

Игорь Манн
Дмитрий Турусин

продавайте

бб

больше

быстрее

дд

еще

дороже

эффективный, быстрый,
простой и универсальный
способ увеличить
продажи

Игорь Борисович Манн Дмитрий Игоревич Турусин Продавайте Больше, Быстрее, Дороже, Чаше

Текст предоставлен правообладателем

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=70297393

Продавайте Большие, Быстрее, Дороже, Чаше: Книгурум; Москва; 2023

ISBN 978-5-906084-78-1

Аннотация

Авторы предлагают простую, быструю и эффективную технологию увеличения продаж. Она состоит из четырех пунктов: продавать Больше, Быстрее, Дороже и Чаше. По каждому пункту дан четкий план, как это сделать. Процесс напоминает японскую систему кайдзен – небольших последовательных улучшений. Авторы делятся практиками: как замотивировать команду, чтобы генерировать такие улучшения и воплощать их в реальные продажи. Приведены и исключения – когда продавать Больше, Быстрее, Дороже и Чаше НЕ следует. Исключений мало. В большинстве случаев это именно то, что нужно для системного роста вашего бизнеса.

Содержание

| | |
|-----------------------------------|----|
| 4 причины прочитать эту книгу | 4 |
| Вступление | 5 |
| Вступление Александра Выюшкова | 11 |
| Как начать работать в стиле ББДЧ | 13 |
| 1. Драйвер | 14 |
| 2. Мозговые штурмы | 17 |
| Конец ознакомительного фрагмента. | 18 |

Игорь Манн, Дмитрий Турусин Продавайте Больше, Быстрее, Дороже, Чаше

4 причины прочитать эту книгу

1. Вы узнаете, как продавать вашим клиентам/покупателям Больше, Быстрее, Дороже и Чаше.
2. Вы поймете, как запустить в компании подход «Продаем ББДЧ».
3. Вы узнаете о наших любимых инструментах ББДЧ, которые мы как консультанты рекомендуем нашим клиентам.
4. После внедрения идей вы будете вознаграждены большими продажами, оборотом и прибылью.

Вступление

Идея ББДЧ родилась, когда мы проводили мастер-класс «Точки контакта» в Алматы.

Один из участников (рахмет ему за это!) сказал: «Точки контакта – крутая тема! А нет ли у вас еще какой-то волшебной таблетки?».

Мы подумали и ответили: «Есть. Правильно работайте с клиентской базой, которая у вас есть. Продавайте им дороже и больше».

Первоначально мы так и назвали наш подход ПДБ – продавайте дороже и больше.

И уже потом мы расширили эту аббревиатуру до ББДЧ:

- продавайте Больше;
- обслуживайте Быстрее;
- работайте с клиентами Дольше;
- продавайте Дороже;
- старайтесь продавать Чаше.

Одна буква Д (Дольше) чуть позже из нашей модели ушла.

Мы поняли, что работать с клиентами Дольше – это удержание, а не работа.

Игорь: Думаю, вы слышали о моей модели ПРУВ.

П – привлечение клиентов;

Р – работа с клиентской базой/поток;

У – удержание;

В – возвращение клиентов.

Про удержание мы написали уже достаточно:

- три тома «Клиентоориентированности без бюджета» (это 230 инструментов!);*
- «Фидбэк»;*
- «Любишь деньги – люби и клиентов»;*
- «Точки контакта»;*
- «Доверие» (это фактически про персональную клиентоориентированность).*

Про возвращение есть рабочая тетрадь «Возвращенцы».

А вот про работу с клиентами у нас не было книг – исправляемся.

Итак, ББДЧ.

Казалось бы, идея очевидная и здравая.

Продавайте Больше, Быстрее, Дороже и Чаше – и будет вам дополнительный доход на имеющейся клиентской базе и/или потоке.

У некоторых бизнесов есть только поток – проходящие мимо и иногда заходящие в точку продаж (кафе, магазин, офис продаж...) потенциальные покупатели.

Но лучше тот бизнес, который построен на продаже не потоку – безымянным покупателям, – а базе клиентов: зафиксированным и каталогизированным клиентам (спасибо за такую

возможность Битрикс24 или другим CRM-системам).

Однако у отечественного бизнеса работать в стиле ББДЧ не получается.

Не выходит у нас делать бизнес системно и правильно.

У каких-то бизнесов может что-то разрозненно и получается – но системы нет ни у кого.

А мы именно за систему!

Книг о том, как продавать больше, – сотни.

Взять, например, книги Александра Левитаса, нашего коллеги по цеху (Александр, как и мы, автор и консультант).

У него есть книги, в которых сотни, может быть, и тысяча советов и рекомендаций малому бизнесу, как зарабатывать больше.

Или взять книгу «Маркетинг без бюджета» – в ней 50 инструментов и сотни полезных советов.

И знаете что?

Когда я (Игорь) прошу поднять руку в аудитории тех, кто читал эту книгу, – из сотни слушателей руку поднимают не больше 5 %!

При этом это самая издаваемая книга по маркетингу в России!

Мы не читаем.

Мы не делаем.

А иногда мы читаем.

И все равно не делаем.

Ощущение, что количество советов и рекомендаций про-

сто парализует предпринимателей и специалистов.

И чем их больше – тем больше паралич.

Так вот, мы абсолютно уверены, ББДЧ упрощает работу по увеличению продаж.

Компания понимает, что ей надо делать, фокусируется на этом – и продажи, оборот (и прибыль) растут.

ББДЧ – это универсальная технология.

Она подойдет любому бизнесу вне зависимости от рынка (b2b или b2c),

сферы деятельности (товары или услуги),

области деятельности (офлайн или онлайн),

географии работы (неважно, локальная ваша компания, федеральная или международная)

и размера компании (ББДЧ подойдет и фрилансеру, и бизнесу – малому, и среднему, и большому).

ББДЧ – это унисекс.

Один из рецензентов сказал, что ББДЧ подойдет и для работы с рынком b2g.

Он даже уже некоторые идеи книги запустил в работу (какой молодец!).

Верим!

ББДЧ – простая технология.

Нужно просто провести мозговой штурм (или четыре).

И потом хорошо реализовать лучшие идеи.

ББДЧ – быстрая технология.

Вы сегодня можете провести мозговой штурм «как нам

продавать ББДЧ» – и сегодня же внедрить лучшие идеи!

И сегодня-завтра получить результаты!

ББДЧ – эффективная технология.

Результат – рост продаж/оборота/дохода/прибыли – гарантирован!

В общем, если у вас есть клиентская база и/или поток клиентов, то ББДЧ – это точно ваша технология.

О ней и вся наша небольшая книга.

Мы понимаем и принимаем сегодняшний тренд на книжки-«мальшики» и этой книгой полностью поддерживаем его (ну некогда деловым людям сегодня читать многостраничные талмуды).

Кстати, если вы привыкли платить за страницы – отвыкайте.

Пора приучаться платить за идеи, за пользу – а не за «воду».

Быстро прочитайте нашу книгу.

Выделите направления, которые дадут вам максимальный доход (кому-то важнее начать работать Быстрее, а кто-то делает ставку на Дороже).

Проведите мозговые штурмы (о том, как их правильно проводить, мы напишем позже).

Начинайте работать в стиле ББДЧ – быстро и хорошо реализуйте инструменты, приемы и техники, которые вам подходят.

Если вам потребуется наша помощь, то пишите

Дмитрию dturusin@gmail.com – он «приземлит» ББДЧ на вашу ситуацию: подберет нужные инструменты и поможет запустить их в работу.

Освоив стиль ББДЧ, продолжайте в нем работать постоянно.

ББДЧ – это к деньгам:)

Давайте учиться зарабатывать больше.

Продавайте Больше.

Продавайте Быстрее.

Продавайте Дороже.

Продавайте Чаше.

И тогда у вас будут покупать Больше, Быстрее, Дороже и Чаше.

Сразу небольшая ремарка для зануд:)

Некоторые инструменты в этой книге позволяют вам продавать сразу в нескольких режимах (например, помогают продавать сразу и Дороже, и Больше).

Мы разнесли инструменты по тем главам, которые мы считаем для них наиболее подходящими, – но если вы увидите у инструмента дополнительное применение, смело применяйте его в нужном вам направлении.

Дмитрий

Игорь

Вступление Александра Вьюшкова

Я партнер Игоря в издательстве «Книгиум» (вы сейчас держите нашу книгу в руках) и в агентстве интернет-маркетинга «Лидмашина».

Недавно (летом 2023 года) команда «Лидмашины» задумалась над новым позиционированием.

Преыдущее – «Делаем все, что увеличивает продажи онлайн» – нам уже не подходило.

Во-первых, мы делали больше, чем все:)

Во-вторых, нам часто приходилось заходить на территорию офлайна – мы работали с собственниками, HR-директорами, коммерческими службами, производством...

И наконец, мы занимались не только увеличением продаж.

«Лидмашина» работает над репутацией продуктов и компаний, активно сотрудничает с некоммерческими организациями, целью которых не является извлечение прибыли.

Мы пригласили Игоря на стратсессию в Рязань (наш офис с момента основания находится в этом старинном городе с замечательной историей).

Три часа – и наше новое позиционирование было придумано и сформировано!

«Лидмашина» – крутое агентство интернет-маркетинга.

Работаем с вами так, что у вас покупают Больше, Быстрее,

Дороже и Чаше.

Да, мы круты настолько, чтобы взять одну из моделей Игоря и показать – это не теория, это практика!

Что я и вам советую сделать.

Как рекомендуют Дмитрий и Игорь: продавайте Больше, Быстрее, Дороже и Чаше.

И тогда у вас будут покупать Больше, Быстрее, Дороже и Чаше.

И если вам нужна помощь с интернет-маркетингом (и не только), «Лидмашина» всегда на низком старте.

Проверьте нашу крутость.

Александр

Как начать работать в стиле ББДЧ

Девиз спортсменов – быстрее, выше, сильнее.

Девиз тех, кто хочет увеличить продажи, – продавать клиентам ББДЧ:

Больше,

Быстрее,

Дороже и

Чаще.

Вот вам волшебная формула ББДЧ:

**Поток/база + ББДЧ = бóльшие
продажи/оборот/прибыль**

Чтобы запустить работу в стиле ББДЧ в компании, вам потребуется сделать всего три шага:

1. Определите/назначьте драйвера.
2. Проведите мозговой штурм/штурмы.
3. Сделайте план работ.

1. Драйвер

Вам нужен сотрудник, который будет координировать все необходимые работы по ББДЧ.

По нашему опыту, идеальные кандидаты на эту позицию:

- менеджер по маркетингу/РОМ (руководитель отдела маркетинга)/директор по маркетингу (в компаниях, где есть служба маркетинга);
- директор по развитию;
- коммерческий директор;
- РОП (руководитель отдела продаж);
- руководитель компании;
- собственник.

Задачи драйвера:

- организовать и провести мозговые штурмы;
- обработать идеи;
- выбрать лучшие;
- сделать план работ;
- продолжать искать идеи для увеличения продаж по направлениям ББДЧ, оценивать их и запускать в работу.

Хорошая идея – выделить бюджет на постоянный сбор экспертизы в этой области (точнее, областях – в том, чтобы продавать Больше, работать Быстрее, продавать Дороже

и Чаше).

Для этого можно читать книги (книга «Читай!» вам в помощь и Приложение 3 «Хорошие книги на тему ББДЧ»).

Можно и нужно отправлять драйверов на различные обучающие мероприятия – мастер-классы, конференции, семинары, форумы, курсы и программы...

Можно и нужно нанимать хороших консультантов/экспертов/агентства по продажам и маркетингу.

Хорошая идея – ходить на стажировки в компании-лидеры.

Во время таких визитов научиться можно многому.

Если вы собственник, не пожалейте денег и станьте участником мастер-майнда или клуба.

Игорь: У меня с моим партнером Иваном Черемных есть такой клуб – «Место силы». Я вижу, как растут участники нашего клуба, и я могу с уверенностью сказать: клуб к росту, в том числе, по ББДЧ.

И, конечно же, нужно постоянно мониторить конкурентов и компании-звезды (неважно в каких отраслях они работают) – и «бенчмаркать» (заимствовать) у них лучшие практики.

И не надо стесняться это делать – вот у одной крупной компании в США даже девиз «Заимствуйте с гордостью!».

В больших компаниях можно на каждое направление назначить отдельного сотрудника.

Кто-то отвечает за то, чтобы собирать идеи и техники,

как продавать Больше.

Кто-то – за то, как продавать Быстрее.

Кто-то за – Дороже.

Кто-то – за Чаще.

Игорь: Недавно консультировал сеть продуктовых магазинов.

Предложил собственникам назначить четырех самых амбициозных управляющих магазинами за направления ББДЧ.

Через пару месяцев ими было собрано более 200 (!) приемов, позволяющих продавать Больше, Быстрее, Дороже и Чаще.

На своих магазинах они проверяли приемы, и когда те проходили проверку практикой, их добавляли в корпоративную базу.

А уже из нее забирать те или иные инструменты могли управляющие других магазинов. Что они с удовольствием и делали.

Продажи росли и в отдельных магазинах, и по сети в целом.

2. Мозговые штурмы

Драйвер должен провести мозговые штурмы и подумать с командой, как продавать ББДЧ.

И не только от сотрудников нужно собирать идеи – но и от ваших клиентов (или бизнес-партнеров).

Книга «Фидбэк» вам в помощь – в ней описано почти полсотни технологий получения обратной связи от ваших клиентов.

Чуть позже мы поделимся с вами подходами, техниками, приемами и инструментами, которые позволят вам продавать ББДЧ.

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.