

Прокачай свой бизнес

7 чек-листов

Содержание

- [7 качеств сильной стратегии](#)
- [Все ли ты делаешь, чтобы влюбить в себя клиента](#)
- [27 тактик по улучшению цены](#)
- [Способы нематериальной мотивации сотрудников](#)
- [Показатели, по которым можно оценивать эффективность бизнеса](#)
- [Ошибки, которые тормозят бизнес](#)
- [Проверь свой личный бренд](#)

7 качеств сильной стратегии

- Стратегия отвечает на вопрос «что?» и четко рассказывает, что ты делаешь на рынке, какую продукцию поставляешь

- Стратегия отвечает на вопрос «зачем?» и раскрывает принципы и цели бизнеса

- Стратегия отвечает на вопрос «как?» и описывает шаги по достижению целей

- Стратегия учитывает перемены на рынке. Например, смену тенденций, социально-экономическую динамику, устоявшиеся процедуры и поведение других игроков

- Твою стратегию трудно или невозможно скопировать

- Стратегия опирается на конкурентное преимущество

- Стратегия повышает спрос на продукцию компании

Все ли ты делаешь, чтобы влюбить в себя клиента

Делаешь клиенту чуть больше, чем написано в договоре
(есть набор приятных сюрпризов для клиента)

Готовишь для клиента рекомендации, которые экономят ему время и деньги

Рекомендуешь продукцию клиента своим друзьям и знакомым

Опережаешь события: если клиент прислал вопрос, то сразу отвечаешь на все вопросы, которые могут впоследствии у него возникнуть

Присылаешь клиенту отчет о выполнении каждой его просьбы

Используешь при общении с клиентом дружественный тон

Подготовлено экспертами платформы «Деловая среда» на основе блога агентства [PR Partner](#)

27 тактик по улучшению цены

- | | |
|---|--------------------------|
| 1. Уменьши левую цифру на одну единицу.
Пример: 3000 рублей → 2999 рублей | <input type="checkbox"/> |
| 2. Используй для товаров эмоциональных покупок округленные цены (10/50/100), а для рациональных покупок – неокругленные (19 360/99,40) | <input type="checkbox"/> |
| 3. Разделяйте стоимость товара и доставки/упаковки/прочие услуги.
Пример: 2500 рублей → 2000 рублей + 500 рублей за доставку | <input type="checkbox"/> |
| 4. Предлагай продукт в рассрочку.
Пример: 499 рублей → 99 рублей в месяц (5 месяцев) | <input type="checkbox"/> |
| 5. Указывай величину ежедневного взноса.
Пример: 599 рублей в месяц → 20 рублей в день | <input type="checkbox"/> |
| 6. Размещай цены в левом нижнем углу | <input type="checkbox"/> |
| 7. Используй меньший размер шрифта с маленьким интервалом | <input type="checkbox"/> |
| 8. Используй на ценнике конгруэнтный язык.
Например: «низкий», «маленький», «крошечный» | <input type="checkbox"/> |
| 9. Не округляй большие суммы. Пиши точную цену.
Пример: 350 000 рублей → 362 978 рублей | <input type="checkbox"/> |
| 10. Начинай переговоры с высоких и точных (неокругленных) чисел | <input type="checkbox"/> |
| 11. Указывай рядом с товаром более высокие «сопутствующие» цены | <input type="checkbox"/> |
| 12. Подними цену на предыдущую версию продукта | <input type="checkbox"/> |
| 13. Визуализируй отличие двух цен | <input type="checkbox"/> |
| 14. Предлагай продукт-приманку с неоправданно высокой или невыгодной ценой по сравнению с другим продуктом | <input type="checkbox"/> |
| 15. Бери предоплату | <input type="checkbox"/> |
| 16. Продавай комплектами | <input type="checkbox"/> |
| 17. Смещай внимание на время, а не на деньги | <input type="checkbox"/> |
| 18. Создай платежный механизм (промежуточное средство между деньгами и непосредственно платежом). Например: подарочная карта, карта Starbucks, карта «Тройка» | <input type="checkbox"/> |

- 19. Выбирай скидку с большим значением.
Например, из скидки в 20%, равной 10 рублям, выбирай 20% и, наоборот, из скидки в 10%, равной 20 рублям, выбирай скидку в 20 рублей

- 20. Указывай причину скидки

- 21. Округляй скидку.
Пример: 23% → 25%

- 22. Поднимай цены чаще, но по чуть-чуть

- 23. Не используй несуществующие низкие цены для заманивания и привлечения

- 24. Показывай сначала товар, потом цену – для эмоциональных покупок, наоборот – для рациональных

- 25. Указывай цену всегда справа от количества

- 26. Сделай ценник на мужские товары красным. Мужчины покупают чаще, когда цена красного цвета

- 27. В прайс-листах (тарифных планах) сортируй товары по ценам: от большей к меньшей

Подготовлена экспертами платформы «Деловая среда» на основе материалов компании [«Академия маркетинга»](#)



Способы нематериальной мотивации

Оплачиваемые отгулы, дополнительные дни отпуска	<input type="checkbox"/>
Гибкий график работы	<input type="checkbox"/>
Билеты на культурные мероприятия (концерты, выставки)	<input type="checkbox"/>
Корпоративные мероприятия	<input type="checkbox"/>
Обучение за счет компании	<input type="checkbox"/>
Персональная похвала и благодарность при коллегах	<input type="checkbox"/>
Организация конкурсов с призовым фондом среди сотрудников	<input type="checkbox"/>
Персональный карьерный план	<input type="checkbox"/>
Личное поздравление со знаменательными датами (день рождение, юбилей, свадьба, рождение детей)	<input type="checkbox"/>
Создание более комфортных условий труда (рабочего места, зон для отдыха)	<input type="checkbox"/>
Проведение мотивирующих совещаний	<input type="checkbox"/>
Привлечение сотрудников к принятию решений или поиску улучшений	<input type="checkbox"/>
Доступ к доходам и расходам компании	<input type="checkbox"/>
Поощрительные командировки	<input type="checkbox"/>
Право первого выбора (времени отпуска, клиента, места командировки)	<input type="checkbox"/>
Информирование всего коллектива о достижениях сотрудника	<input type="checkbox"/>
Скидки на продукцию или услуги компании	<input type="checkbox"/>
Возможность подработки	<input type="checkbox"/>
Переименование должности на более презентабельную	<input type="checkbox"/>
Организация питания для сотрудников	<input type="checkbox"/>
Предоставление абонемента или корпоративной скидки в фитнес-клуб или спортзал	<input type="checkbox"/>
Встреча с высшим руководством	<input type="checkbox"/>



Показатели, по которым можно оценивать эффективность бизнеса

Увеличение ассортимента

Сокращение или удержание на низком уровне процента брака

Рост выработки на одного сотрудника

Объем продаж

Рост доли продаж высокомаржинальных продуктов

Рост продаж через наиболее рентабельные каналы

Рост числа повторных покупок

Доля рынка

Себестоимость продукта

Рентабельность продаж (ROS)

Количество новых клиентов

Показатели, присущие только твоему бизнесу

Ошибки, которые тормозят бизнес

У тебя отсутствует цельная картина бизнеса, нет системности в управлении

Ты не выделяешь бюджет на развитие – только на текущую операционную деятельность

В твоей компании нет единой информационной системы

Ты тратишь много времени на рутину и работу, которую можешь поручить другим

Ты откладываешь стратегические решения на потом

Ты слишком жестко регламентируешь работу сотрудников, ограничиваешь их строгими рамками и правилами

Ты не переводишь важные неформальные договоренности в формальные

Ты занимаешься микроменеджментом и контролируешь каждый шаг своей команды

Ты фокусируешься на продажах, а не на клиентах: твои менеджеры не выявляют потребности клиентов, а стараются продать товар любой ценой

Ты управляешь сотрудниками в обход их непосредственного руководителя

Проверь свой личный бренд

Я знаю, какой образ хочу сформировать

Я знаю, что ценится в бизнесменах и руководителях моей отрасли

У меня есть личный сайт

Я веду блог и регулярно делюсь интересным контентом

Я активно участвую в общении в Сети и на мероприятиях

Я слежу за упоминанием моего имени и моей компании

Я одеваюсь, говорю и пишу в стиле своей отрасли

У меня есть план публикаций контента на личном сайте, и я соблюдаю его

Я публикуюсь в СМИ, интересных моей целевой аудитории

Я выступаю на тематических конференциях и форумах

Я веду авторскую колонку в одном из СМИ