

## **7 основных точек потери денег в интернет бизнесе. Куда уходят ваши клиенты?**



## Содержание

<b>Введение</b> .....	3
<b>Первая точка: Как на счет рекламы?</b> .....	6
<b>Вторая точка: Продает ли сайт?</b> .....	11
<b>Третья точка: Просто ли заказать?</b> .....	17
<b>Четвертая точка: Хамству бой!</b> .....	22
<b>Пятая точка: Доставка или геморрой?</b> .....	26
<b>Шестая точка: После первой продажи</b> .....	27
<b>Седьмая точка: Постоянный клиент</b> .....	28
<b>Заключение</b> .....	30

## 0. Введение

*“Следует домогаться удовольствий, которые идут за трудами, а не перед трудами”*

Анаксагор

Всем привет! Меня зовут Даниил Пищалкин. Я проходил обучение у ведущих гуру бизнеса и инфобизнеса России и Америки таких как Андрей Парабеллум, Николай Мрочковский, Дэн Кеннеди, Энтони Роббинс и др. В данный момент являюсь бизнес консультантом на рынке Москвы. Успел поработать с такими компаниями:

- СтройТехнология
- ЮСТ
- СУ-87
- Palantins.ru
- Varma Realty
- МосМедиа

И еще несколькими десятками организаций.



*Привет! Ну, или «давай, до свидания», если дальше читать не хочется 😊*

В этом кратком фоллианте хотел бы изложить свои мысли о том, куда утекают ваши деньги и как этого избежать. **Точки касания** с клиентами, а в подавляющих случаях, точки слива клиентов – одна из самых важных тем в любом бизнесе.

**Но почему-то, по этому вопросу очень мало материала.** Добавлю свою каплю в малую лужу.

**Чтобы материал данной книги был воспринят и максимально помог - даю две коротких штуки, которые вы должны знать:**

### 1) Главное преимущество – отсутствие недостатков.

Однажды, один из моих клиентов в консалтинге больше часа рассказывал, как он хочет добиться идеального состояния бизнес-процессов, где все будет работать как часы. Но воздушный шар, к сожалению, не долетит до солнца с дырами, через которые уходит воздух, больше того, он даже не наберет высоту!

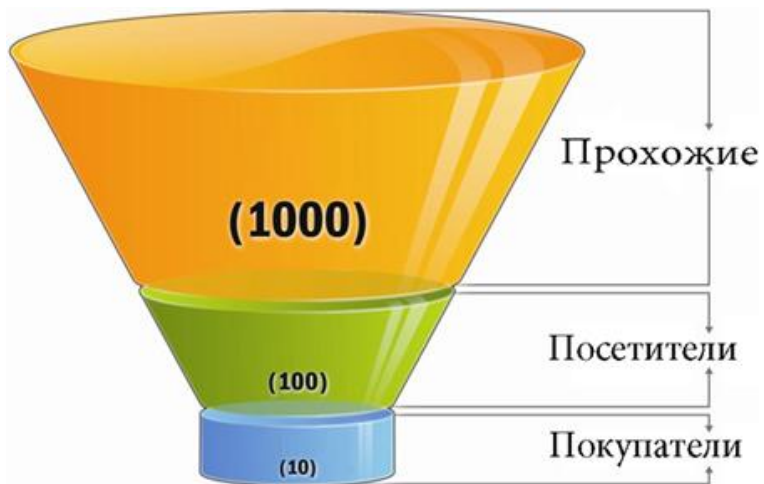
Так и прозябают многие проекты, пытаюсь достичь идеала, но забывая о том, что нужно подлатать недостатки – а в них себе трудно признаться. Для того, чтобы выйти на качественно новый уровень, нужно всего лишь найти и доработать проблемные места – **УЖЕ ЭТИМ** можно очень мощно конкурировать на рынке.

Например:

- Привезти товар вовремя, прописать скрипт курьеру.
- Оператор чуть более лоялен и хотя бы представился.
- Предоставлять дополнительные сервисы своим клиентам.
- Сделать рекламу, основываясь на ее законах, а не на собственных убеждениях о рекламе.
- И т. д.

### 2) Воронка продаж.

Воронка - это путь покупателя, от самого первого касания с ним (рекламы где-либо) до покупки. Это один из самых важных показателей, который обязательно замеряется **во всех успешных бизнесах**. Отсюда идет коэффициент конвертации или **конверсии**, из прохожих, не заинтересованных в вас людей, в покупателя. На картинке ниже указана конверсия в 10%, в среднем бизнесе это отличный показатель.



*Воронка продаж – конверсия 10%*

**Итак, приступаем к разбору возможных точек слива ваших клиентов.**

# 1. Как на счет рекламы?

*“Реклама это искусство целиться в голову, чтобы попасть в карман”  
ВансПакард*

## Позиционирование

Очень часто, спрашивая у предпринимателей «об их целевой аудитории», я получаю отличный ответ, в стиле: «Ну что вы! Мы продаем всем!» - **FAIL**. Ваше позиционирование - для кого вы работаете - поможет грамотно выстраивать маркетинговые стратегии и угадывать желания именно ВАШЕЙ целевой аудитории.

Так как люди, имеющие одну общую черту, имеют кучу других сходств, так же схожие потребности (например, дети, подростки, пенсионеры или бизнесмены, домохозяйки, врачи). Очень уникальный нож из нержавеющей стали, вряд ли купит 16-ти летний школьник.

**Бейте в одну точку и стена развалится!**

Все товары:

- Супермен
- Фуцурама
- Бэтмен
- Джокер
- Росомаха
- Женщина кошка
- Спайдермен
- Каратель
- Халк
- Железный человек
- Хеллбой
- Хранители
- Star Trek
- Star Wars
- Flash
- Fantastic Four
- Green Lantern
- Transformers
- Чак Норрис
- Супер-босс
- Captain Marvel
- Captain obvious
- Kick-Ass
- Green Arrow

## МАГАЗИН СУПЕРГЕРОЕВ

БЭТМЕН И СУПЕРМЕН ОДЕВАЮТСЯ У НАС ;)

670 p.	660 p.	680 p.	460 p.

*Они не продают футболки одоруким саперам. Только супергероям, и иже с НИМИ.*

### Как внедрить?

Несколько часов брейнштурма с ключевыми сотрудниками и вы нарисуете портрет вашего покупателя

### Сколько будет стоить?

Бесплатно

## Почему нет отзыва на рекламу?

*“Плохая реклама может даже снизить уровень продаж”*  
Дэвид Огилви

Для примера, я взял YandexDirect – так как сейчас в интернет-рекламе он пользуется самым большим спросом. Если внимательно посмотрите на объявления ниже, которые я сегодня нашел в Яндексе, то можете почерпнуть для себя как делать НЕ НАДО.

**Русский модерн! Лучшее на Арбате!**

Лучшие предложения на Арбате. Вкус старой Москвы. Торг, ипотека, скидки.

📍 Адрес и телефон [bluestone.ru](http://bluestone.ru)

*Из всего сумбура только слово «ипотека» сдает партизан.*

**Nursace Ботфорты**

Женские сапоги, 18900 руб., в наличии

*Абсолютно неинтересное и нецепляющее объявление. Я, конечно, парень, но одному мне кажется, что дороговато для среднего потребителя? ☺*

**New iPad. Интернет-магазин**

iPad 64 G - 29 499р. iPhone 4S 16Gb - 23 490р. Бесплатная доставка!

[apples-co.ru](http://apples-co.ru)

*Явный перегруз цифр – многим пользователям с мозгами гуманитария невозможно прочесть.*



## Продающая Формула ОДП

*“Люди купят все, что продается по одной штуке в одни руки”*  
Закон Льюиса

В том, что я расскажу вам дальше, нет никакого сакрального знания. Эту фишку используют везде в Америке и почти нигде в России и СНГ. А все очень просто:

- 1) **Оффер** – вкусное предложение/скидка/акция.
- 2) **Дедлайн** – ограничение по времени/количеству/купоном.
- 3) **Побуждение к действию** – Человек существо ленивое – его нужно побуждать действовать.

Постарался найти максимально приближенное в сети к этой формуле, и так же мало чего нашел...

Значит, у вас не будет практически конкурентов с этим знанием 😊

### [Женские сапоги - Купить! Скидки!](#)

Обувь и аксессуары Alex Mazurin. Вторая пара обуви со скидкой 50%! Доставка

*Призыв к действию увеличивает шанс открытия на 15-20%. Его-то здесь и не хватает.*

### [С Чего Начать Ремонт Квартиры?](#)

Ремонт квартиры. До конца недели действуют спецусловия! Кликните!

*Это взял из своей кампании – успех был ошеломляющий.*

### [Настоящие игрушки Angry Birds](#)

Птички и хрюшки **Angry Birds** от 590 р. Доставка бесплатно. **Купите сейчас!**  
[bambiniya.ru](http://bambiniya.ru)

*Отличное объявление, но без ограничения по времени.*

## Заголовки

Разберем примеры эффективных заголовков. Этими шаблонами вы можете пользоваться сами. Они принесли ни один миллион рублей тем, кто их использовал 😊

### ШОК-цена! Всего .....

Только до ..... Скидки на ..... до 50%!  
Кепка в подарок!

### .....Всего за .....

При заказе сегодня - доставка в подарок!  
Для оптовиков скидки!

### Доступные ..... услуги!

Цены снижены только до ..... !  
Печать бесплатно! Звоните!

### Мобильный телефон Samsung Nexus!

Samsung Nexus всего за 27990 руб.!  
Доставка по всей России! Сейчас скидки!

**Более глубоко темы заголовков и настройки YandexDirect, я разберу в следующих бесплатных продуктах.**

### *Как внедрить?*

- Продумать вкусное предложение или товар локомотив. Пример: «10 роз за 200 рублей»
- Сделать ограничение по времени: До конца дня/недели/месяца, Осталось всего.... штук, Первым 10 клиентам. И т.д.

### *Сколько будет стоить?*

- Бесплатно

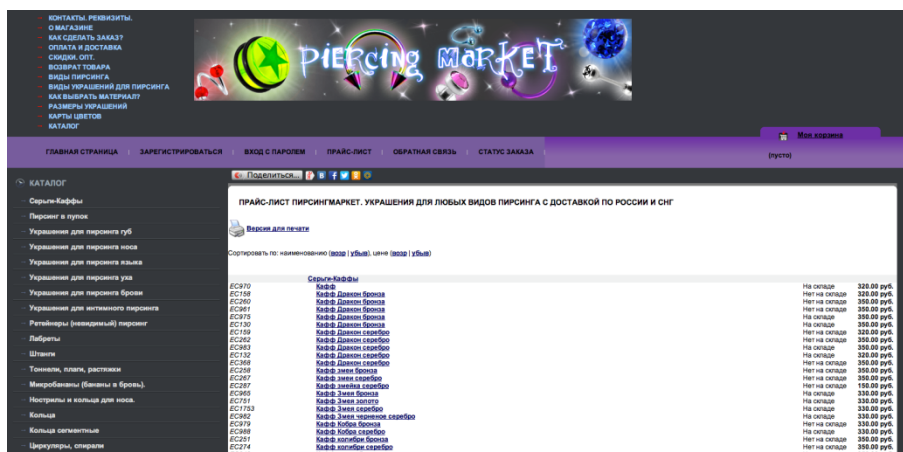
## 2. Продает ли сайт?

*“Продажа есть процесс заражения покупателя убеждениями продавца”*

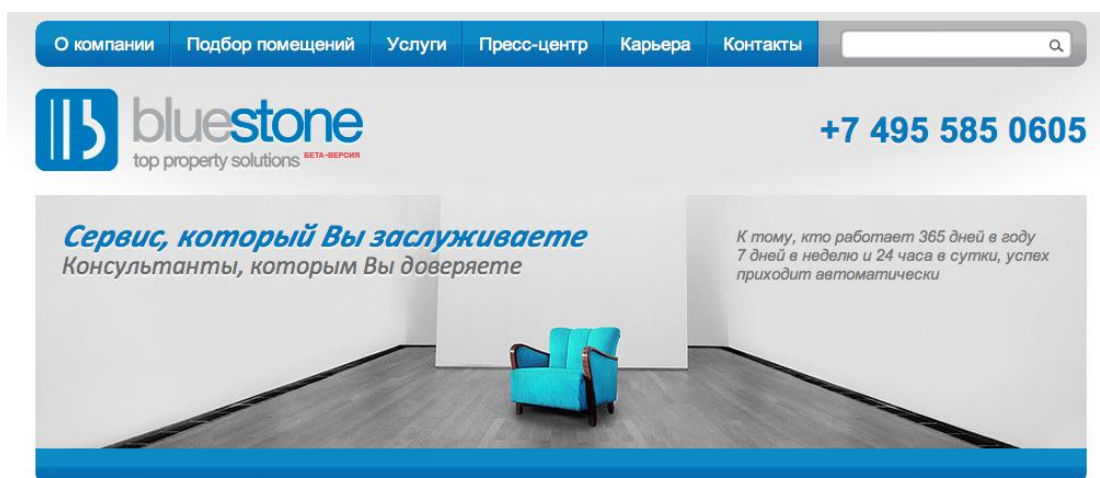
Э. Маккензи

### Нашел ли человек в первые секунды то, что он хотел?

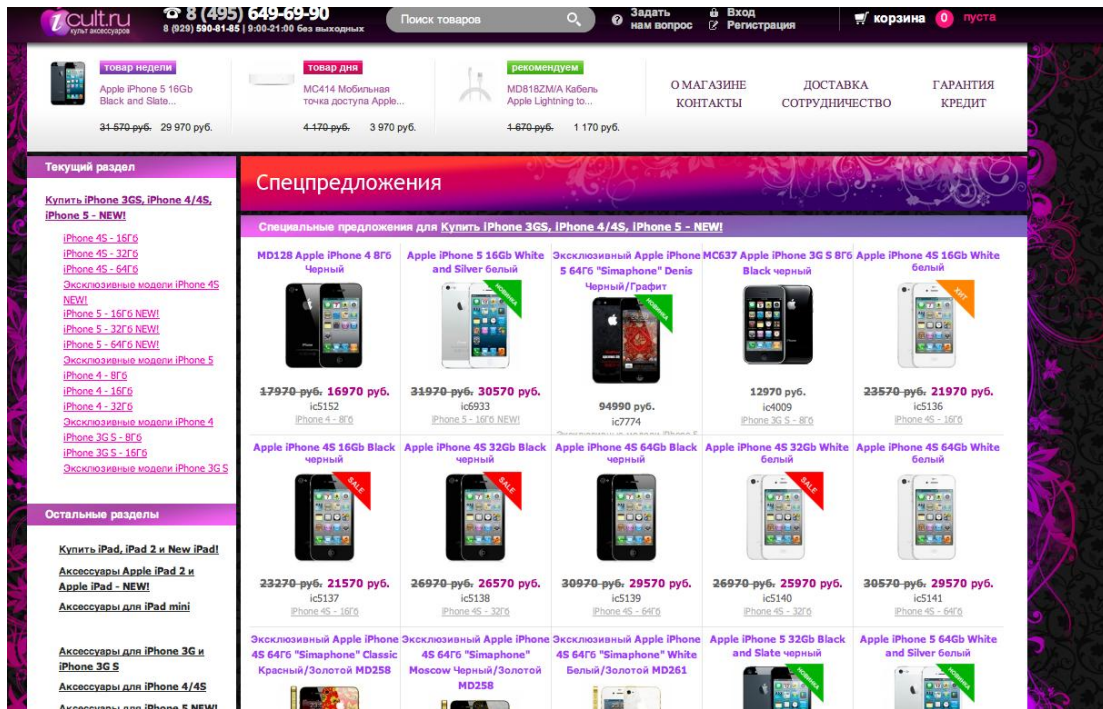
Эту проблему встречаю все реже, но тем не менее. Дайте человеку понять, КУДА он зашел. И если вы не сможете помочь человеку в первые 15 секунд – он просто уйдет к конкуренту.



*По секрету скажу, что это магазин товаров для пирсинга.*



*Они 365 дней в году продают синее кресло, ну или камень...*



Очень пестро – к продаже не ведет.

Нашел сайты, на которых все понятно и видно.

По делу и без лишней воды.



## Как заставить сайт продавать?

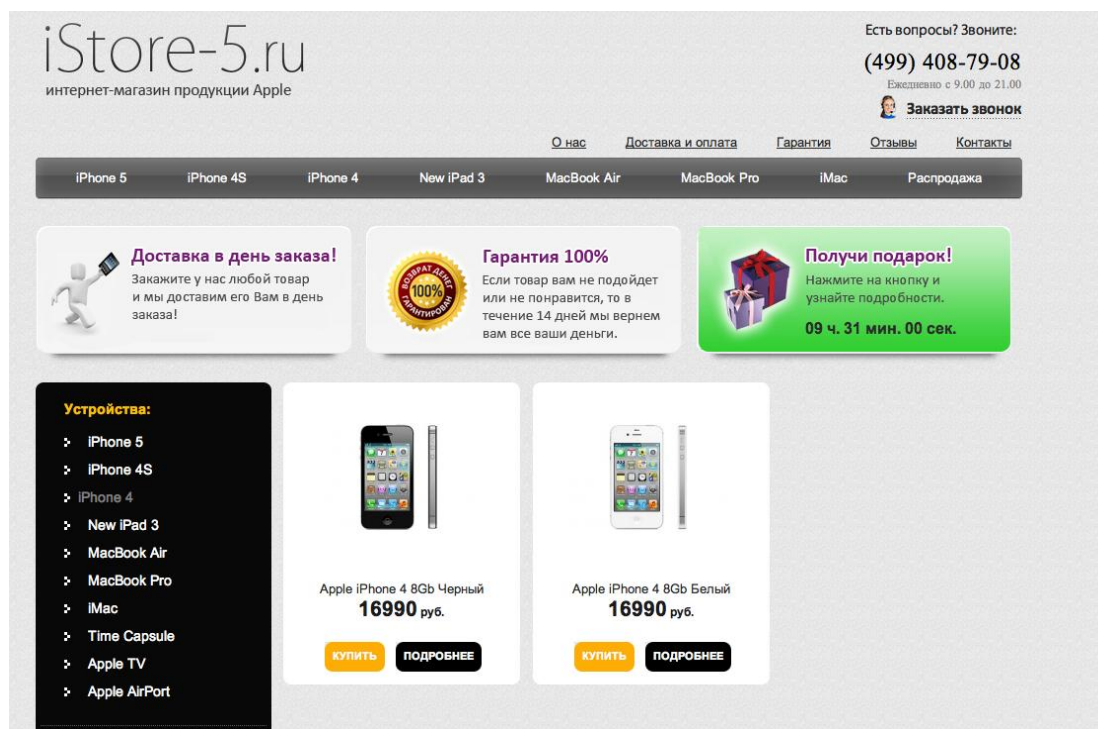
На сайте **триггеры**. Это штуки, которые помогают увеличить конверсию посещений в продажи. На самом деле их может быть **великое множество**. Так же, более подробно, я их разберу в одном из моих писем в рассылке.

[заказать звонок](#)

+7 (495) **215-20-70** многоканальный

Время работы с 9 до 19 часов, в воскр. с 10 до 18

- 1) Кнопка «заказать звонок» - повышает возможность оставления контактов «ночным посетителем» + помогает собирать базу.
- 2) Телефон большими красными цифрами – увеличивает конвертацию просмотр – звонок.



*Все очень просто и понятно. Есть гарантии, отзывы, акции.*

*Я бы купил именно на этом сайте при необходимости.*

## Как внедрить?

Проведите брейншторм, посмотрите сайт конкурентов более успешных и внедряйте их фишки на свой сайт.

## Сколько будет стоить?

Бесплатно, если есть свой программист.

## Доверие

Часто клиенты сливаются и НЕ покупают из-за отсутствия доверия к вам. С этим тоже можно бороться.

Как, например, поступил владелец магазина video-shoper , сделав свое лицо брендом компании.

К этому уже автоматически возникает доверие.



Так же очень хорошо работают отзывы.

В них тоже есть определенные правила:

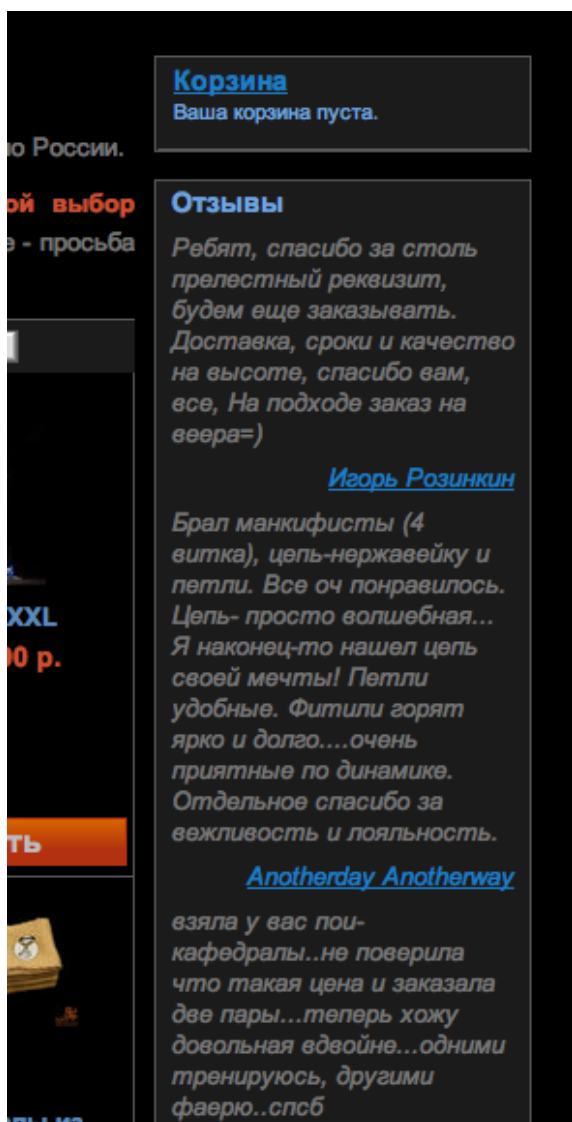
- 1) Должна быть личность, которую хоть как то можно найти (ссылка в социальной сети, е-мейл, телефон). Прочитавший этот отзыв будет уверен, что его не обманули.
- 2) Структура отзыва. Трудно уговорить человека написать отзыв по структуре, но можно просто задать несколько вопросов, которые помогут написать правильный отзыв:
  - а) **Какие страхи были покупая у нас?**
  - б) **Подтвердились ли они?**
  - в) **Что скажете по качеству товара?**
  - г) **Будете ли покупать еще?**

## Как внедрить?

- Продумать вкусное предложение или товар локомотив. Пример: «10 роз за 200 рублей».
- Сделать ограничение по времени: До конца дня/недели/месяца, Осталось всего.... штук, Первым 10 клиентам и т.д.

## Сколько будет стоить?

Бесплатно



Один из вариантов отзывов на сайте.

## **Снимите видео!**

Сделайте видео о вашей компании. Покажите внутренний распорядок - как работают службы, как вы запаковываете товар.

Возьмите интервью у топ-менеджера, у оператора, у курьера.

Покажите изнанку! Это вызывает ОГРОМНОЕ доверие!

## **Компания начинается с ресепшн...**

А продающая интернет-площадка с главной страницы. Не стоит тешить себя, что «и так все хорошо», оставаясь всего лишь на плаву. Найдите достойные курсы и сделайте лучшую страницу для ваших покупателей!



## 3. Заказ на сайте

*“Не тяните кота за...”*  
Думаю, все знают, какое слово в конце.

### Долгий процесс заказа

Человеку всегда нужно упрощать процесс заказа товара. ВСЕГДА. В идеале оставить имя и телефон, чтобы с ним связались.

А если еще предстоит открыть 20 страниц и заполнить 50 бланков...

Сделайте все максимально просто.

Как не надо:

#### #1

##### Как оформить заказ

Мы постарались сделать сайт максимально простым и удобным, для того, чтобы Вы могли быстро осуществлять заказы.

Это займет всего несколько минут.

##### Первый вариант:

Товары в нашем интернет-магазине разделены по категориям.

Для просмотра товаров по маркам (брендам) перейдите по закладке БРЕНДЫ.

Для просмотра всего ассортимента перейдите по закладке КАТАЛОГ.

Все товары сортируются по цене, цвету, категории, бренду и материалу.

Чтобы просмотреть понравившийся Вам товар, кликните мышкой на картинку или название товара.

Выбрав нужный Вам товар нажмите кнопку В КОРЗИНУ.

Чтобы вернуться на страницу с витриной, нажмите ссылку ВЕРНУТСЯ. Если Вы хотите перейти в другой раздел, воспользуйтесь верхним или левым меню.

Для быстрого поиска нужной Вам вещи используйте форму поиска в верхней части страницы.

Чтобы оформить покупку кликните на «корзину» в верхнем правом углу страницы. Там всегда отображается количество и стоимость товаров в Вашей корзине.

На странице с корзиной можно отредактировать Ваш заказ — изменить количество товаров, удалить ненужные.

Если Вы просматриваете корзину, не зарегистрировавшись, Вам предложат авторизоваться, зарегистрироваться, или оформить заказ без регистрации.

Выберите способ доставки, способ оплаты, укажите дату и время доставки.

Нажмите "Подтвердить заказ".

Благодарим за покупку!

Ваш заказ принят. В ближайшее время с Вами свяжется наш оператор для уточнения параметров заказа и условий доставки.

*Все же очень просто.*

## #2

Главная

### Оформить заказ

Уже зарегистрированы? Пожалуйста, войдите

Имя пользователя:

Пароль:  (Забыли пароль?)

Запомнить

Впервые в нашем магазине? Пожалуйста, введите Ваши данные

(\* = Обязательно)

E-mail\*

Имя пользователя\*

Пароль\*

Подтвердите пароль\*

Фамилия\*

Имя\*

Отчество\*

Дата рождения\* 2  Декабрь  2012

Страна\*

Город\*

Область, край и т.п.\*

Адрес\*

Частный дом или общежитие

Индекс\*

Телефон\*

Номер Isq

Требуется регистрация для покупки сережек... Очень мило 😊

## Быстрый заказ ценнее!

---

**ОФОРМЛЕНИЕ БЫСТРОГО ЗАКАЗА:**

\* Имя, Отчество:

Email:

\* Телефон:

\* Артикул и количество заказываемого товара (пример: арт.X7950 - 2шт.):

Адрес:

**Отправить быстрый заказ**

\* - Обязательные поля

### *Как внедрить?*

Переработать систему заявок и упростить себе жизнь, а клиентам покупку 😊

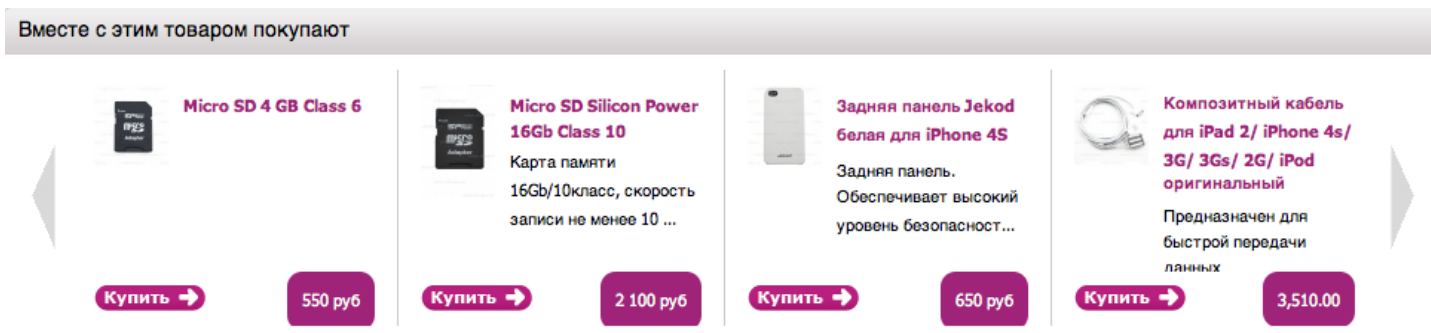
### *Сколько будет стоить?*

Бесплатно, если есть программист.

## Up-sale

Человек, который у вас **УЖЕ** купил, с большой вероятностью купит и еще раз.

Внедрите на сайт систему апсейлов, как это на картинке ниже.



Так же эту систему стоит внедрить у ваших операторов.

Но об этом ниже.

### *Как внедрить?*

Найдите товары, которые лучше всего идут с каким либо продуктом и внедряйте эту тему!

### *Сколько будет стоить?*

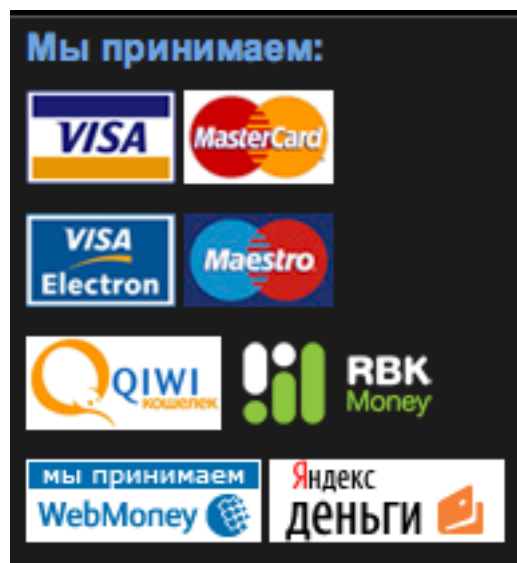
Бесплатно, если есть программист.

## Способы оплаты

Классическая ситуация, когда вы не можете расплатиться удобным вам способом на сайте.

Так же (как ни странно) случается и у ваших клиентов.

**Дайте им шанс заплатить вам!**



*Вот такой шанс.*

*Как внедрить?*

Нужно заморочится и подключить эти системы

*Сколько будет стоить?*

Бесплатно!

## 4. Хамству Бой!

### Оператор

*“Первое впечатление не произведешь дважды“*

*Коко Шанель*

Определяющим фактором, будет ли с вами работать клиент, это первое «живое» касание с вашим бизнесом. И то, как с человеком пообщаются, насколько будут вежливы, и как качественно его обслужат – ложится во многом на оператора. Следовательно, вашим операторам нужна мощная мотивация, как материальная так и нематериальная.

**Фишка:** поставьте перед каждым оператором зеркало - перед звонком он будет смотреть на себя в зеркало и начнет улыбаться, продолжая (уже легче) во время разговора. А улыбка, как вы знаете, передается по телефону.



*Вот таким должен «увидеть» вашего оператора клиент.*

### *Как внедрить?*

Несколько просветляющих бесед с вашими операторами + покупка зеркал.

### *Сколько будет стоить?*

От 1000 рублей.

## Скрипты и речь

Часто операторы теряют клиентов из-за того, что не могут внятно ответить на типовые вопросы. Причиной этому могут быть неадекватные реакции клиента, вопросы с подвохом, либо что-то еще. На этот случай приходит «палочка вырuchалочка» любого продавца – **скрипты**. Довольно объемная тема.

Напишу структуру скрипта, как он может выглядеть:

- 1) Блок приветствия;
- 2) Блок вопросов, выявление потребностей;
- 3) Блок продажи;
- 4) Блок закрытия возражений;  
Назначение следующего шага.

### **Скрытый бонус:**

Перейдя по ссылке ниже, вы сможете скачать

**БЕСПЛАТНО** материал, посвященный теме скриптов в полном объеме.

<http://files.mail.ru/BS7SQ4>

**СКОПИРОВАТЬ И ВСТАВИТЬ В АДРЕСНУЮ СТРОКУ БРАУЗЕРА**

### *Как внедрить?*

Раздать мой файл своим операторам и контролировать работу.

### *Сколько будет стоить?*

Бесплатно для тех, кто прочитал эту миникнигу.



## Автоответчик

*“Магазин закрывается за 15 минут до закрытия”*  
Извещение

Я больше, чем уверен, что в вашем интернет-магазине сотрудники тоже иногда спят. И, разумеется, бывают разные звонки в разное время. Есть люди, которым удобно звонить поздно ночью. И для них нужно оставить так же зацепку в виде автоответчика.

*«Приветствуем! Если вы слышите этот голос, значит наш шеф уже прогнал всех по домам с рабочих мест, и в офисе никого нет. И все же вот телефон дежурного менеджера, который сможет принять ваш заказ»*

Примерно это может смотреться так. А там уже ваша фантазия 😊

### *Как внедрить?*

Записать голос на автоответчик.

### *Сколько будет стоить?*

Если честно – без понятия.

## 5. Доставка или геморрой?

### Проблемы с доставкой

Курьерская служба, организованная собственноручно, может быть настоящей головной болью. Яркий пример моих клиентов в консалтинге. Постоянно задерживался товар, артикулы путали, опоздания, недовольные покупатели...

Как с этим бороться? Обучать или аутсорсить на профессионалов 😊

### Работа с курьером

Опять таки, Ваш курьер может быть мощным подспорьем для завоевания постоянных клиентов. Прописывая ему скрипты, обучая как правильно продавать дополнительные сервисы и услуги (как правило, отказать при встрече гораздо труднее, чем по телефону) – вы сможете увеличить свою прибыль.

### Внешний вид

- Форма курьера – должна соответствовать цветам вашего бренда (хоть чуть-чуть);
- Он должен выглядеть опрятно (спасибо, капитан очевидность);
- Должен уметь разговаривать на человеческом языке.

### *Как внедрить?*

Обучить курьеров или аутсорсить.

### *Сколько будет стоить?*

На сколько хватит вашей фантазии и средств в плане униформы.

## 6. После первой продажи

### Есть контакт!

Итак, вы продали некий свой товар человеку. И его все устроило. Что дальше? Дальше начинается превращение его в постоянного клиента.

Для начала после КАЖДОЙ покупки, у вас должны оставаться контакты нового клиента. Это один важнейших законов маркетинга.

**Сразу после покупки:**

- Высылаете на почту человеку **уникальный код или купон на специальное вкусное предложение**, по системе ОДП (оффер, дедлайн, побуждение к действию).
- На протяжении нескольких месяцев, **высылаете исключительно полезную информацию** на вашу тематику. Не нужно постоянно продавать, как это делает 90% предпринимателей – важно, чтобы человек о вас помнил в момент нужды.
- **Делайте продающие рассылки** раз в месяц/раз в две недели.
- **Задавайте вопросы клиентам «Что можно сделать лучше в нашем сервисе?»**. Если вы высылаете полезную информацию, и клиенты привыкли открывать ваши письма – они с удовольствием включатся в опрос!
- **Найдите материал по инфомаркетингу и внедрите его у себя!**

#### *Как внедрить?*

- Найти или придумать полезную информацию по вашей теме;
- Продумать спец. предложения для ваших клиентов;
- Использовать ОДП;
- Разработать список вопросов для клиентов.

#### *Сколько будет стоить?*

Затраты на инфопродукты по маркетингу + оплата копирайтерам за продающие письма = 5 – 10 тысяч рублей.

## 7. Постоянный клиент



### 80% денег приносят постоянные клиенты.

В зависимости от цикла покупки в разных нишах – это абсолютно разные показатели. Если в продажах игрушек или программного обеспечения- этот цикл покупки может быть от 2-х до 5 месяцев, то в продаже недвижимости- этот показатель зашкаливает за двадцать лет. Разобьем их на две части.

- 1. Малый цикл покупки** – «не отпускаем» клиента, выдаем ему полезную информацию и к каждому моменту «среднего цикла» покупки, выдаем вкусные предложения. Предоставляем возможность получить VIP карту. **Не даем о себе забыть, но и не надоедаем постоянными продажами.**



2. **Длительный цикл покупки** – тут работа гораздо тоньше. Здесь запускается «сарафанное радио». Бонусы, подарки и прочие «вкусняшки» тем, кто приведет к вам нового клиента. Таким образом, мы жертвуем каким-то процентом прибыли, но обретаем нового клиента, который приведет к нам еще и еще. Так работают мощные компании.

### *Как внедрить?*

Разрабатываем акции, vip-карты и предложения для постоянных клиентов + начинаем их предлагать.

### *Сколько будет стоить?*

Распечатка карт – цены очень разнятся в зависимости от тиража.

Оплата клиентам за клиентов 5 – 10% от маржи.

## 0.0 Заключение

С вами был Даниил Пищалкин.

Я надеюсь, что прочитав этот материал, вы внедрите хотя бы 10%.

Будьте уверены, что получите результаты сразу!

**Ведь узнать и сделать - это два абсолютно разных процесса.**

Мы все часто так перегружены информацией... Пора бы действовать! Внедряйте! Зарабатывайте! Удачи!

**Улыбайтесь чаще 😊**

**P.S.**

**Позвоните по телефону +7 (925) 378 45 60**

**и получите бесплатную экспресс-консультацию по вашим рекламным материалам и возможным точкам потери клиентов.**

**P.P.S.**

**Если вы внедрили что-либо из материала выше, получили эффект и вас «вштырило» - поздравляю! Вы попадаете в мою Мастер-группу на целую неделю – **БЕСПЛАТНО**. Для этого напишите сюда:**

**Почта: [Daniel.pishalkin@gmail.com](mailto:Daniel.pishalkin@gmail.com)**

**Skype: Daniel\_not3d**