

Лиды есть, а продаж нет — что делать?



Презентацию составил и ведет:

Евгений Костров

Основатель и руководитель
агентства Evklead

Обратная связь?

Связь?

Города?

Чем занимаетесь?

Кто виноват?

Всем присутствующим
сегодня на вебинаре и
тем кто посмотрит в
записи скидка на аудит,
стратегию и
консультацию - 50%



EVKLEAD

Evklead — агентство маркетинга и продаж
для производителей

- На рынке: с 2014 года
- Специализация: B2B
- Инструменты: интернет-маркетинг
- Фокус: расширение клиентской базы

Евгений Костров

- Стратег-маркетолог
- Сооснователь и руководитель Evklead

Помогаю производителям увеличить
сбыт продукции через интернет

- С 2009 в интернет-маркетинге
- Опыт работы с крупными РФ брендами и зарубежными компаниями
- 200+ клиентских проектов
- Специализируюсь на сложных и интересных решениях в интернет-маркетинге для B2B



Содержание

1. О грустном
2. Почему так происходит?
3. Что делать?
4. Бонусы

10 грустном

1. Поговорим о грустном

Менеджеры по продажам большую часть рабочего времени тратят на тех клиентов, кто не купит.

В ближайшем обозримом будущем.

Или вообще, НИКОГДА.



2. Об очень грустном

К менеджерам по продажам
присоединяются
маркетологи.

Они привлекают лиды.

И тратят время на
нецелевые лиды.



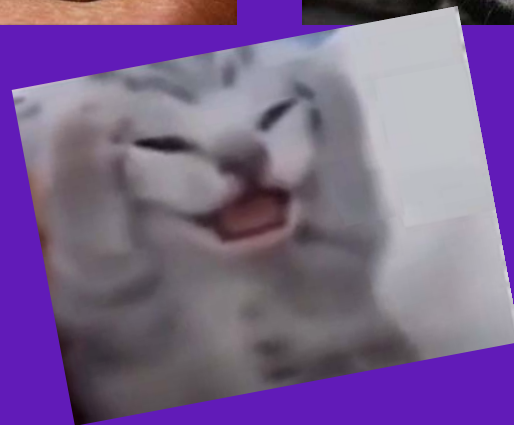
3. Причины низкой конверсии

1. Нет лидов

2. Лиды есть, но они нецелевые

3. Целевые лиды — нет продаж

Обратная связь?



2. Почему так происходит?

4. Маркетолог — друг продавца

РАНЬШЕ:

- **Старая модель** (только звонки, письма, встречи, конференции, выставки).
- **Инициатор сделки:** продавец
- **Маркетинга:** нет
- **Отдел продаж:** выгорает



Проблемы: база проработана, снижается эффективность обзвона

СЕЙЧАС:

- **Новая модель.** Рекламные системы за счет интернет-технологий находят базы клиентов и в итоге САМ клиент звонит и оставляет заявку (лид) в ОП
- **Инициатор сделки:** клиент
- **Маркетинг:** дает лиды
- **Отдел продаж:** ведет переговоры



Результат: больше продаж с новых источников

5. Как работает лидогенерация

Лидогенерация через интернет-рекламу:

Система digital-продвижения (система лидогенерации) — это комбинация трафика (внимания) целевой аудитории, с рекламными поверхностями (конвертер), отделом продаж в CRM и аналитикой.

Результат. Стабильный поток новых заказчиков ежемесячно без раздутых рекламных бюджетов.



Трафик



Конвертер

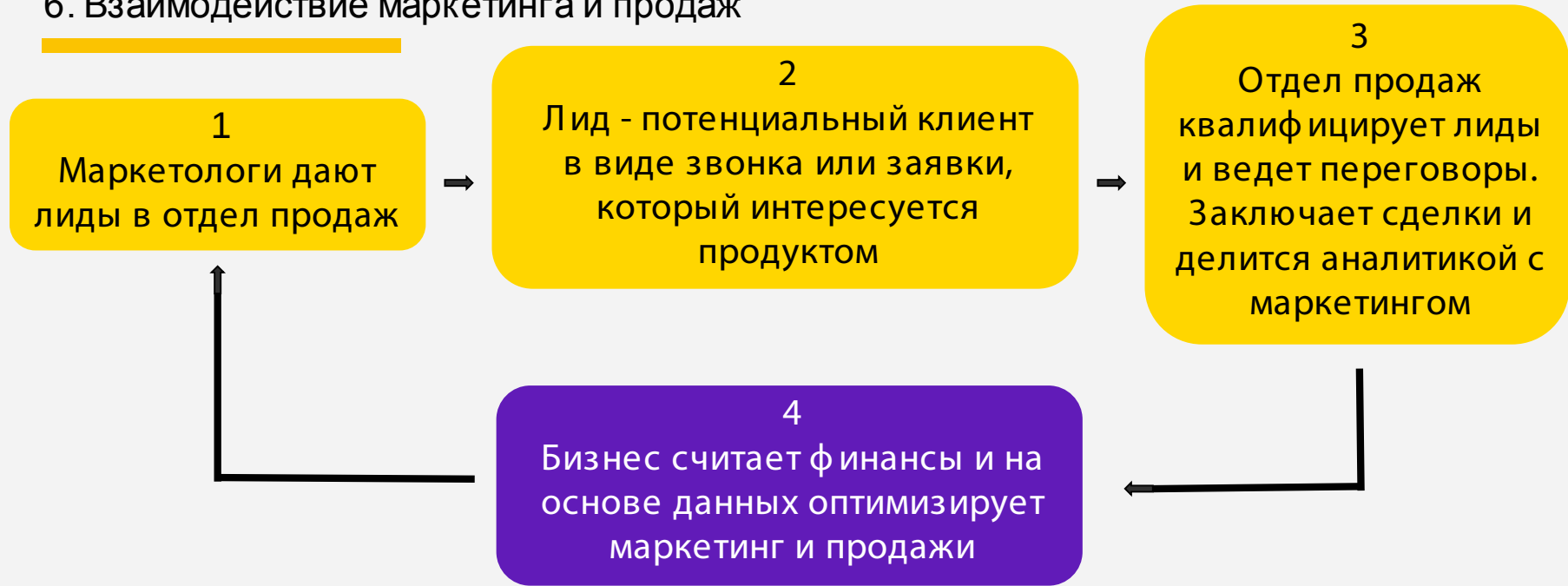


Отдел
продаж



Аналитика

6. Взаимодействие маркетинга и продаж



Этот подход защищает рекламный бюджет от сжигания денег впустую. Правильнее оптимизировать не 1 звено на 75%, а каждое звено на 5-10%.

7. Лиды бывают разные

ХОЛОДНЫЕ ЛИДЫ

- Список контактов
- Еще не знают о предложении
- Не готовы общаться
- Воспринимают холодно
- Инициатор — продавец
- Износ менеджера

Проблема: низкая конверсия из холодного лида в сделку, негатив на спам

ТЕПЛЫЕ ЛИДЫ

- Реклама на заказчиков
- Сначала смотрят предложение в сети
- Заинтересовываются общаться
- Воспринимают теплее
- Инициатор — заказчик
- Радостный менеджер

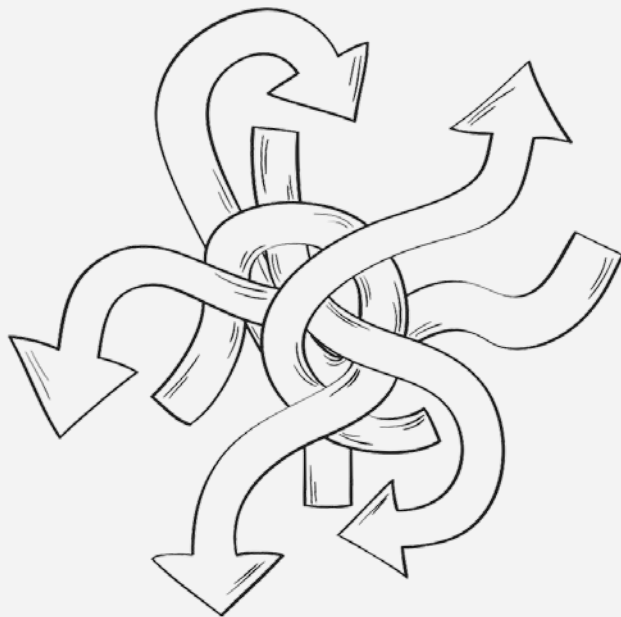
Решение: за счет рекламы касаемся 5-10 раз заказчика в сети и потом он сам звонит, делает запрос

8. И вот вы нанимаете маркетолога

ДЕЛАЙ ЛИДЫ ДРУЖОК!



9. Происходит какая-то магия



10. В итоге может получиться так

Обратная связь
Какая у вас ситуация?

Продажи:

—Это лиды пустышки. Там не наши клиенты. Нам бы столько бюджетов, как у этих маркетологов, мы бы продали больше.

Маркетологи:

—Да вы заявки теряете. Не можете позвонить нормально. Звоните через день. Пык-мык, ничего сказать не можете.



11. Что делать руководителю?

Есть варианты?))

Маркетологи:

- мы сделали 110 лидов по цене 330 руб за лид!!!

Продажи:

- с этих лидов мы провели 3 презентации, пока не заключались

РУКОВОДИТЕЛЬ
И ЧТО МНЕ ДЕЛАТЬ?

3. Что делать?

12 Что делать для повышения качества лидов

13. Определить, что для вас целевой и нецелевой лид?
14. Провести аудит, кто виноват, трафик, лиды, продажи?
15. Определить, что, кому, где и как продавать? Выполнить сегментацию и позиционирование —ключ к качественной конверсии.
16. Разработать единый CJM маркетинга и продаж
17. Разделить лиды на MQL —SQL
18. Внедрить квалификацию лидов MQL и SQL
19. Разработать журнал лидов для контроля
20. Озвучить SMART цель для коммерческого отдела
21. Оцифровать воронку и ставить единый цели SMART измеримые в деньгах
22. Добавить доп. продуктов в воронку продаж из мира маркетинга

Добавляйтесь в друзья

Добавляйтесь в друзья,
отправлю пресеты

QR VK



ЕВГЕНИЙ КОСТРОВ

vk - <https://vk.com/evkostrov>

inst - <https://www.instagram.com/ekostrov/>

fb - <https://www.facebook.com/ekostrov>

Каналы (маркетинг, бизнес, идеи):

tg - <https://t.me/evkkostrov> (канал)

vk - <https://vk.com/evkkostrov> (канал)

тч - <https://tenchat.ru/ekostrov>

ли - <https://www.linkedin.com/in/evkostrov/>

Личные сообщения:

tg - <https://t.me/ekostrov>

wa - <https://wa.me/79109775953>

Сайты

<https://evkostrov.ru/>

<https://ekostrov.ru/>

<http://ev.agency/>

QR INSTAGRAM



13. Определить, что для вас целевой и нецелевой лид? На примере Evklead Спутник

Целевой лид

- Производитель (обязательно)
- B2B рынок (обязательно)
- 150 000 руб. / мес (обязательно)
- широкое гео продаж (желательно)
- спрос в нише (желательно)

Нецелевой лид

- Эксперты, услуги, сервисы, локальные бизнесы
- B2C рынок
- нет бюджета
- узкое гео продаж
- нет спроса в нише

14. Провести аудит, кто виноват, трафик, лиды, продажи?

Где проблема?

- Мусорный трафик? (нет позиционирования, отстройки)
- Качество лидов? (прослушать звонки, выяснить причины отказов)
- Методы и результаты продаж? (winrate менеджеров?)

15. Определить, что, кому, где и как продавать? Выполнить сегментацию и позиционирование — ключ к качественной конверсии



что, кому, где и как
продавать?

<https://opt.setkabasis.ru/>

Message Media Market – правило 3М

Этот принцип выдвинул Дэн Кеннеди — один из лучших маркетологов мира.

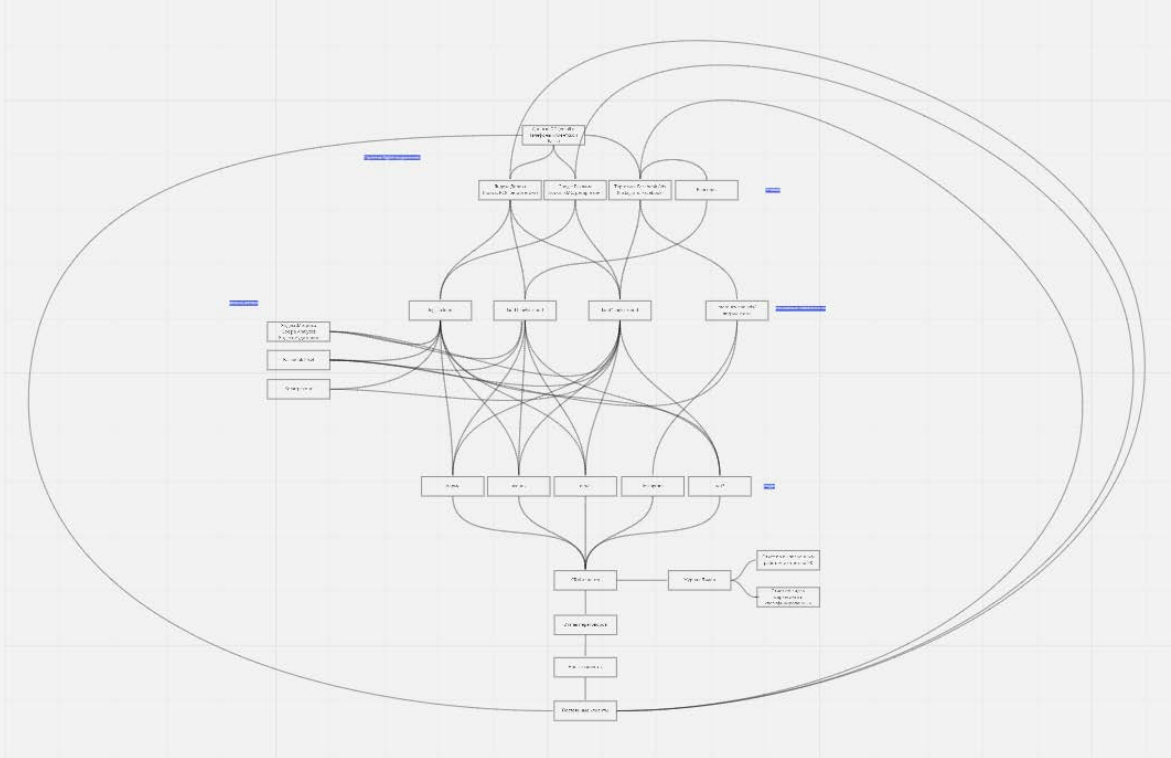
В рекламе должны быть правильно определены три составляющие:

message — сообщение;

media — способ передачи сообщения;

market — рынок или целевая аудитория.

16. Разработать единый CJM маркетинга и продаж



[ссылка](#)

16.2 Разработать единый CJM маркетинга и продаж

В итоге у маркетинга:

Стратегия коммуникации,
стратегия лидогенерации т.е.
каналы трафика, рекламные
поверхности, типы лидов, куда и
как эти лиды передавать и т.д.

В итоге у продаж: Этапы переговоров в CRM

Наши этапы:

Получен лид

Взят в работу

Недозвон

Квалифицирован

Отправлен на анализ

Анкета отправлена

Анкета заполнена

Отправлен на дожим

Назначена презентация

Проведена презентация

Получены реквизиты

Отправлен договор и счет

Счет оплачен

17. Разделить лиды на MQL — SQL

MQL (Это Marketing Qualified Lead —лид, чья квалификация подтверждена отделом маркетинга)

SQL (Это Sales Qualified Lead – лид с квалификацией, подтвержденной отделом продаж)

1. Маркетинг фильтрует лиды для ОП по единым правилам
2. Продажи работают не со всеми лидами, а только с SQL
3. Для разных типов лидов —разные сценарии обработки, воронки

- это 3-4 критерия из ОП, достаточных понять, что лид качественный
- чем жестче требования, тем меньше лидов и тем они дороже

— минимальный набор: дозвонились до лида, лиды интересовался продуктом (а не трудоустройством)

— можно добавить:

гео, средний чек, физик/юрик, ниша, оборот, наличие свойств, важных для продукта (отдел продаж)

У Evklead: B2B, Продукция, Производитель, Есть ли ОП

Александр - упаковка из дерева

#30020607

ТЕСТИРОВАТЬ

Назначение презентации

Отправлен на анализ (3 дня)

Основное **Квалифика** Анкета Скоринг Документы Счета/поку Периодиче Отказ Технически

В2В*	да
Продукция*	Да
Производитель*	Да
Есть ли ОП*	Выбрать
Ссылка на сайт	https://euroboxes.ru/
Основной продукт	деревянные ящики военные ящики фанерны
Какая задача?	поток клиентов
Какая география продаж?	...
Как сейчас привлекаете заказчиков?	...
Бюджет. Есть 150 000 руб./мес?	Выбрать
Полномочия. ЛДПР?	Выбрать
Сроки. В ближайшее время	Выбрать
Проблема. Почему именно сейчас реши	...

19. Разработать журнал лидов для контроля

Каждую неделю или 1раз в месяц

- все лиды MQL выгружаются в Google Drive
- задача продавца выгрузить квалификацию
- из этого мы узнаем, сколько SQL
- какие причины брака?

Пример:

- ссылка (сломалась :)) напишите, если нужна

Результат: маркетологи знают качество лидов и получая причины отказа улучшают трафик и рекламные поверхности

— автоматизированные варианты

Имя	Phone	Email	leadid	sent	Категория лида	Причина отказа	Комментарий	utm_source	utm_medium	utm_campaign	utm_content
Тест	+7 999 000-00-00	email@gmail.ru	3058846 224379741	2021-06-03 11:13:31	Неактивный	Ссылка сломалась	Тестовый лид				
Сера Викторовна	+7 999 000-00-00	email@gmail.ru	3058846 224379741	2021-06-03 11:13:31	Неактивный	Ссылка сломалась	Тестовый лид				
Дмитрий	+7 999 000-00-00	email@gmail.ru	3058846 224379741	2021-06-03 21:51:54	Активный	Ссылка сломалась	Тестовый лид				
Елена	+7 999 000-00-00	email@gmail.ru	3058846 224718731	2021-06-04 19:24:16	Активный	Ссылка сломалась	Тестовый лид				
Виталий АНАТОЛЬЕВИЧ	+7 999 000-00-00	email@gmail.ru	3058846 225074251	2021-06-04 23:49:39	Неактивный	Ссылка сломалась	Тестовый лид				
Евгений Юрьевич	+7 999 000-00-00	email@gmail.ru	3058846 225113681	2021-06-05 06:48:21	Активный	Ссылка сломалась	Тестовый лид				
директор Москва Вера Николаевна	+7 999 000-00-00	email@gmail.ru	3058846 225388091	2021-06-05 19:48:40	Активный	Ссылка сломалась	Тестовый лид				
Денис Игорь Константинович	+7 999 000-00-00	email@gmail.ru	3058846 225402451	2021-06-05 23:05:45	Активный	Ссылка сломалась	Тестовый лид				
Маслова Ирина	+7 999 000-00-00	email@gmail.ru	3058846 225441441	2021-06-09 00:41:07	Активный	Ссылка сломалась	Тестовый лид				
Наталия	+7 999 000-00-00	email@gmail.ru	3058846 225632461	2021-06-09 11:27:10	Активный	Ссылка сломалась	Тестовый лид				
Савельева Алина	+7 999 000-00-00	email@gmail.ru	3058846 225871541	2021-06-09 18:24:33	Неактивный	Ссылка сломалась	Тестовый лид				
Михаил Александрович	+7 999 000-00-00	email@gmail.ru	3058846 227291581	2021-06-11 04:34:11	Активный	Ссылка сломалась	Тестовый лид				
Полуляева	+7 999 000-00-00	email@gmail.ru	3058846 227321611	2021-06-11 09:35:48	Активный	Ссылка сломалась	Тестовый лид				
Александра Мухоморова	+7 999 000-00-00	email@gmail.ru	3058846 227781251	2021-06-12 08:10:51	Неактивный	Ссылка сломалась	Тестовый лид				
Татьяна Голуб	+7 999 000-00-00	email@gmail.ru	3058846 228144781	2021-06-12 18:28:40	Активный	Ссылка сломалась	Тестовый лид				
Леонова Елена	+7 999 000-00-00	email@gmail.ru	3058846 228168481	2021-06-13 04:48:29	Активный	Ссылка сломалась	Тестовый лид				
Александра	+7 999 000-00-00	email@gmail.ru	3058846 229784191	2021-06-17 05:04:12	Активный	Ссылка сломалась	Тестовый лид				
Наталья Лаврова	+7 999 000-00-00	email@gmail.ru	3058846 230371931	2021-06-18 14:40:35	Активный	Ссылка сломалась	Тестовый лид				
Анжелика	+7 999 000-00-00	email@gmail.ru	3058846 230731441	2021-06-19 12:40:52	Активный	Ссылка сломалась	Тестовый лид				
Виктор	+7 999 000-00-00	email@gmail.ru	3058846 231090271	2021-06-20 08:39:13	Активный	Ссылка сломалась	Тестовый лид				
Светлана Александровна	+7 999 000-00-00	email@gmail.ru	3058846 231178711	2021-06-20 12:26:35	Неактивный	Ссылка сломалась	Тестовый лид				
Ольга Филипповна	+7 999 000-00-00	email@gmail.ru	3058846 231138431	2021-06-20 12:26:11	Неактивный	Ссылка сломалась	Тестовый лид				
Арубаева Наталья	+7 999 000-00-00	email@gmail.ru	3058846 231178711	2021-06-20 14:02:45	Активный	Ссылка сломалась	Тестовый лид				
Александра Андреевна	+7 999 000-00-00	email@gmail.ru	3058846 231281611	2021-06-20 18:45:04	Активный	Ссылка сломалась	Тестовый лид				
Васильева Жан Геннадьевна	+7 999 000-00-00	email@gmail.ru	3058846 231345641	2021-06-20 17:18:15	Активный	Ссылка сломалась	Тестовый лид				
Римов	+7 999 000-00-00	email@gmail.ru	3058846 231285231	2021-06-20 19:52:48	Неактивный	Ссылка сломалась	Тестовый лид				

20. Озвучить SMART цель для коммерческого отдела

Бизнес: увеличить оборот на 100 млн. руб. за 2022 год

Продажи:

Нужно столько новых клиентов: 700 шт., на такие продукты: список, такие средние чеки: 130 000 на первые сделки. Последующие сделки: ?

Маркетинг: нужно привлечь ??? лидов/мес. и нужен такой бюджет: ??? 1/мес.

Срок: выполнить план за 2021-2022 год.



21. Оцифровать воронку и ставить единый цели SMART измеримые в деньгах

- Сколько денег нужно заработать?
- Какая у вас рентабельность по каждой категории продукции?
- **Конверсия в продажу из маркетинговых лидов? Сколько стоит лид? Сколько стоит сделка?**
- Средний чек на первую сделку у нового клиента по каждой категории?
- LTV категории продукции за год, за 5 лет?

ЕСТЬ ДАННЫЕ? Домашнее задание: ссылка

22. Добавить доп. продуктов в воронку продаж из мира маркетинга

Трипваер

Разбить сложный и большой продукт на небольшие этапы

—лид-магнит (что-то бесплатное)

—трипваер (отвечает на вопрос, что делать или как сделать, чтобы был результат), дает попробовать имеет большую ценность для клиента и небольшую цену для бизнеса

Пример: получить оптовые цены, тестовые образцы, выезд технолога, консультация, обучение, калькуляторы, конфигураторы, какая-то польза, мастер-класс

Ключевая история — не продавать в лоб, а дробить шаги маркетинга и продаж на небольшие этапы. Вокруг осн. продукта добавлять доп. продукты. Тест-драйвы, разработка проекта и т.д.

23. Найти оптимальный путь по воронке после квалификации

1. Вместо КП —проводить презентации с демонстрацией экрана и видео.

Не отправлять, а объяснять. Если продукт сложный, проектные продажи.

1. Вместо 1 презентации, делать 2 презентации —знакомство и КП.
На этапе знакомство —сбор информации т.к. это проектные продажи. На этапе —объяснение.
2. Отправлять видео КП

24. Кейс Вектор М — аудит

- 1 90% лидов нецелевые лидов
2. Нецелевой лид - что это? Тот клиент, который не подходит отделу продаж под его критерии.

Например, маленькая партия, запрос на другой продукт, который не продается — до 1000 пакетов, это маленькая.

- 1 Проблема на стороне маркетинга. Он приводит нецелевые лиды.
- 1 Почему? Выбрана неверная аудитория.
2. Реклама - за клики, не за лиды. Аудитория была B2C. Нет нишевания под отрасли. Нет позиционирования под крупный опт.

25. Арматура+ opt.setkabasis.ru

- 1 80% лидов нецелевые лидов
2. Заказы от ИЖС строительных бригад/частников.

Целевой лид —большой строительный промышленный объект.

- 1 Проблема на стороне маркетинга. Он приводит нецелевые лиды.
- 1 Почему? Нет позиционирования.
2. Сделали позиционирование. Качество лидов повысилось. Доля нецелевых лидов снизилась до 40%. в 2 раза.

Бонусы

Зачем?

Скидка 50% на консалтинговые продукты

<https://evkostrov.ru/p/6e015c/>

- разработка стратегии
- аудит текущей ситуации
- стратегическая сессия

ссылка на страницу



1 Стратегическая сессия

Длительность: 1 час 30 минут.

Кому: руководителям оптово-производственных компаний

Зачем: найти ответы по текущей ситуации

Формат: личная консультация онлайн Zoom, Skype, Google Meet

Кто проводит: Евгений Костров, стратег-маркетолог, основатель Evklead

Стоимость: 14 500 ₽*

*100% гарантия возврата средств по договору, если сессия по моей или вашей оценке прошла не эффективно.

→ **Записаться**
ответьте на 3 вопроса

2 Стратегия digital-продвижения

Срок: до 14 дней

Кому: тем, у кого еще нет стабильного потока заказчиков через интернет-продвижение.

Зачем: узнать, как производителю запустить стабильный поток новых заказчиков из интернета

Формат: звонок, брифование, аудит, разработка стратегии, презентация

Кто проводит: 3 специалиста Evklead

Стоимость: 35 000 ₽

→ **Обсудить проект**
заполните форму

3 Аудит рекламных кампаний

Срок: до 14 дней

Кому: тем, у кого уже есть рекламные кампании, веб-аналитика, CRM, возможно коллтрекинг, сквозная аналитика.

Зачем: узнать, как производителю от системы маркетинга получать больше продаж, без увеличения рекламного бюджета.

Формат: звонок, брифование, аудит, разработка отчета, презентация

Кто проводит: 3 специалиста Evklead

Стоимость: 10 000 ₽

БЕСПЛАТНЫЙ ЭКСПРЕСС-АНАЛИЗ

Экспресс-анализ для
производителей

Ответьте на 4 вопроса и
специалисты Evklead проведут
анализ.

<https://ev.agency/analyze/>



В результате расскажем:

- как запустить сбыт?
- как увеличить продажи от каналов интернет-рекламы?
- как выйти на крупных заказчиков?
- как выстроить сбыт B2B и B2C?
- что делают конкуренты?
- сколько стоит лид и есть ли у нас кейс в вашей нише?

Добавляйтесь в друзья

Добавляйтесь в друзья,
отправлю пресеты

QR VK



ЕВГЕНИЙ КОСТРОВ

vk - <https://vk.com/evkostrov>

inst - <https://www.instagram.com/ekostrov/>

fb - <https://www.facebook.com/ekostrov>

Каналы (маркетинг, бизнес, идеи):

tg - <https://t.me/evkkostrov> (канал)

vk - <https://vk.com/evkkostrov> (канал)

тч - <https://tenchat.ru/ekostrov>

ли - <https://www.linkedin.com/in/evkostrov/>

Личные сообщения:

tg - <https://t.me/ekostrov>

wa - <https://wa.me/79109775953>

Сайты

<https://evkostrov.ru/>

<https://ekostrov.ru/>

<http://ev.agency/>

QR INSTAGRAM

