

«КАК ПРОДАВАТЬ, КОГДА НЕ ПРОДАЁТСЯ. ПРАКТИЧЕСКИЙ КУРС ДЛЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ»

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ

ГЛАВА 1: ПОНИМАНИЕ СУЩНОСТИ КРИЗИСА

Определение кризиса в бьюти-бизнесе.

Какие типы кризисов.

Зачем нужно адаптироваться к кризисным ситуациям.

Основные вызовы и трудности в продажах в этот период.

ГЛАВА 2: АНАЛИЗ СИТУАЦИИ И РЕОРГАНИЗАЦИЯ БИЗНЕСА

Раздел 2.1: Исследование рыночной ниши в условиях кризиса

Сбор и анализ данных о рынке.

Определение изменений в потребительском поведении.

Идентификация новых возможностей и трендов.

Раздел 2.2: Анализ конкурентов и изменения на рынке

Оценка действий конкурентов в период кризиса.

Как конкуренты адаптируются к новым условиям.

Определение конкурентных преимуществ и слабых сторон.

Раздел 2.3: Реорганизация продуктов и услуг под требования рынка

Адаптация товаров и услуг к текущим потребительским потребностям.

Разработка новых продуктов и услуг в ответ на изменения.

Улучшение качества и эффективности предложения.

Раздел 2.4 . Как сделать анализ продаж в кризис

ГЛАВА 3: СТРАТЕГИИ ДЛЯ КРИЗИСНЫХ ПРОДАЖ

Какие стратегии программ

Что должен делать бьюти-предприниматель

Как разработать стратегию продаж

ГЛАВА 4: ПРОДАЖА В УСЛОВИХ КРИЗИСНОГО БЮДЖЕТА

Раздел 4.1: Эффективное управление маркетинговым и продажным бюджетом

Разработка бюджетных стратегий в кризис

Приоритетные направления расходов в продажах и маркетинге

Мониторинг и контроль расходов

Раздел 4.2: Сокращение затрат в продажах без потери качества

Оптимизация процессов в продажах.

Пересмотр процессов и устранение издержек.

Эффективное использование ресурсов.

ГЛАВА 5:

40 САМЫХ ЭФФЕКТИВНЫХ СПОСОБОВ И ТЕХНИК ПРОДАЖ В КРИЗИС

ГЛАВА 6:

ВОЗРАЖЕНИЯ ПРИ ПРОДАЖАХ В КРИЗИС И ОТВЕТЫ НА НИХ

1. ВВЕДЕНИЕ

В чём важность эффективного обращения с возражениями

бьюти-клиентов в трудные времена.

Какие проблемы могут возникнуть, и почему важно грамотно отреагировать.

2. ПОНИМАНИЕ ОСНОВНЫХ ВОЗРАЖЕНИЙ В КРИЗИС

Какие изменения в поведении и потребительских предпочтениях клиентов могут произойти в кризис.

3. РАЗРАБОТКА ЭФФЕКТИВНЫХ ОТВЕТОВ.

Персонализированный подход: создание ответов клиенту.

Эмпатия и понимание.

4. СЦЕНАРИИ ОБРАБОТКИ СЛОЖНЫХ СИТУАЦИЙ.

Подготовка ответов на нестандартные или агрессивные возражения.

Анализ реальных случаев успешного преодоления возражений.

5. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПОЗИТИВНЫХ ОТЗЫВОВ И РЕКОМЕНДАЦИЙ.

Внедрение положительных отзывов клиентов в ответах на возражения.

Использование успешных кейсов в рекламных материалах.

6. 35 ВОЗРАЖЕНИЙ И ОТВЕТЫ НА НИХ. СКРИПТЫ ПРОДАЖ.