділ 1. План і процес презентації
- Розділ 2. Важкі питання
- Розділ 3. Система складання пропозиції

Питання до розгляду у цьому відео:

- ◆ Написання презентації: форма настільки ж важлива як і те, що ми будемо розповідати
- ◆ Хороші продавці вміють уважно слухати
- ◆ Продаж рішення, а не товару чи послуги
- ◆ Як правильно поставити питання
- ◆ Чому так важлива радикальна щирість

Розділ 1. План і процес презентації

Кожна презентація - це виступ на чотири акти:

1 Вступ і представлення цілей зустрічі

2 Розуміння потреб і прагнення до порозуміння

3 Підсумування та підтвердження

4 Завершення з чітким розумінням того, що все вдалось досягнути



До презентації потрібно готуватись!

Вступ і представлення цілей зустрічі

Ціль	→	Варто подякувати за час та увагу і перейти до цілей зустрічі, та вигоди, які вона принесе.
Тема	→	Розповісти про теми, які будуть обговорюватись.
Внесок	→	Уточнити чи хоче клієнт щось додати і що для нього найважливіше.
Перехід	→	Перехід до “представлення позиції”.

Вступ і представлення цілей зустрічі

Чотири кроки:

1. Розповісти насамперед, про те **чим ви займаєтесь** і за що відповідаєте;
2. **Описати типового клієнта** свого агентства, і проблеми, з якими вони стикаються;
3. Донести **вигоди, які отримує клієнт** при роботі з вами;
4. Перейти до **визначення потреб**.

Розуміння потреб і прагнення до порозуміння

Акт на дві сцени:

1. Визначення потреб (за допомогою відкритих питань та щирої зацікавленості заангажувати клієнта та розпізнати його конкретні потреби);
2. Пошук взаєморозуміння (повторити іншими словами те, що хоче клієнт, довести, що ви добре розумієте проблеми і зможете їх вирішити).

Розуміння потреб і прагнення до порозуміння

Варіант 1

Запропонувати клієнтові
персональну консультацію, та
розповісти як працює Adwords

Варіант 2

Вислухати клієнта, поговорити
з ним, оцінити,
допрезентувати.
Продати клієнту, ті послуги. Які
вирішать його проблеми

Слухати > говорити

Підсумування та підтвердження

Продавці часто слухають, роблять нотатки, але з того нічого не виходить...

Ваш співбесідник, повинен відчувати, що його вислухали та зрозуміли.

Найкраще підсумовувати розмову використовуючи наступний шаблон:

1. Розпочніть підсумування
2. Резюмуйте розмову
3. Опишіть ситуацію, з акцентом на цілі, пріоритети та вигоди
4. Поставте уточнюючі питання
5. Перейдіть до наступної частини

Підсумування та підтвердження

1. На який бюджет розраховує клієнт?
2. З досвіду, задля досягнення ваших цілей потрібен бюджет ХХ. Чи відповідає це вашим очікуванням, Чи готові ви змінювати бюджет?
3. З ким ви ще спілкуватись на рахунок даних послуг?
4. Чи щось із проговореного зацікавило вас?



Підсумування та підтвердження

1. Коли ви плануєте прийняти рішення?
2. Чим ви будете керуватись при виборі?
3. Хто приймає рішення?
4. Пропозиція буде готова (дата). Чи підходить таких термін?
5. Ми з вами сконтактуємось (дата/час) для того, щоб конкретизувати наступні кроки.

Підсумування та підтвердження

1. Найгірший олівець, краще ніж найкраща пам'ять.
2. Розвивайте в собі здатність занотовувати головні пункти, моменти т.д.
3. Посилання на "занотоване" викликає у клієнта психологічне зобов'язання перед вами за свої слова.



Завершення з чітким розумінням того, що все вдалось осягнути

Кожна зустріч повинна закінчитись чітким розумінням, що робити далі:

- Клієнт повинен розуміти що від нього очікують
- Клієнт повинен бути впевненим, що ви розумієте, що робити
- Всі учасники знають наступні кроки роботи та встановлюють строки виконання цих кроків

Розділ 2. Важкі питання

Типові питання:

1. Як моя фірма/бренд буде конкурувати з більшими/потужнішими конкурентами?
2. Ми не займаємось електронними продажами, не думаю, що Adwords нам допоможе
3. Дуже часто чули за фальшиві кліки
4. Чому у вас такі великі ставки?

Як вийти із ситуації:

Перепhrазувати питання

Взяти невеличкий тайм-аут

Принцип тотальної щирості

Інформація в рамках
кваліфікації

Підсумки. Дві голови завжди краще

На зустріч варто їхати з компаньйоном:

1. Можна записати, аби достовірно відновити процес презентації
2. Компаньйон може допомогти відповісти на питання, направити, якщо ви пропустили важливі деталі
3. Статусність в очах клієнта (розуміння, що над проектом буде працювати команда)
4. Можливість “розіграти” ситуації (добрий/злий поліцейський)
5. Колега може виступити в ролі експерта в тому чи іншому питанню

Розділ 3. Система складання пропозиції

Структура:

- Аудит та аналітика
- Стратегія досягнення цілей
- Тактичні рішення
- KPIs

Варто розробити структуру та прописати можливі інформаційні блоки, які будуть формувати пропозицію.

Важливі критерії:

- Критерії реалізації
- Бюджетування та вартість
- Структура оплати
- Документальне закриття

Варто розробити структуру та прописати можливі інформаційні блоки, які будуть формувати пропозицію.

На що варто звернути увагу перед стартом роботи над проектом:

1. Договір конфіденційності (NDA)
2. MCC
3. E-mail “Старт роботи над проектом”
4. Комерційна пропозиція (Short Offer)
5. Повна пропозиція (Технічна пропозиція)

Старт роботи над проектом

Обов'язковий список задач:

1. Виділення спеціальної команди на проект
2. Розробка таймінгу проекту
3. Розробка звітності перед клієнтом
4. Документальний супровід проекту
5. СТАРТ :)

Підсумки. Для успіху необхідно:

Підготуватись

Зацікавити

Бути щирим та відкритим

Занотовувати

Ставити питання

Дякуємо!

Inna Yarova
Agency Development Manager
i.yarova@google.com