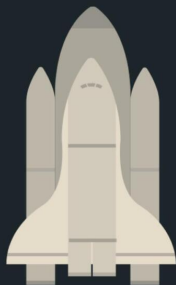


7 БЫСТРЫХ СПОСОБОВ

УВЕЛИЧЕНИЯ
ДОХОДОВ В
БИЗНЕСЕ



АЛЕКСЕЙ ШВАЛЁВ

Алексей Сергеевич Швалёв

7 быстрых способов

увеличения доходов в бизнесе

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=67989171

SelfPub; 2023

Аннотация

Хотите увеличить доходы в своём бизнесе в два раза? Тогда прочтите данное пособие до конца и внедрите в свой бизнес всё то, о чём в нём говорится. В нём вы найдёте 7 быстрых способов увеличения доходов в бизнесе, которые помогут вам: вывести свой бизнес на новый уровень, сделать это быстро, без серьёзных вложений и экологично для ваших клиентов.

Алексей Швалёв
7 быстрых способов
увеличения
доходов в бизнесе

7

УВЕЛИЧИТЬ ДОХОДЫ В БИЗНЕСЕ

Алексей Швалёв



Приветствую,

рад вас видеть на

страницах данного пособия по увеличению доходов в бизнесе.

Меня зовут Алексей Швалёв, я бизнес-тренер и коуч.

Вот уже несколько лет я профессионально занимаюсь обу-

чением управленцев, а также помогаю предпринимателям в достижении их целей в бизнесе.

За последнее время я проконсультировал свыше сотни предпринимателей из разных сфер бизнеса и заметил ряд закономерностей.

С уверенностью могу сказать, что успех в бизнесе зависит не от внешних факторов, а в большей степени он зависит от самого владельца этого бизнеса.

Именно поэтому в своей работе с клиентами я полагаюсь больше на работу с их головами, чем с их бизнесами. И это даёт свои результаты.

Минимальный результат, которого достигали мои клиенты – это рост доходов на 40-50%. Максимальным же результатом на данный момент является рост доходов в три раза. И это всего за два месяца совместной работы.

Хотите также? Тогда прочтите данное пособие до конца и внедрите в свой бизнес всё то, о чём я буду говорить.

Я предлагаю 7 быстрых способов увеличения доходов в бизнесе, которые помогут вам:

- вывести свой бизнес на новый уровень,
- сделать это быстро,
- без серьёзных вложений,
- и экологично для ваших клиентов.

Итак, начнём...

Семь быстрых способов увеличения доходов в бизнесе.

Общаясь с десятками предпринимателей из разных сфер бизнеса самое частое, что я слышу, это то, что все они в той или иной степени не довольны своими доходами.

Несомненно, вопрос доходов актуальный для всех. Всем хотелось бы иметь доходы больше, чем они есть сейчас.

Кому-то, чтобы наконец расплатиться с долгами, а кому-то, чтобы позволить себе лучшую жизнь или помочь родным и так далее.

И чтобы увеличить доходы есть масса способов.

Однако в данном пособии мы не будем говорить об оптимизации расходов и бизнес процессов, не будем говорить об улучшении сервиса, не будем говорить о создании бренда и тому подобных вещах. Всё это, несомненно, важно, но требует немного иных сил, навыков, а самое главное – времени.

В данном пособии мы будем говорить о **быстрых способах** увеличения доходов. Быстрых и экологичных по отношению к вам и вашим клиентам.

Способ 1

Работа с теми, кто уже собирался купить

Я хочу, чтобы вы вспомнили всех клиентов, которые ко-

гда-либо отказывались у вас покупать. Их гораздо **больше, чем тех, кому вы продали, правда?**

Это нормально. Некупивших всегда будет больше.

Однако, вы можете **увеличить процент** совершивших покупку, если будете усерднее работать с каждым клиентом, даже отказавшимся от ваших услуг.

Запомните, клиенты, кто когда-то ничего у вас не купил, возможно, именно сейчас ищут ваш товар или услугу.

Часто клиент «придумывает» отмазки, чтобы не покупать, но всё же причины могут быть реальными.

Например, на момент покупки у него не было нужной суммы, или проблема не стояла так остро, или он решил повременить с решением из-за жены.

Большинство ваших конкурентов забывают о возможности вернуть «некупивших» клиентов в группу «купивших». **Пользуйтесь случаем!**

Американское издательство провело исследование и выяснило, что в подавляющем большинстве случаев продавцы **опускают руки слишком рано.**

80% сделок оформляются только после **5** контакта продавца с покупателем, в то время как многие коммуницируют с клиентом не более **3** раз.

Поэтому не останавливайтесь на полпути: ваш договор только и ждет заключения! И раз вы познакомились с человеком, не отпускайте его.

А если отпустили...

1. Начните с записной книжки (контактов в CRM). Выберите клиентов хотя бы за последние полгода, которые так и не приобрели ничего из ваших услуг.

2. По полной используйте весь арсенал: электронные письма, телефонные звонки, сообщения, встречи. Пусть вас не останавливает то, что клиент не отвечает – на это могут быть причины.

Зато, когда ему понадобится товар, вы будете первым, о ком он вспомнит.

3. Когда общаетесь с отказником, интересуйтесь всем по новой, как будто в первый раз. Считайте, что это новая продажа. Забудьте, что было раньше. Воспринимайте клиента как совершенно нового.

Не известно, когда у Вас купят, поэтому не стоит пренебрегать связями даже годичной давности.

Способ 2

Работа с клиентской базой

Искренне надеюсь, что вы ведёте свою клиентскую базу. Это контакты всех ваших клиентов, кто когда-либо что-то у вас покупал, а также тех, кто является вашими постоянными покупателями.

Многие недооценивают потенциал этого ресурса. А ведь

это ваш **самый главный актив**.

Ранее вы уже заплатили за то, чтобы эти клиенты пришли к вам, вы потратились на рекламу, выделили время на то, чтобы пообщаться с ними. Так почему бы не пообщаться с лояльными к вам клиентами снова?

Напишите каждому вашему клиенту. Поинтересуйтесь как у них дела, какие у них результаты от пользования вашим продуктом или услугой. Поинтересуйтесь, с какими проблемами они сталкиваются сейчас. А затем **предложите решение** этих проблем.

Да, придётся потратить время на общение с каждым клиентом, но в каком-то смысле это **ваша прямая обязанность – забота о клиентах**.

Если всё сделать правильно, то несколько новых заказов вы точно получите.

Способ 3

Прямое обращение к потенциальным клиентам

Речь идёт о прямом обращении к вашим потенциальным клиентам через звонок, либо сообщения в соц. сетях.

Всё просто. **Нужны новые клиенты? – найдите их!**

Составьте список тех, кто вам интересен как клиент и начинайте звонить.

К сожалению, продажи по телефону – это отдельный навык, причём не самый простой, и кратко описать здесь всю

механику и нюансы этого процесса не представляется возможным.

Единственное, что могу вам здесь посоветовать по части звонков – это **позитив, энергия и уверенность в голосе**, когда вы звоните. У потенциального клиента должно возникнуть к вам доверие и желание сотрудничать.

И ещё, необходимо показать вашему потенциальному клиенту, **как вы можете ему помочь**. Ваша задача заинтересовать его. Не стоит рассказывать о том какой вы классный, или какой классный у вас продукт. Говорите о клиенте и его проблемах. Расскажите о том, что он может получить от общения или сотрудничества с вами.

Рекомендую посмотреть, [как это делает Грант Кардон](#).

В сообщениях в соц. сетях действует тот же принцип. Заинтересуйте клиента потенциальной выгодой, заинтересуйте возможностью решить актуальные для него проблемы.

Рекомендую посмотреть, [как это делает Гари Вайнерчук](#).

Способ 4

Анализ воронки продаж

Если вы желаете увеличить количество продаж в вашем бизнесе, то первое, что может прийти в голову – это увеличить поток потенциальных клиентов, сделать так, чтобы о вас узнало как можно больше новых людей.

Но что, если этого делать совсем не обязательно? Что ес-

ли в вашей воронке продаж есть этап, проработав который, можно добиться увеличения продаж без привлечения новых людей?

Поясню на примере стандартной воронки продаж любого из бизнесов.

Вы запускаете рекламу и получаете около 100 посещений на ваш сайт. Далее 10 человек оставляют заявку, чтобы с ними связались. После этого вы или ваши менеджеры связываетесь с этими клиентами и двое из них покупают.

100 посещений сайта – 2 продажи.

И вот как раз логичным было бы увеличить количество посещений вдвое, чтобы получить не 2, а 4 продажи. Верно?

Но я бы сперва обратил внимание на тот факт, что из 10 заинтересованных клиентов купили всего 2. В чём причина, где остальные 8?

Им долго не перезванивали или не перезванивали вообще? Менеджер говорил невнятно и не сумел договориться о встрече? Клиенты не увидели для себя ценности в предлагаемом продукте или услуге?

Это я к тому, что, проработав один из этапов в середине воронки, мы можем получить на выходе желаемое увеличение продаж без привлечения дополнительного трафика на сайт.

Поэтому **пропишите, какие у вас есть этапы** в вашей воронке. Проанализируйте эффективность каждого эта-

па и посмотрите, какому этапу стоит уделить особое внимание, чтобы, подняв его эффективность, повысить количество продаж.

Способ 5

Челлендж 100 упоминаний

Крутой способ, который лично мне принёс свыше 20 заявок.

Суть его в следующем: написать всем, кто есть в ваших контактах в соц. сетях и попросить сделать упоминание о вас в своих сторис. Кратко упомянуть кто вы, чем занимаетесь и чем можете быть полезны.

Задача – получить 100 упоминаний о вас в соц. сетях других людей.

Однако предостерегу вас от одной грубой ошибки: не стоит заниматься спамом!!! Не надо слать всем сообщения типа: «Привет, сделай пожалуйста упоминание обо мне» и тому подобное.

Начните с того, что поздоровайтесь, поинтересуйтесь как дела у вашего знакомого (с кем-то возможно вы не общались уже больше года). И лишь потом попросите об услуге.

Можете сказать, что получили задание от своего наставника получить 100 упоминаний. Люди любят помогать.

Для пущего эффекта можете освещать в своих сторис сколько упоминаний уже получено, чтобы ваши подписчи-

ки в реальном времени могли следить за выполнением этого челленджа.

Способ 6

Повышение среднего чека

Этот способ уместен, если вы даёте качество и сервис лучше, чем кто-либо и если ваши клиенты гарантированно получают заявленный результат.

А самое главное, **если вы сами верите** в то, что ваш продукт или услуга стоят гораздо больше, чем вы за них просите.

В таком случае не стоит даже и сомневаться – смело повышайте стоимость за свои услуги.

Этот способ особенно подойдёт тем, кто предлагает услуги. Например, консультанты, репетиторы, тренеры и так далее.

Для того, чтобы побороть остатки сомнений касаясь стоимости ваших услуг рекомендую:

1. Проанализировать рынок конкурентов. Наверняка вы найдёте тех, кто уже берёт больше, а результаты предоставляет хуже.

2. Проанализировать результаты ваших клиентов. Вы правда помогаете вашим клиентам получить желаемые результаты? Чем не повод поднять цены.

Не лишним будет упаковать результаты ваших клиентов в кейсы. Поможет при продвижении для формирования к вам доверия со стороны потенциальных клиентов.

С продажей физических товаров будет чуть сложнее.

Способ 7

Реклама

Не совсем быстро, требует вложений, только если есть упакованная точка касания.

Как бы банально это ни звучало, но мало кто серьёзно подходит к вопросу рекламы.

А ведь если вы хорошо упакованы, то правильно настроенная реклама способна очень быстро привлечь в ваш бизнес новых клиентов.

Если в вашей воронке продаж вас всё устраивает и эффективность каждого этапа оптимальна, то – увеличьте ваш рекламный бюджет вдвое. По закону чисел это принесёт вдвое больше заявок. Простая математика.

На этом пока всё.

Возможно, найдутся те, кому эти способы могут показаться очевидными и банальными.

Однако, как я уже говорил, я регулярно общаюсь с десятками предпринимателей и с уверенностью могу сказать...

Мало кто из них хотя бы пробовал и применяет все 7 способов увеличения доходов, о которых я писал выше.

Так что...

Начните применять эти способы, и количество ваших клиентов, а следовательно и ваши доходы обязательно увеличатся.

Если же у вас остались вопросы или вы хотите получить больше информации касаясь увеличения дохода именно в вашей ситуации – рекомендую записаться ко мне на личную консультацию.

Даже если вы попробовали ещё не все способы, что я привёл выше.

Переходите по кнопке ниже, и мы выберем время.

[Перейти по ссылке.](#)

На консультации я смогу индивидуально разобрать вашу ситуацию в бизнесе, найти точки роста и составить план действий по увеличению дохода.

Если вам интересно больше узнать о достижении целей, повышении доходов и развитии личности, **подписывайтесь на меня в соцсетях.**

[Подписаться на канал в Telegram](#)

[Подписаться на мой Instagram](#)