

# Автоматизированная воронка продаж

Организация работы отделов РиСО

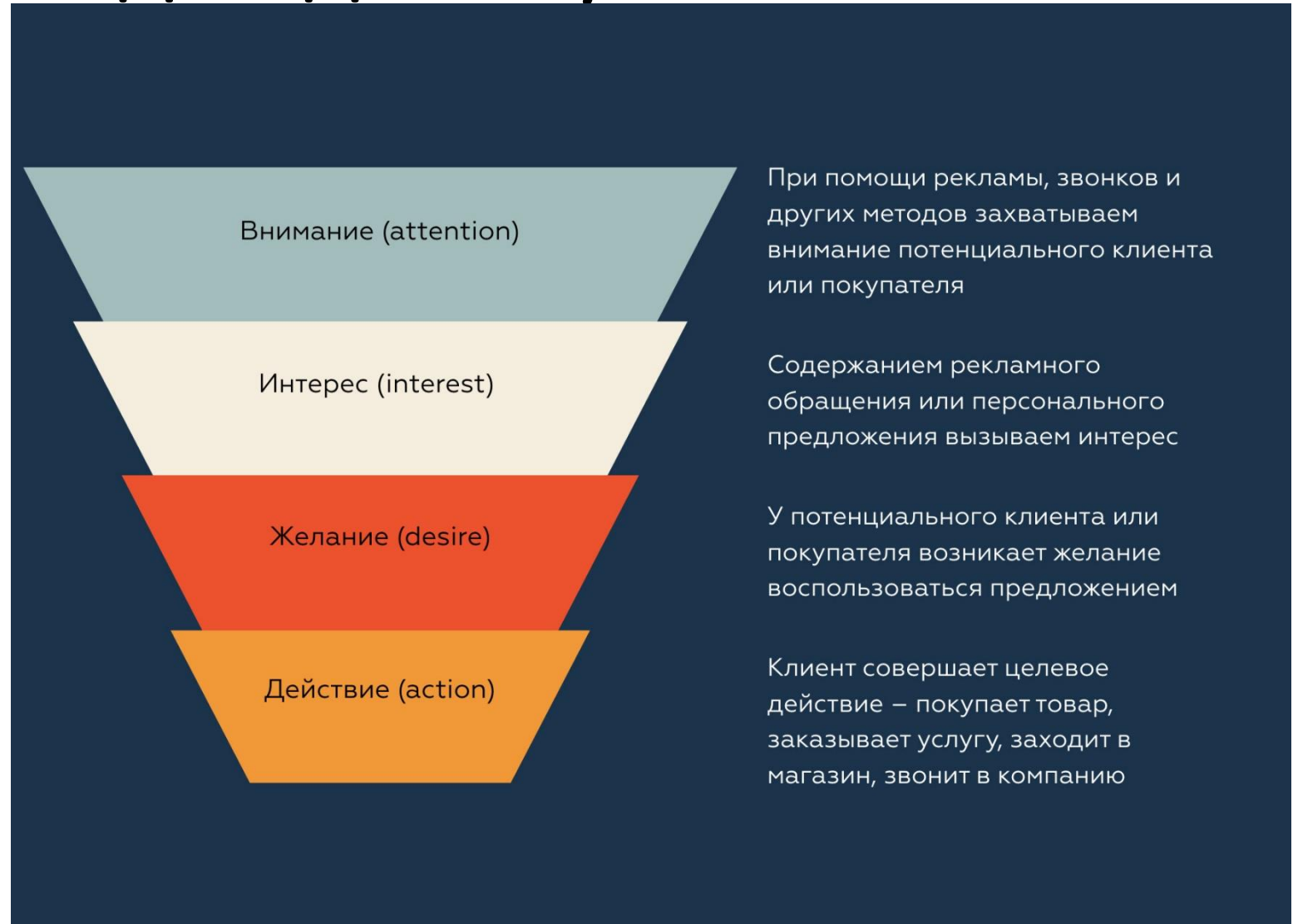
Аникина Т.А.

# Воронка продаж

- **Воронка продаж** – это путь, который проходит потребитель с момента привлечения его внимания к вашему предложению до момента покупки.
- В профессиональных трактовках это маркетинговая модель, описывающая прохождение аудиторией все этапы покупки. Умение правильно выстраивать воронку продаж, внедрять ее в CRM и анализировать эффективность взаимодействия с клиентом – залог многократного увеличения прибыли. Концепция одинаково эффективна в онлайн- и оффлайн-торговле с той только разницей, что в сети чаще используются «автоматические» воронки продаж.

# Воронка продаж: путь клиента от знакомства с брендом до покупки

- Концепция «воронки приобретения» была сформулирована Элиасом Льюисом более 110 лет назад. Удивительно, но ее базовые положения используются до сих пор. Они успешно сочетаются со знаменитой концепцией торговли AIDA и описывают 4 этапа, которые предваряют покупку:



# Расчет конверсии воронки продаж

- Воронку продаж стоит использовать не только в качестве инструмента получения прибыли, но и для анализа эффективности работы сайта, сотрудников и компании в целом. С ее помощью можно выяснить, на каких этапах подготовки клиента к покупке отсеивается значительная часть целевой аудитории, и выработать оперативные решения для снижения процента отказов. Для этого необходимо анализировать концепцию и следить за изменением конверсии.
- **Конверсия воронки продаж** – показатель эффективности уровня маркетингового инструмента, отражающий отношение возможных действий к реально совершенным. Выражается в процентах.

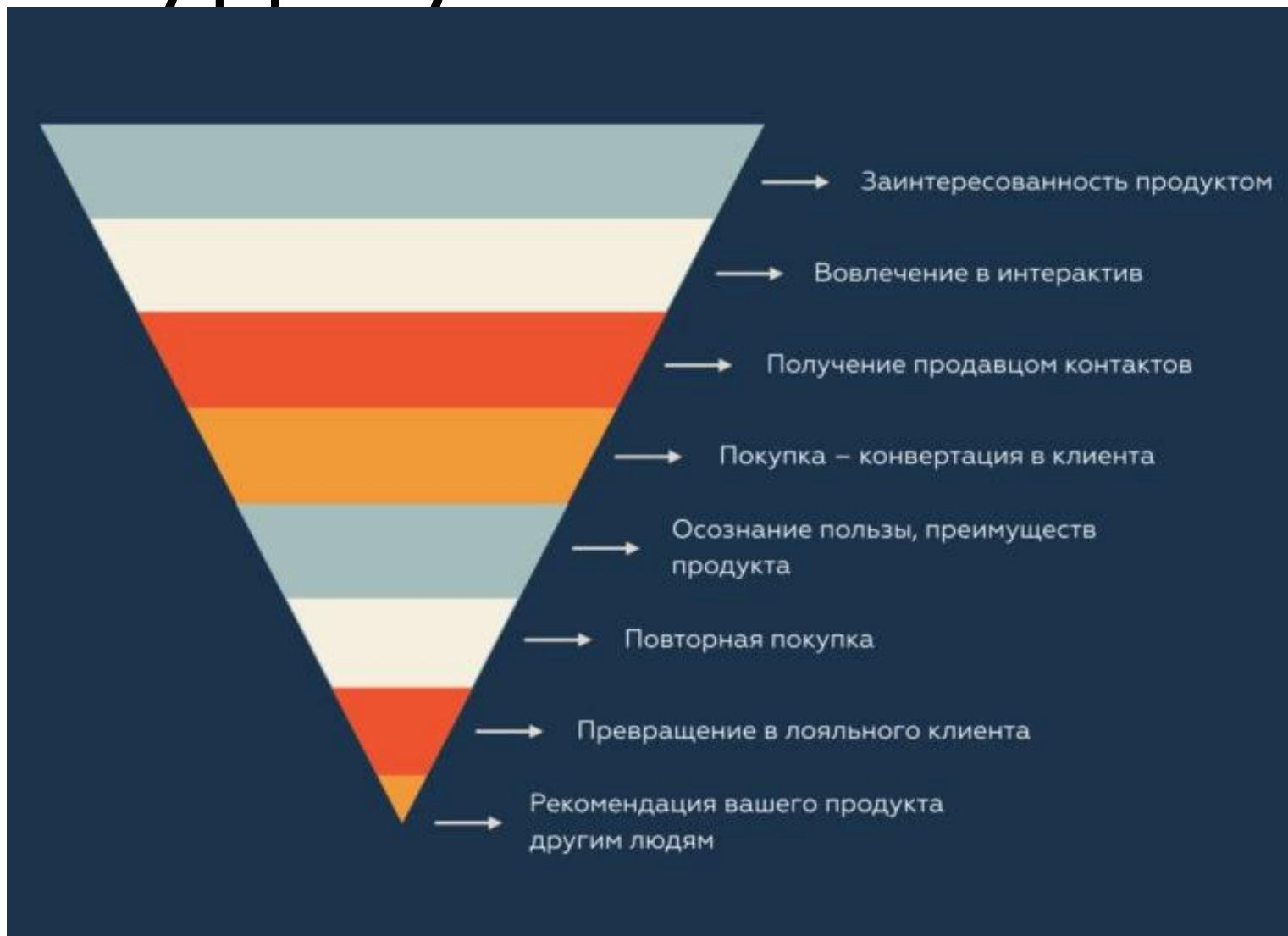
# Пример



# Конверсия

- На первом этапе конверсия рассчитывается по формуле:  $1\ 000 \text{ позвонивших} / 10\ 000 \text{ увидевших баннер} \times 100\% = 10\%$ . По аналогии можно рассчитать параметр на каждом этапе. Общая конверсия воронки составит 0.1% ( $10 \text{ человек купивших квартиры} / 10\ 000 \text{ увидевших рекламный баннер} \times 100\% = 0.1\%$ ).
- Если ваш бизнес работает в Интернете, имеет смысл включить воронку продаж в CRM-систему (Customer Relationship Management или Управление Взаимоотношениями с Клиентами). Это позволит детально изучить целевую аудиторию и узнать, на каких этапах вы получаете больше всего отказов. Включение воронки продаж в CRM-систему также поможет выявить лишние процессы в цепи продаж и оценить общую эффективность взаимодействия с клиентами.

# Структура автоматической воронки продаж по Райану Дайсу



# 3 составных элемента:

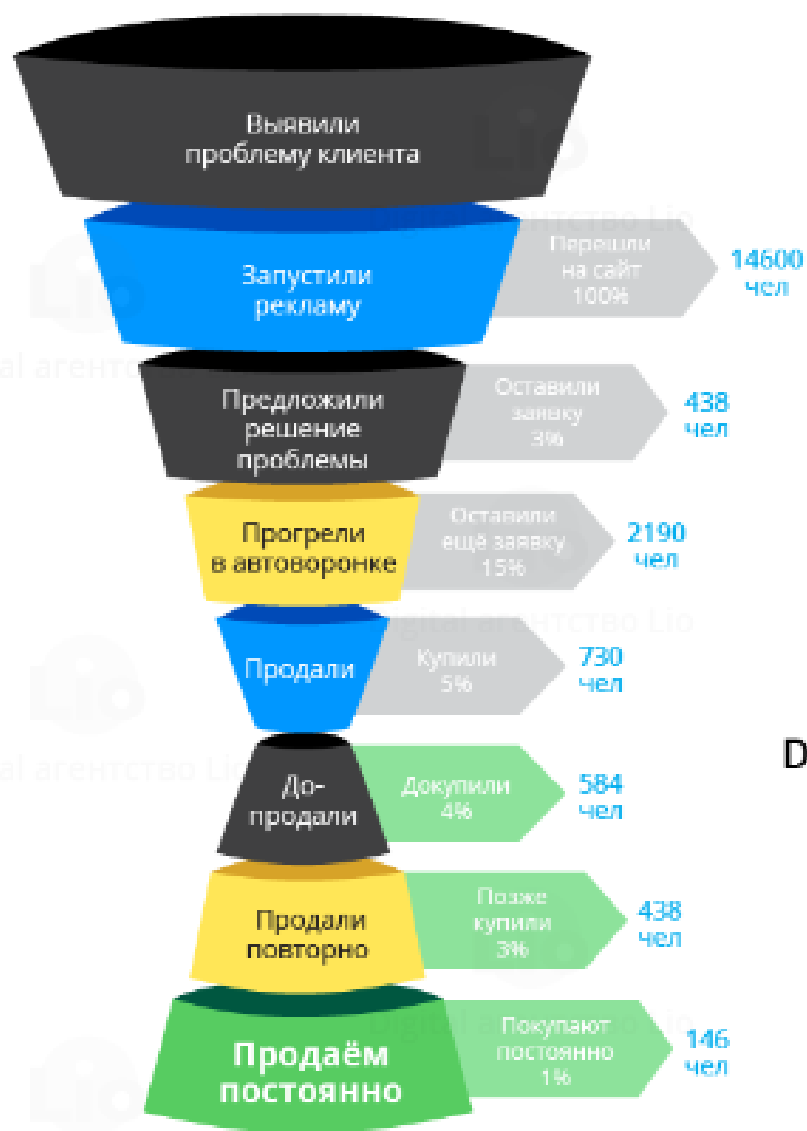
- 1. Воронка прогрева.
- 2. Воронка лидов.
- 3. Воронка продаж.

- <https://vc.ru/marketing/52388-7-shagov-k-postroeniyu-effektivnoy-voronki-prodazh>

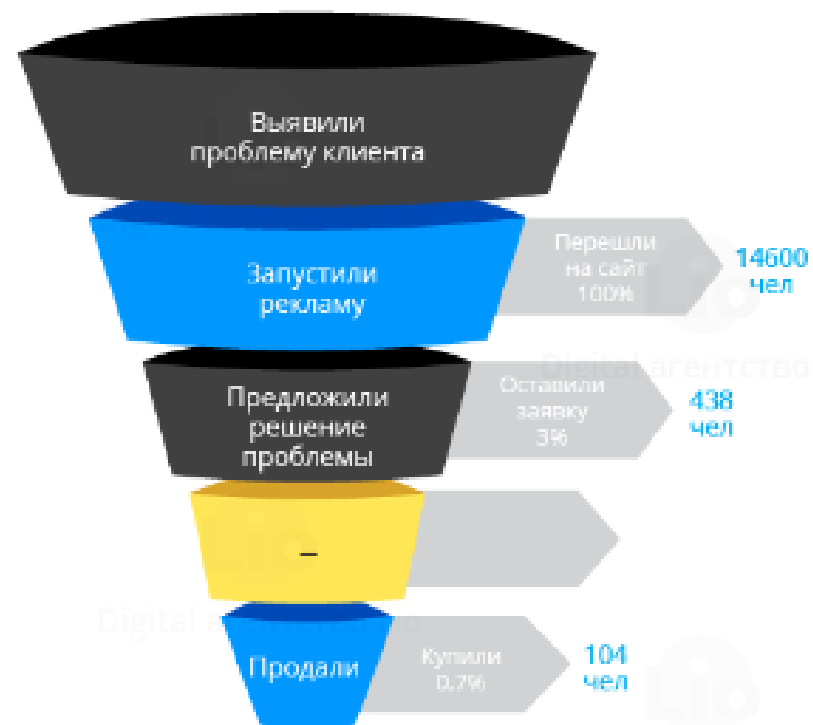


# АВТОВОРОНКА ПРОДАЖ

## Как надо делать



## Как обычно бывает

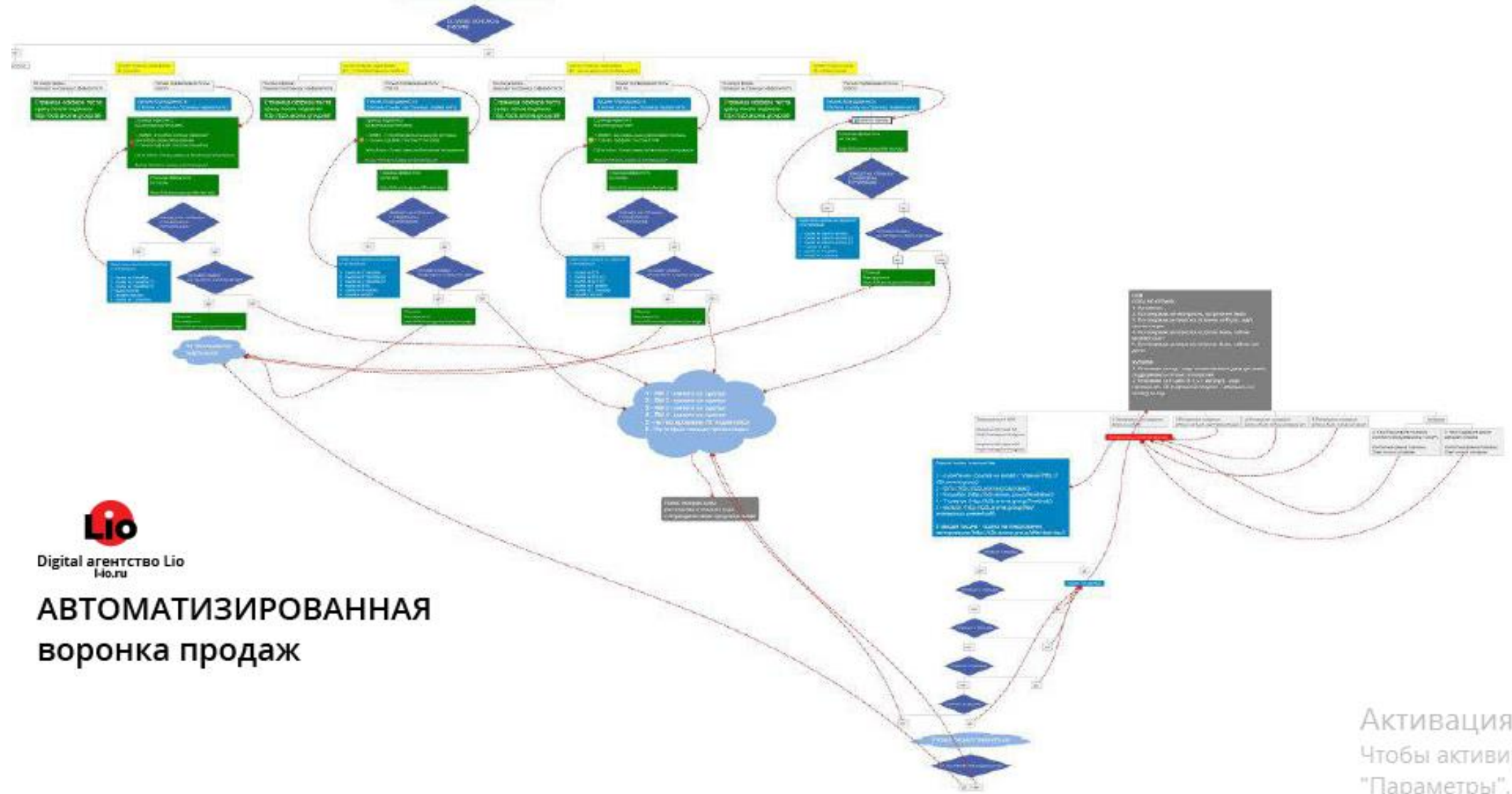


Digital агентство Lio  
l-io.ru

ОБЩЕСТВЕННАЯ ПОЛИТИКА И ПОЛИТИКА  
ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ  
ОБРАЗОВАНИЕ И НАУКА

Вопросы, связанные с тем, как можно использовать  
информацию о клиентах для улучшения  
качества обслуживания клиентов  
и повышения эффективности работы  
компании.

Вопросы, связанные с тем, как можно использовать  
информацию о клиентах для улучшения  
качества обслуживания клиентов  
и повышения эффективности работы  
компании.

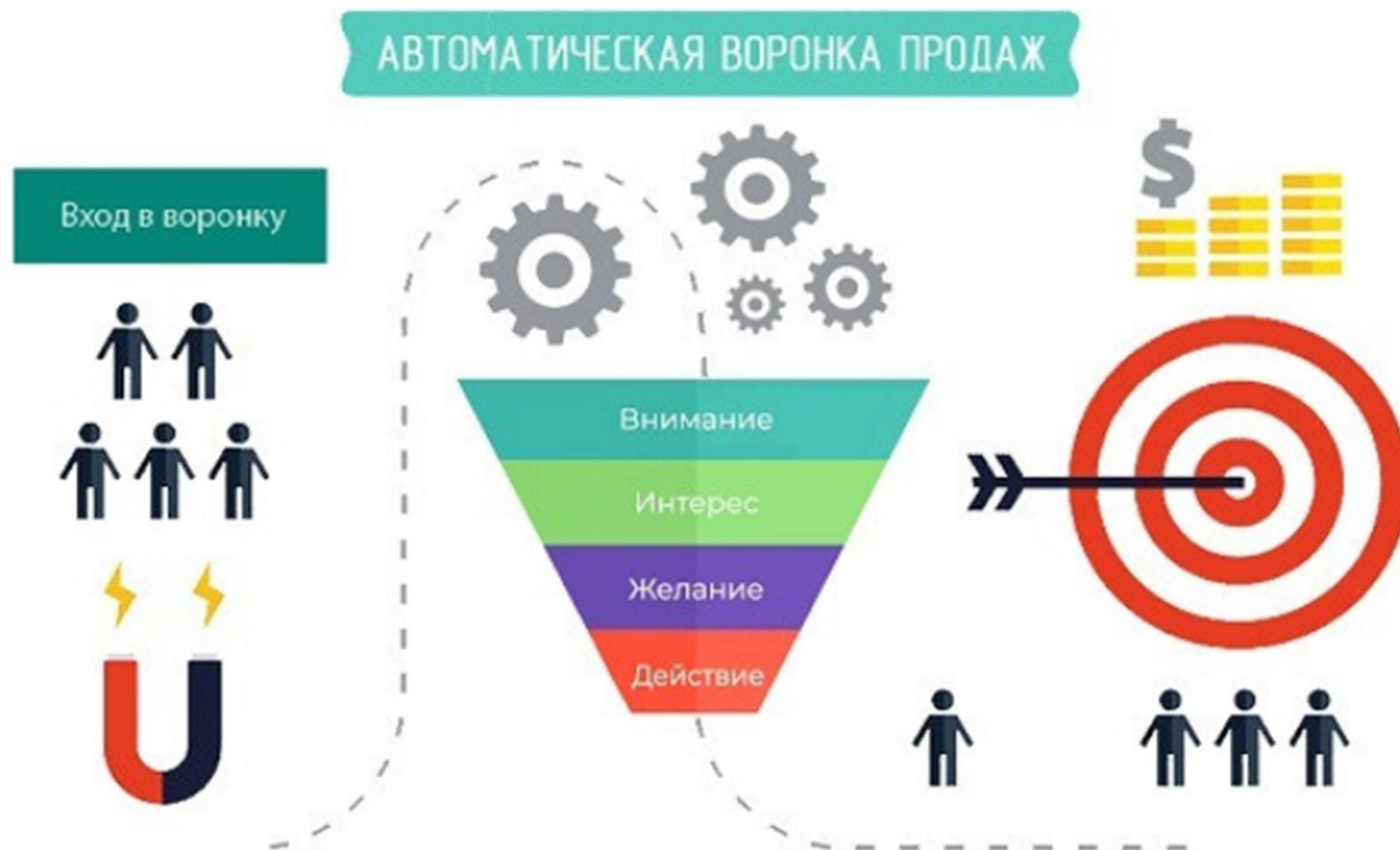


Digital агентство Lio  
l-io.ru

# АВТОМАТИЗИРОВАННАЯ воронка продаж

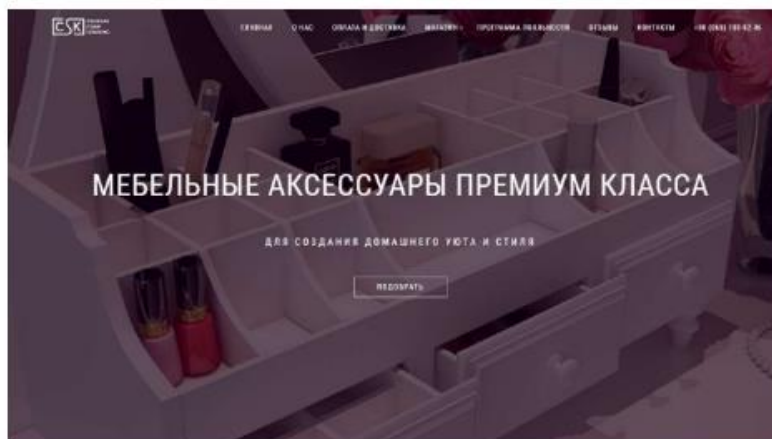
Активация Wir  
Чтобы активировать  
"Параметры".

# Автоматизация воронки продаж



## «Столярная Студия Коваленко»

«ЭТО КЕЙС О ТОМ, КАК ЗА 150\$ ПОЛУЧИТЬ  
ЗАКАЗОВ НА 25.000\$ И ЗАПУСТИТЬ СВОЙ  
БИЗНЕС С ПОЛНОГО НУЛЯ ДО ОЧЕРЕДИ  
ИЗ КЛИЕНТОВ»



### Три стадии запуска:

Интрига

Прогрев

открытие продаж с дедлайном







Столярная Студия Коваленко с Petr Kovalenko в

Столярная Студия Коваленко,

13 февраля в 11:00 · 0 · 0

Вчера выпустили первые органайзеры.  
Вот такие получаются!!!  
Заезжайте в офис посмотрите вживую.



Нравится

Комментарий

Поделиться

1,9 тыс.

Хронологический порядок



Столярная Студия Коваленко

18 февраля · Харьков · 0

Всем привет!!!

Хотим сообщить нашим покупателям и всем кто интересовался  
органайзерами для косметики и украшений.

Предзаказ в количестве 30-ти штук - набран... Еще



Органайзеры для косметики | Ты этого  
достойна



Органайзеры для косметики  
достойна

Нравится

Комментарий

Поделиться

0

42 публ

Хронологический порядок

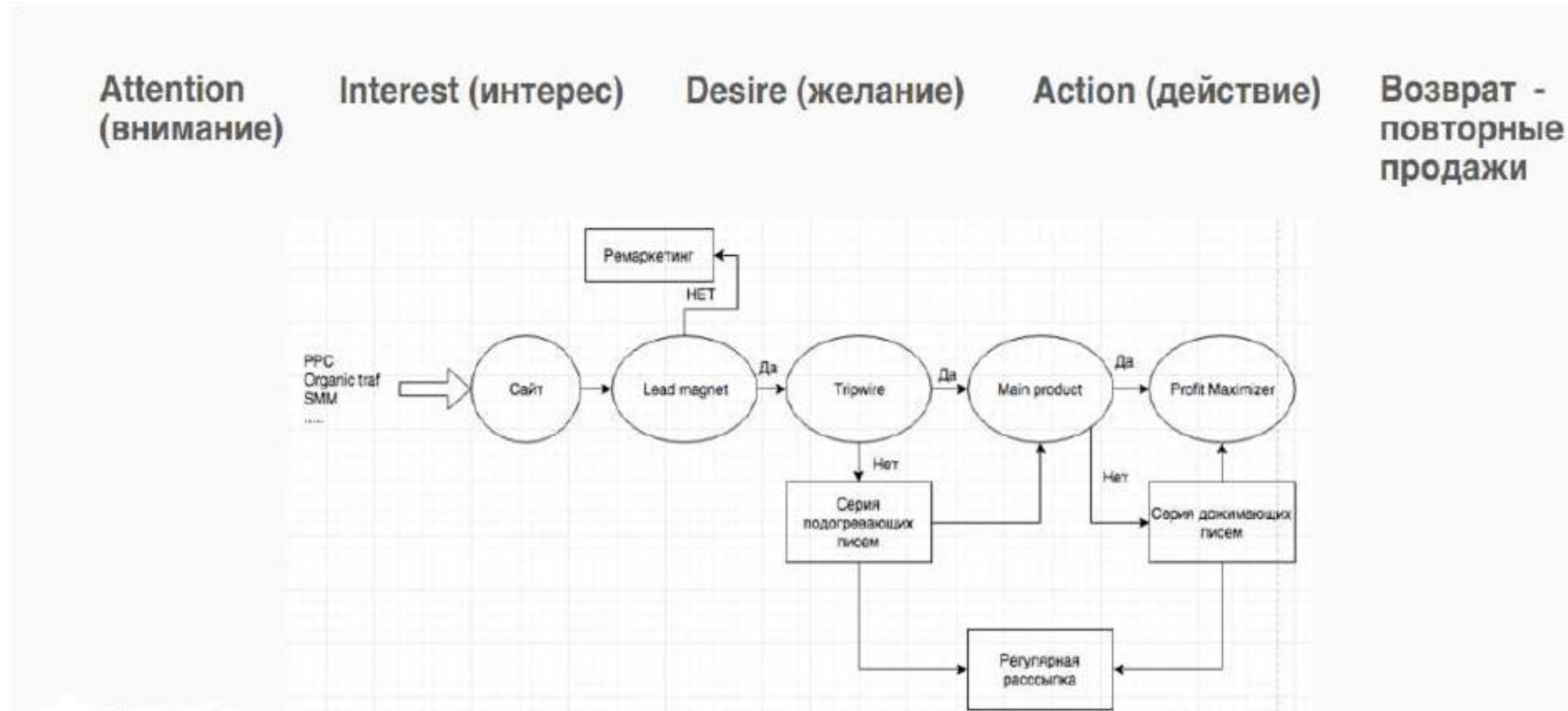
Результат

- Получено заказов: 257
- Взято в работу и выполнено: 74

Их производство просто не было готово к такому ажиотажу. Они отказали большей половине клиентов и все равно заработали 7.000\$+. При рекламных затратах в 150\$. Если бы они были готовы, заработали бы более 25.000\$.

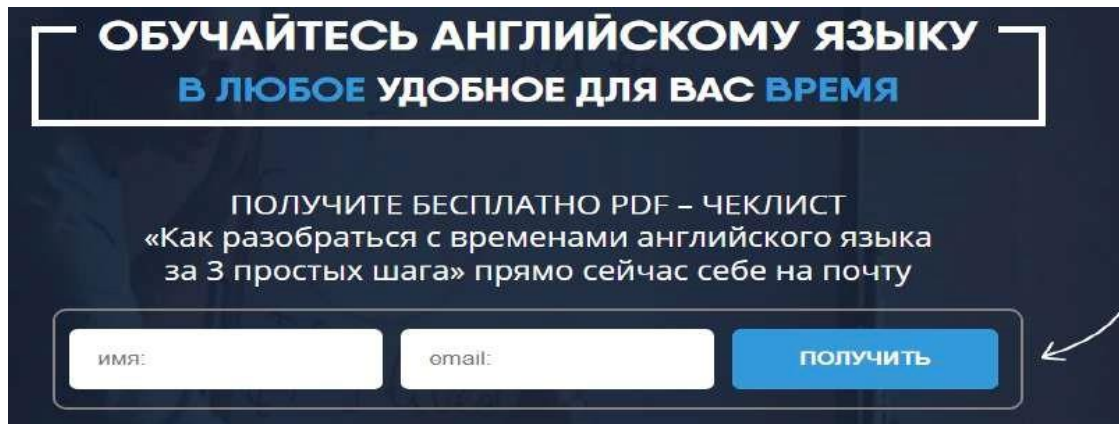
# 7 этапов интернет-маркетинга

1. Лид-магнит.
2. Страница благодарности.
3. Включатель.
4. Путь клиента.
5. Главное предложение.
6. Допродажа.
7. Карусель.



# Лид-магнит

- Лид-магнит — это простое решение, которое побуждает человека оставить первичные контакты.



ОБУЧАЙТЕСЬ АНГЛИЙСКОМУ ЯЗЫКУ  
В ЛЮБОЕ УДОБНОЕ ДЛЯ ВАС ВРЕМЯ

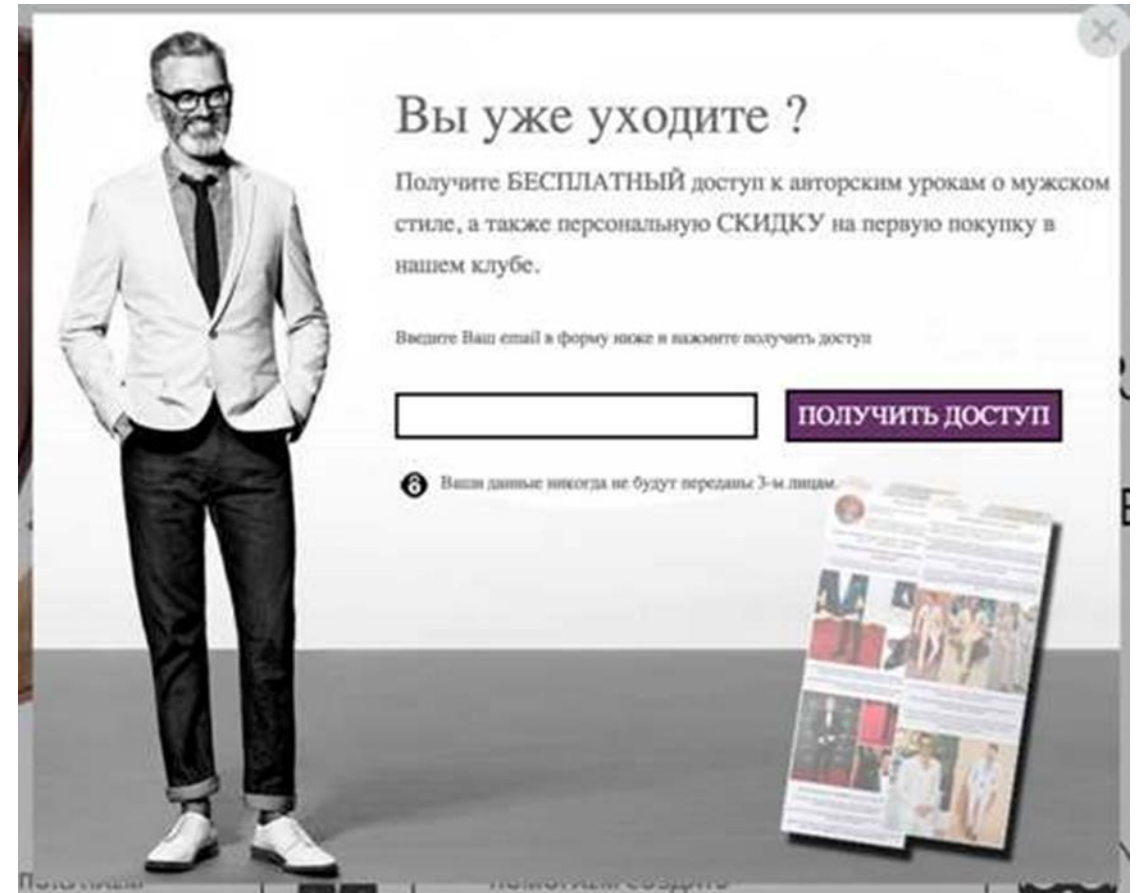
ПОЛУЧИТЕ БЕСПЛАТНО PDF – ЧЕКЛИСТ  
«Как разобраться с временами английского языка  
за 3 простых шага» прямо сейчас себе на почту

имя:  email:

A white arrow points to the 'получить' button.

критерии создания крутого лид-магнита:

- Нацелен на ожидаемый конечный результат.
- Можно понять, не задумываясь.
- Решение принимается за несколько секунд.
- Несет очень высокую ценность.



Вы уже уходите ?

Получите БЕСПЛАТНЫЙ доступ к авторским урокам о мужском стиле, а также персональную СКИДКУ на первую покупку в нашем клубе.

Введите Ваш email в форму ниже и нажмите получить доступ

8 Ваши данные никогда не будут переданы 3-м лицам.

The form is part of a landing page featuring a man in a suit and a magazine.

# Лид-магнит

## *Для фото- и видео-мастерской:*

- Оставь свои контакты и получи в подарок бесплатный видеоурок «10 ключевых ошибок начинающего видеографа»
- Хочешь в подарок чек-лист «Как легко обработать фото на телефоне за 6 шагов»? Жми сюда.
- 5 лучших сервисов для обработки фото (видео) на телефоне. (кнопка ПОЛУЧИТЬ)

## *Для школы вокала*

- Как научиться петь за 8 занятий? (Скачать бесплатный видеоурок)
- Вы уже уходите? Хотите узнать о пользе дыхательной гимнастики для детей? Это не только развитие вокальных данных, но профилактика заболеваний верхних дыхательных путей. И эти упражнения можно делать дома. Скачать PDF-книгу «Дыхательная гимнастика»



# Лид-магнит

***Лид-магниты для «Warmes Album».*** Фотокниги ручной работы

- Оставьте свои данные, и мы пришлем вам промокод на скидку 25%
- Хотите узнать, как всегда выигрышно получаться на фотографиях? Для этого заполните форму ниже
- Оставьте свои данные и получите бесплатный чек-лист по созданию уникальной фотокниги прямо сейчас
- Уже уходите? У нас есть для вас выгодное предложение. Только в этом месяце подарочная упаковка для фотокниги бесплатна
- Не спешите уходить. У нас есть для вас небольшой подарок ... (добавить, какой именно). Заполните форму и мы пришлем его на ваш электронный адрес
- Получите бесплатные пресеты для обработки фотографий. Для этого оставьте свои данные ниже
- Получите первым наш подарок. Бесплатный индивидуальный дизайн фотокниг

# Лид-магнит

## *Для турбазы на Алтае*

1. Чек-лист «Что взять с собой в поход?»
2. Чек-лист «Что взять с собой на Алтай?»
3. Чек-лист «Как спланировать свой отдых»
4. Подборка 5 лучших мест Горного Алтая
5. Скидка 20% на отдых в Горном Алтае
6. Калькулятор стоимости путешествия
7. Тест «Какое место Алтая тебе точно придется по душе»
8. Памятка туриста
9. Марафон по медитации в горах
10. Получи открытку «С любовью с Горного Алтая» на почту
11. Хочешь узнать, какие места на Алтае идеально подходят тебе для отдыха? Пройди тест...
- 12. Чек-лист** «Что взять с собой в пеший тур по горному Алтаю». (кнопка СКАЧАТЬ)

# Лид-магнит

**Для *Extreme Fitness*** – одна из самых крупных сетей фитнес-клубов в Новосибирске.

1. Оставьте нам свои контакты и получите бесплатное пробное занятие по йоге/пилатесу.
2. Оставьте нам почту и получите рекомендации от фитнес-тренера
3. Оставь e-mail и получи готовый разработанный план по правильному питанию
4. Получи на e-mail чек-лист тренировок
5. Получи на e-mail пошаговый видеокурс похудения в домашних условиях
6. Получи на e-mail пошаговый видеокурс «как правильно заниматься дома и выполнять упражнения»
7. Оставь контакт и получи инструкцию 6 простых шагов к похудению
8. Запишитесь на бесплатный вебинар по правильному питанию

# Страница благодарности

– это условное обозначение ответного письма, видеофайла, другого сообщения, в котором содержится благодарность за оставленный контакт (Лид)

**Основные цели** страницы благодарности (минимальные должны присутствовать обязательно и максимальные по возможности):

- Помимо благодарности, объяснить клиенту, что именно произошло и куда он оставил заявку (min)
- Подтвердить, что его намерения правильные. Сделать ему комплимент. (min).
- Создать ожидание (max)
- Создать интригу и восхищение (max)

# Страница благодарности

## ПРИМЕРЫ

Для компании по установке окон:

Видео, которое автоматически загружается после оформления заявки на просчет примерной стоимости окон. Директор компании на фоне красивого окна, которое «заказал» потенциальный клиент. Примерный сценарий:

- добрый день.

Меня зовут ..., и я основатель компании «Окна Сибири». Я искренне рад, что Вы решили сделать у нас заказ. Как только мы приедем к Вам, сделаем замер и так далее, Вы станете владельцем новых окон, и убедитесь, что это было лучшее решение.

Почему я так уверен?

Ведь раньше я сам был клиентом и не один раз покупал окна в интернете. И я знаю, как легко попасться на уловки, сделать заказ и потом наблюдать примерно такие ожидания и реальность:



Мы решили это исправить.

Наша компания имеет высочайшую оценку клиентов за качество продукта, и мы даем на него гарантию ... лет. Поэтому добро пожаловать в новый мир оконного сервиса!

Ах, да. Когда мы привезем ваши окна, обязательно заберите небольшой подарок у нашего сотрудника. Это нечто особенное. Договорились?!

# Страница благодарности

Спасибо, что вы выбрали нашу турбазу для своего путешествия по Горному Алтаю. После прочтения этого сообщения обязательно проверьте свою почту, мы выслали вам купон на скидку 20% на следующее проживание на базе «Ковчег». Мы искренне рады вашему отзыву и обязательно учтём ваше мнение в своей работе.

Ах, да, когда приедете к нам в гости не забудьте забрать в Администраторской небольшой подарок лично для вас.

С любовью с Горного Алтая, ваш «Ковчег».

# Продукт-включатель

- Главная цель продукта-включателя — конвертировать состояние. Перевести человека из «возможный клиент» в «клиент».
- Это низкий по стоимости, но с высокой ценностью продукт, который позволяет конвертировать состояние из «возможный клиент» в «клиент».



# Продукт-включатель

***Для экотурбазы на Алтае:***

- Набор алтайских чаёв

***Для интернет-магазина стильной мужской одежды***

- Носки
- Галстук

***Для университета практической психологии***

- Новый практический онлайн-курс: Консультант, коуч, онлайн-тренер XXI века: введение в профессию! Для тех, кто уже решил поступать в университет осенью 2023 г. - сумма за этот курс войдет в предоплату за первый семестр.

***Для Академии Genius Marketing***

- Подписка на сервисы академии всего за 1 \$



# Путь Клиента

Задача — плавно погрузить клиента в вашу компанию. А идеальный результат — покупка вашего продукта или услуги для него происходит, как что-то само собой подразумевающееся.

Обычно путь примерно такой:

- Увидел у друга/знакомого.
- Получил обратную связь.
- Посмотрел в интернете/почитал.
- Зашел посмотреть в магазин Apple, узнал цену.
- Решился, купил.

# Путь Клиента



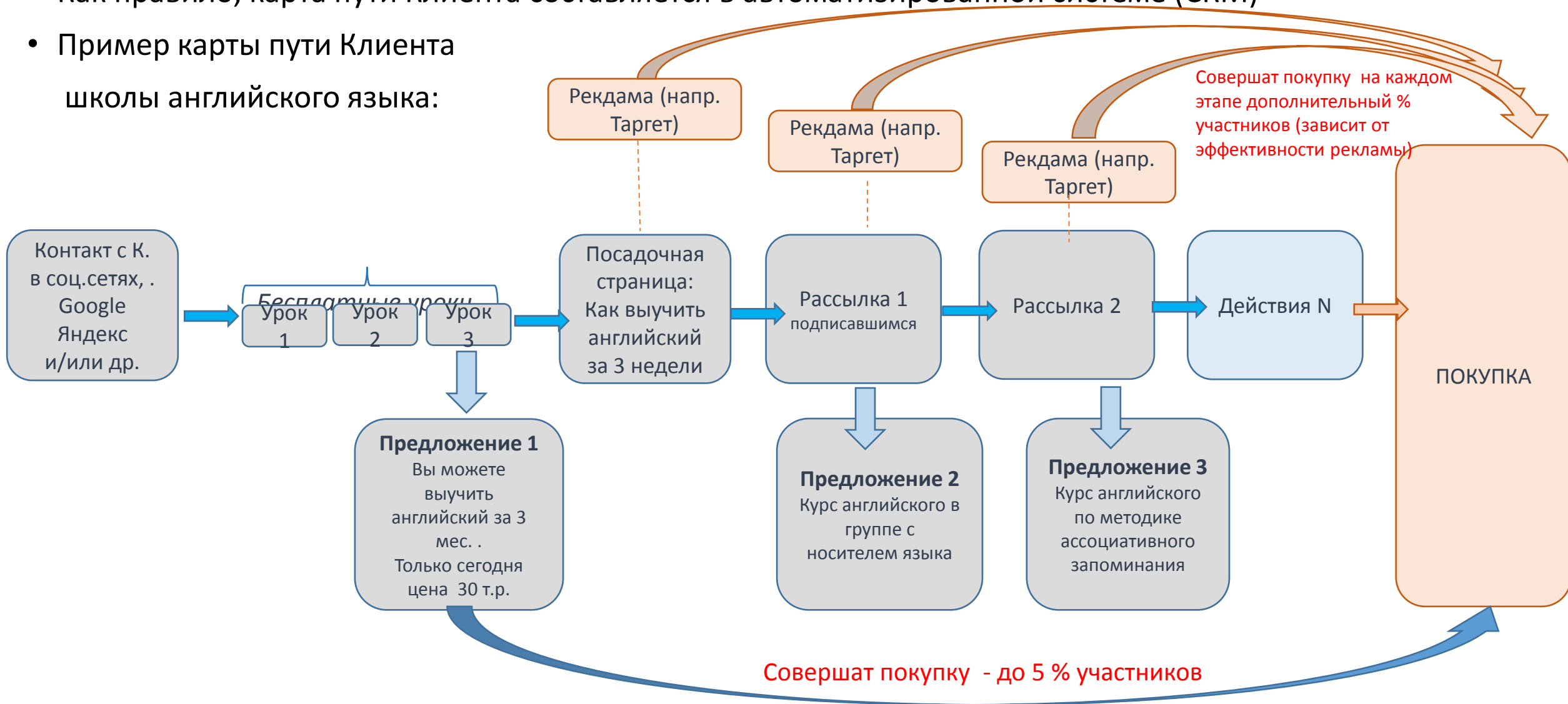
# Путь Клиента

Онлайн путь.	Коммуникация
Лид-магнит	Гид по Горному Алтаю. Подборка «5 лучших мест Горного Алтая» (кнопка «скачать» → чат-бот Вконтакте)
Подписка на рассылку Вконтакте	Чтобы получить гид по Горному Алтаю, подпишись на нашу рассылку. Не переживай, никакого спама, только полезная информация, скидки на отдых в Горном Алтае и персональные предложения для тебя и твоих друзей.
Страница благодарности	Спасибо, что подписались на нашу рассылку, в ответ мы отправляем вам «Гид по Горному Алтаю», внимательно изучите его, а если останутся вопросы, то не стесняйтесь и пишите нам, мы знаем все интересные места Уймонской долины и поделимся своими секретами. Ах, да, когда приедете к нам в гости не забудьте забрать у нас подарок – полную версию гида «Секретные места Уймонской долины». Команда турбазы «Ковчег».
Рассылка	
Хочешь узнать, какие места на Алтае идеально подходят тебе для отдыха? Пройди тест...	Параллельно: прогрев, таргет, контент-маркетинг
Угадай место, где сделано фото и получи скидку 10% на экскурсию/тур в это место. Отправление с базы «Ковчег»	Параллельно: прогрев, таргет, контент-маркетинг
Только сегодня! Скидка 10% весь номерной фонд базы «Ковчег». Как получить скидку? Просто напиши нам дату предполагаемого путешествия, количество человек и категорию номера (хостел, полулюкс, люкс) и мы рассчитаем стоимость отдыха. Команда турбазы «Ковчег».	Параллельно: прогрев, таргет, контент-маркетинг
Покупка	Параллельно: контент-маркетинг
Уже был у нас в гостях? Оставь свой отзыв и получи от нас открытку «С любовью с Горного Алтая»	Параллельно: контент-маркетинг

# Карта пути Клиента

- Представляет собой последовательность действий и шагов в коммуникации с Клиентом
- Как правило, карта пути Клиента составляется в автоматизированной системе (CRM)
- Пример карты пути Клиента

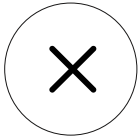
школы английского языка:



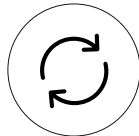
# Как понять путь Клиента



Каков аватар вашего клиента? [Детальный портрет]



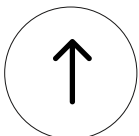
Какие основные возражения возникают у вашего клиента на этапе принятия решения, что может его остановить перед покупкой?



Какой средний период прогрева вашего клиента от знакомства до покупки, и можете ли вы его ускорить?



Сколько в среднем касаний и каких происходит между потенциальным клиентом и вашей компанией?



Опираясь на первые 4 ответа, как вы можете всё оптимизировать? Возможно, сократить время принятия решения на 20–100% и поднять чек?

# Инструменты для создания пути клиента:

- CRM-система, задачи по звонкам
- Прогрев с помощью email-маркетинга
- Триггерные рассылки
- Коммуникация в SMM
- Ретаргетинг/Ремаркетинг
- Мессенджеры
- Контент-маркетинг

# Карта настроения Клиента

- Следующий шаг: проработать точки на пути Клиента и составить карту его настроений
- Аватар (типаж) Клиента может быть один, а логика при покупке может быть разная, даже если рассматривать одного человека
- Важно изучить типы работ, которые выполняет Клиент при помощи нашего продукта
- JTBO Часто встречающиеся мотивы покупок
- Искать такие мотивы нужно в структуре сделок, т.е. в устойчивых сочетаниях товаров и услуг внутри покупки
- Например, если среди 10 000 пробитых нами чеков, 3 000 это айфон новой модели, а еще 3 000 – айфон новой модели и чехол для него с расширенной страховкой, – мы нашли два устойчивых мотива. Покупатели топовых моделей и покупатели топовых моделей, желающие защитить свой аппарат

## Построить график настроения Клиента

На график можно нанести точки на Ваше усмотрение:

Первое касание

Тестирование

Вопросы и возражения (диалог с продавцом)

Чтение отзывов

Покупка

Использование / потребление

\* Тренировочное задание для самостоятельного выполнения. Не требует отправки преподавателю

## Прописать мотивы JTBO

Мотив 1.....

Мотив 2.....

Мотив 3.....

Мотив 4 .....

\* Тренировочное задание для самостоятельного выполнения. Не требует отправки преподавателю

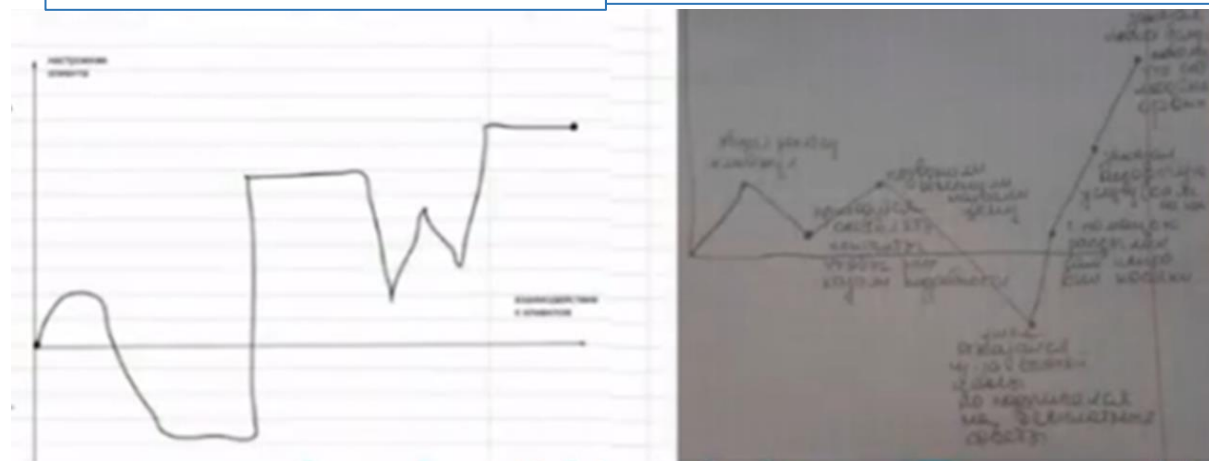
## Пояснение:

1.....

2.....

3.....

4 .....



# Пример Рибок в построении пути Клиента

- конкретные рекламные цели, которые преследовались в течение первого года внедрения новой серии спортивной обуви:
- В течение первого года распространить информацию о существовании и возможности приобретения обуви марки "Рибок" среди 20 % от 20 миллионов покупателей в возрасте от 15 до 49 лет, ежегодно приобретающих спортивную обувь для занятия любительским спортом и тратящих в среднем 45 долларов на каждую пару.
- Информировать 50 % этой "осведомленной" группы о том, что обувь фирмы "Рибок" имеет высокое качество, продается по выгодным ценам, имеет мягкий кожаный верх, изготавливается в широкой цветовой гамме и предлагается избранными розничными магазинами.
- Убедить 50 % от этой "информированной" группы в том, что обувь "Рибок" имеет очень высокое качество, что она удобна, модна и стоит уплаченных за нее денег.
- Стимулировать 50 % от этой "убежденной" группы желание примерить обувь "Рибок".
- Мотивировать 50 % этой группы "желающих" к фактическому совершению покупки пары обуви "Рибок" в местном магазине розничной торговли.



# Главное предложение. 10 элементов, из которых состоит мощная упаковка

- Цепляющий заголовок в первом блоке.
- Подзаголовок для каждого нового блока страницы.
- Отзывы и результаты клиентов.
- Регалии/компании, с которыми вы работали.
- Обещание простого решения проблемы/цели клиента.
- Призывы к действию в каждом блоке страницы.
- История компании.
- Живые (!) фотографии сотрудников.
- Визуализация продукта или процесса работы.
- Удобное оформление заказа и/или связи с менеджерами.

# Главное предложение

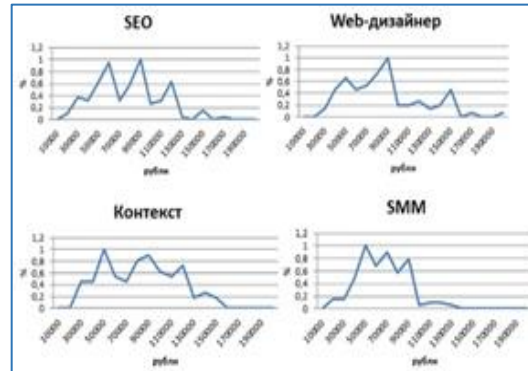
Это круто упакованный продукт/услуга, который во всех смыслах доносит свои ценности и продаёт себя самостоятельно.

Покупатель за 10 сек должен понять: Что это? И зачем это ему нужно?

- Цепляющий заголовок или УТП или оффер: Дистанционный курс «SMM» – удобное решение в период «короно-каникул»
- Обещание простого решения проблемы / цели / «боли» клиента: Давно хотел научиться грамотно выстраивать коммуникацию со своими клиентами, а все не было времени и возможностей. Дистанционный курс с индивидуальной программой – отличное решение. Для обучения достаточно имеющихся ресурсов «под руками»: телефон, ноутбук, доступ в интернет. Ежедневно 60 минут активности, и через месяц ты сможешь работать на удалёнке с доходом от 5 тысяч в день.
- Призыв к действию: Купи курс сегодня по цене 10 тыс и получи в подарок комплект чек-листов для настройки таргета...
- Отзыв или результат клиента: Когда-то я также сидел в аудитории, и думал, как бы классно было работать на дистанционке, выполнять столько заказов, сколько мне хочется и когда хочется, чтобы это было в кайф и еще приносило бы реальные деньги. Я открывал и закрывал учебники и видео-уроки... Предлагаемые уроки либо показывали только верхушку айсберга, либо уходили в дикие дебри. В какой-то момент я решил разобраться сам. Составил для себя схему и начал разбираться с каждым пунктом по порядку. Уф, у меня всё сложилось. Теперь я получаю кайф от своей работы и получаю за неё минимум 10 тысяч руб в день. И я готов научить тебя.
- Регалии вашей компании и компании, с которыми вы работаете / работали: У меня нет титулов и званий. Но я фанат своего дела. И моими клиентами является примерно треть предпринимателей малого бизнеса Новосибирска. Прибыль каждого из них за три месяца работы со мной выросла в два раза. И это только начало.
- История компании: Начиналось всё довольно банально. Мы сидели на очередной паре в универе и креативили новую бизнес-идею. Мы подумали, что небольшое SMM-агентство вполне реально. Её можно реализовать при нулевом бюджете. По ходу мы увлеклись и решили ... запустить бизнес. ...И вот всё получилось...

# Главное предложение

- Визуализация продукта или процесса работы:



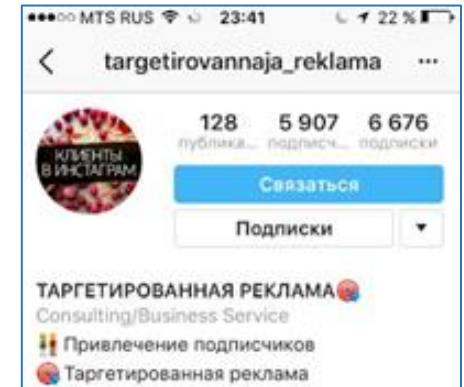
- Фотографии сотрудников



- Удобство оформления заказа или связи клиента с менеджерами компании: Для оформления заказа на сайте есть окно обратной связи. В ВК кнопка «связаться».
- можно заказать обратный звонок на сайте и в ВК.
- Достаточно просто оставить комментарий под постом, и мы в течение 15 минут дадим обратную связь.



The screenshot shows a contact form on a website. The form is titled 'отправить заявку' (Send request). It includes fields for 'Имя' (Name), 'E-Mail', 'Телефон' (Phone), 'Тема' (Topic), and 'Сообщение' (Message). There is also a 'Подпись' (Signature) field with a dropdown menu showing 'Общая' (General) and 'Имя менеджера' (Manager's name). A 'Отправить' (Send) button is at the bottom.





# 12 усилителей ценности

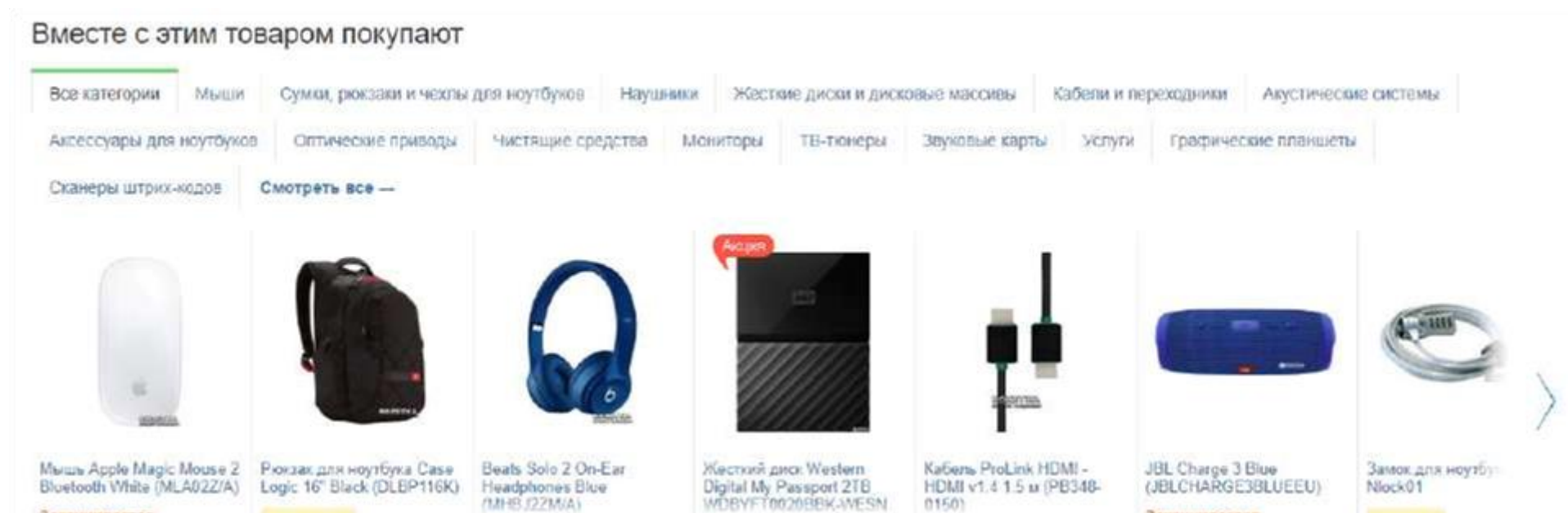
## натуральный заменитель скидок E12

- |   |  |
|---|--|
| 1. Упаковка продукта (ЭЦ)<br>логотип, сайт, офис, персонал            | 7. Ситуативная ценность<br>8 марта двойная цена                    |
| 2. Нематериальные ценности<br>здоровье, семья, статус, самореализация | 8. Материальная целесообразность<br>больше выгоды, меньше издержки |
| 3. Гарантии<br>снижение уровня возражения                             | 9. Простота покупки<br>упростите процесс приобретения (есть искл.) |
| 4. Отзывы<br>социальное подтверждение                                 | 10. Особое отношение<br>повышает наш личный статус                 |
| 5. Специализация оператора<br>узкая специализация - выше экспертиза   | 11. Исключительность<br>слухи, секретные ингредиенты               |
| 6. Кастомизация продукта<br>индивидуальный - дорогой                  | 12. Ограничения<br>лимитированный, коллекционный, эксклюзивный     |



# Дополнительные продажи

КОГДА ЧЕЛОВЕК УЖЕ СДЕЛАЛ ПОКУПКУ, У НЕГО ОТКРЫВАЕТСЯ ЧАКРА ПОКУПАТЕЛЯ. ЭТОТ МОМЕНТ — ИДЕАЛЬНОЕ ВРЕМЯ ПРЕДЛОЖИТЬ ЕМУ БОЛЬШЕ ПРОДУКТОВ. ПОТОМУ ЧТО ОН УЖЕ В ТОМ СОСТОЯНИИ, КОТОРОЕ ВАМ НЕОБХОДИМО.



# Допродажа

- Upsell – это доппродажа по более высокой цене (пример: за небольшую доплату вы сможете купить новую версию...)
- Downsell – это продажа продукта дешевле (ПРИМЕР не можете купить костюм, купите джемпер...)
- Grossell – это продукты, которые дополняют покупку (например, рубашка и туфли к костюму)



# Upsell

- Upsell 1. За небольшую доплату вы можете купить полулюкс с собственной террасой. Разница между полулюксом с панорамным окном составит всего 300 ₽ (сутки).
- Upsell 2. За небольшую доплату вы можете купить место в 3х местном хостеле, а не в 6ми местном, разница всего 200 ₽ (сутки).
- Upsell 3. За небольшую доплату (1400 ₽ / сутки) из стандартного номера в Малом Ковчеге (прим. коттедж, с/у на этаже) мы можем переселить вас в полулюкс с панорамным окном/балконом с собственным входом в номер (прим. Новый эко-корпус, с/у в номере).



# Downsell

- Downsell 1. Для вас мы можем предложить более бюджетный вариант проживания, например у нас есть 6ти местный номер хостельного типа – 900 ₽ / сутки.
- Downsell 2. Если вы рассматриваете более бюджетный вариант проживания, то обратите внимание на номера в Малом Ковчеге (прим. коттедж, с/у на этаже), стоимость проживания 900 ₽ - 1100 ₽ (за место), 2200₽ (за номер).
- Downsell 3. Если вам не важна терраса в номере, можете обратить внимание на более дешевые номера, например полулюкс с балконом и полулюкс с панорамным окном, разница составит 300 ₽/сутки.





# Grossel

- Grossell 1. Питание не входит в стоимость номера, но на базе есть столовая. Вам посчитать стоимость питания (завтрак, обед, ужин)?
- Grossell 2. Вы можете заказать у администраторов корзинку «С любовью с Горного Алтая», в которую входят ремесленные алтайские сыры, домашние творог и яйца, набор алтайских трав. Корзинку можно сформировать в зависимости от ваших предпочтений.
- Grossell 3. С базы ежедневно можно отправиться в туры в горы и на озера (Мультинские озера, озера Красной горы, Башталинское озеро, Громатушенское озеро в сердце Теректинского хребта), сплавы по Катунь, Коксе, Тугурюк, обзорные экскурсии по музеям Уймонской долины. Стоимость варьируется от 500 ₽ до 2000 ₽. Вам рассказать подробнее о каком-нибудь из туров?



# Карусель

- Что нужно сделать, чтобы покупатель совершил повторную или следующую покупку?
- Задание: прописать возможные варианты для мотивации клиента на совершение следующей покупки (по одному варианту на каждый пункт)
- Предложите вариант высокого сервиса после покупки
- Продемонстрируйте заботу о клиенте или его безвозмездную ценность для вас
- Предложите купить снова

# Карусель

- После настройки таргета, мы сами будем отслеживать эффективность и при необходимости корректировать....
- Ваша задача – выбрать пакет и внести предоплату. Дальше мы все делаем сами (что именно), Вам остается только считать прибыль.
- Мы ценим Вас и восхищаемся Вашим продуктом. Нам нравится, как Вы общаетесь с клиентами. И мы решили сделать Вам подарок: ..... (какой именно)
- Мы не успели заметить, как прошёл первый месяц нашего сотрудничества, но думаем, вы успели заметить, что количество ваших подписчиков выросло до 10 тысяч. 😊 Приглашаем вас продолжить рост подписчиков. ... для продления договора отправьте «да» в ответ на это сообщение и дальше мы всё сделаем сами.

- Мы любим делать работу за наших заказчиков. Посмотрите сами на схему: (рис. 1)



# Карусель

- Тебе понравился отдых на базе «Ковчег», хочешь приехать отдыхать к нам в следующем году? Предлагаем тебе забронировать номер на следующий год по цене 2022 года!
- Мы помним твою счастливую улыбку, когда ты отдыхал на базе «Ковчег» ... Хочешь повторить? Мы да! Приглашаем тебя к нам в гости снова, мы придумали новые маршруты путешествий и новые развлечения на базе «Ковчег», ты точно не заскучаешь. Ждём тебя.
- Пересматриваем фото с прошлого сплава и уже мечтаем снова покорять горные реки. Специально для тебя мы разработали новый рафт-тур «Сплав по реке Тюгюрюк с вертолетной заброской». Особенность сплава – заброска вертолетом, это позволяет начать сплав с самых интересных мест и избежать болотистой местности. Рассказать подробнее о программе и стоимости?





Аникина Татьяна Анатольевна  
И.о. проректора по молодёжной политике  
Ст. преподаватель кафедры СКТ

+7 983 321 1956  
[anitaan@sibguti.ru](mailto:anitaan@sibguti.ru)

