

1000

уязвимых мест вашего автосалона

Чек-лист

Планирование	2
Исследования	5
Реклама	8
Инструменты лидогенерации	14
Отдел продаж	24
Сервис центр	28
Работа с клиентами	31
Аналитика	34
Что нужно внедрить	36



Планирование

Чтобы увеличить продажи, ставьте верные цели и ведите свою команду к ним.

1. Проверьте свои цели и планы продаж. Есть ли у вас план продаж на квартал? В вашем автоцентре сделана декомпозиция плана продаж на 90/30/7/1 дней?

Ок Обнаружена ошибка

2. Проверьте отдел продаж. Есть ли у продавцов личный план продаж? Знают ли они сколько должны продать автомобилей в квартал/месяц/неделю/день?

Ок Обнаружена ошибка

3. Проверьте отдел маркетинга. Есть ли у маркетолога план трафика? Знает ли он сколько должен привлечь посетителей и лидов в квартал/месяц/неделю/день?

Ок Обнаружена ошибка

4. Проверьте дает ли ежедневно маркетолог лиды в отдел продаж согласно «воронке продаж»? Например, для 1 продажи - 6 лидов.

Ок Обнаружена ошибка

5. Проверьте распределяет ли РОП равномерно лиды между продавцами или CRM автоматически назначает исполнителя на каждую заявку?

Ок Обнаружена ошибка

6. Планируете ли вы объем трафика для выполнения плана продаж? Например, на план в 100 автомобилей - 600 лидов и 12 000 посетителей (сайт/шоу-рум/телефон).

Ок Обнаружена ошибка

7. Проверьте ваш медиа-план. Правильно ли сформирован бюджет на рекламу? Оптимальные инвестиции в рекламу - 10% от маржи автомобиля.

Ок Обнаружена ошибка

8. Изучите свой медиа-план. Проверьте сколько приносит посетителей и лидов приносит каждый рекламный канал. «Мертвые» каналы отключаем и переносим этот бюджет на эффективные каналы коммуникаций.

Ок Обнаружена ошибка

9. Посчитайте количество и стоимость просмотров/посетителей и лидов. Так вы сможете понять какие каналы коммуникаций эффективные, а какие нет.

Ок Обнаружена ошибка

Исследования

Чтобы увеличить продажи, изучайте рынок и оперативно реагируйте на его изменения.

10. Проверяете ли вы ежемесячно спрос на автомобили в своем регионе/городе в www.wordstat.yandex.ru? Ведете ли вы статистику изменений количества запросов в Яндексе?

Ок Обнаружена ошибка

11. Следите ли Вы ежемесячно за своими конкурентами? Ведете ли таблицу изменений конкурентов по категориям:

- 1). какие акции предлагают покупателям?
- 2). где размещают свою рекламу?
- 3). какие объявления используют в контекстной рекламе?
- 4). какие акции размещают на своем сайте?
- 5). как быстро отвечают по телефону?
- 6). какие инструменты захвата лидов используют на сайте?
- 7). как быстро реагируют на заявки с сайта?
- 8). как оформлен фасад их автосалона? есть ли реклама?
- 9). какой трафик в салоне в будний и выходной дни?
- 10). через сколько минут подходит менеджер к клиенту?

Ок Обнаружена ошибка

12. Изучаете ли вы ежемесячно свою целевую аудиторию? Следите ли вы, как меняется «ядро» и малые группы ваших клиентов?

Ок Обнаружена ошибка

13. Следите ли вы за своей целевой аудиторией по главным показателям?

- 1). пол
- 2). возраст
- 3). география проживания
- 4). средний заработок

Ок Обнаружена ошибка

14. Изучаете ли вы потребности «ядра» и малых групп для выявления их «боли» и предоставления ценностей в УТП?

Ок Обнаружена ошибка

15. Следите ли вы за конкурентами из других автомобильных брендов? Следите ли Вы за их кредитными и страховыми программами? Эта информация может помочь вам создавать ценные кредитные акции для своих клиентов.

Ок Обнаружена ошибка

16. Исследуете ли вы рынок потенциальных покупателей / юридических лиц? Опрашиваете ли вы своих клиентов по потребностям и «болям» в вопросах покупки и обслуживания корпоративного автопарка?

Ок Обнаружена ошибка

17. Проверьте проводятся ли у вас ежемесячные исследования и ведется журнал отчетов исследований?

Ок Обнаружена ошибка

Реклама

Чтобы увеличить продажи, проверьте эффективность своей рекламы.

18. Проверьте все свои рекламные площадки на актуальность сроков и условий акций.

Ок Обнаружена ошибка

19. Выпишите все свои рекламные площадки, где могут быть указаны контакты вашей компании. Все ли они актуальны? Например:

- 1). ТВ-канал
- 2). радиостанция
- 3). щит наружной рекламы
- 4). оклейка автомобилей тест-драйва
- 5). сообщество VK
- 6). сообщество Fb
- 7). аккаунт Instagram
- 8). канал YouTube
- 9). кабинет Avito
- 10). кабинет auto.ru
- 11). кабинет drom.ru
- 12). печатное издание

Ок Обнаружена ошибка

20. Проверьте свою контекстную рекламу на Яндексе (поиск и РСЯ) и на Google (поиск и КМС). Все ссылки ведут они на корректную посадочную страницу?

Ок Обнаружена ошибка

21. Проверьте свою таргетинговую рекламу в социальных сетях (vk.com, facebook.com, instagram.com и youtube.com). Все ссылки ведут они на корректную посадочную страницу?

Ок Обнаружена ошибка

22. Перейдите по баннерам медийной рекламы и убедитесь в том, что все необходимые страницы открываются правильно и быстро.

Ок Обнаружена ошибка

23. Выпишите весь список рекламоносителей и идентификации компании и сотрудников. Все ли они находятся в чистом виде и содержат актуальную информацию?

Например:

- 1). наружный фриз
- 2). флаги и пилоны
- 3). табличка работы автосалона
- 4). внутренние и внешние указатели
- 5). рекламные ролл-апы в автоцентре
- 6). визитки менеджеров
- 7). рекламные буклеты
- 8). прайс-листы автомобилей
- 9). информация для клиентов
- 10). подномерные рамки автомобилей

Ок Обнаружена ошибка

24. Проверьте время выхода рекламы на ТВ и радио. Выходят они точно в сроки выкупленного времени?

Ок Обнаружена ошибка

25. Проверьте актуальность акций и информации на сайте и в сообществах социальных сетей. Нет ли старой или не соответствующей рекламе информации.

Ок Обнаружена ошибка

26. Зайдите на свой сайт с мобильного устройства и посмотрите, как отображается адаптивная верстка. Если сайт не адаптируется - вы теряете много потенциальных покупателей.

Ок Обнаружена ошибка

27. Проверьте свой сайт на наличие работающего счетчика Яндекс.Метрика. Этот сервис помогает изучать посетителей сайта и их поведение.

Ок Обнаружена ошибка

28. Проверьте свои объявления на direct.yandex.ru. Отключите все объявления с низким CTR (менее 15% от среднего значения). Это снизит стоимость клика.

Ок Обнаружена ошибка

29. Проверьте свой рекламный бюджет во всех рекламных кабинетах, которые вы используете. Установите уведомление о скором окончании баланса:

- 1). Яндекс.Директ и GoogleAdwords
- 2). рекламные кабинеты VK и Facebook

Ок Обнаружена ошибка

30. Проверьте присутствие автоцентра и контакты на гео-сервисах: Яндекс.Карты, 2GIS и Google Maps.

Ок Обнаружена ошибка

31. Настройте ретаргетинг интернет-рекламы так, чтобы ваши персональные предложения преследовали ушедшего посетителя сайта. Возврат посетителя очень важен сейчас.

Ок Обнаружена ошибка

32. Проверьте сроки оплаты доменов, хостинга и телефонов. Чтобы избежать отключения и заморозки обслуживания. Благодаря этому вы не потеряете клиентов.

Ок Обнаружена ошибка

33. Проверьте оплату рекламных кампаний на ТВ, радио, билбордах и в печатных СМИ. Если оплата не успела пройти - предоставьте гарантийные письма по оплате, чтобы избежать пропуски своевременных выходов вашей рекламы.

Ок Обнаружена ошибка

Инструменты лидогенерации

**Чтобы увеличить продажи,
проверьте работоспособность
инструментов захвата и
скорость реагирования.**

34. Позвоните по всем рекламным телефонам и убедитесь в том, что трубку поднимают не позднее 3 гудков.

Ок Обнаружена ошибка

35. Убедитесь в том, что все звонки распределяются и попадают исполнителям.

- 1). звонки по автомобилям и трейд-ину - в отдел продаж
- 2). звонки по пролонгации страховки - в отдел страхования
- 3). звонки по ТО и сервису - в сервис-центр

Ок Обнаружена ошибка

37. Позвоните по остальным телефонам компании и убедитесь, что вас связывают с адресатом, не позднее 2 минут.

Ок Обнаружена ошибка

38. Обязательно подключите CRM, чтобы фиксировать все телефонные звонки и онлайн-заявки с сайта, социальных сетей и мессенджеров.

Ок Обнаружена ошибка

39. Подключите IP-телефонию для фиксации лидов и создания автоматических карточек клиентов. Это решит вашу «боль» подсчета лидов и эффективности оффлайн-каналов. Поставьте отдельные телефонные номера на ТВ, радио, печатные СМИ и билборды. И вы поймете, какие рекламные каналы эффективные, а какие нет. Популярные сервисы - Mango Office и Zadarma.

Ок Обнаружена ошибка

40. Подключите функцию записи разговоров.

Ок Обнаружена ошибка

41. Прослушайте по 10 звонков каждого менеджера. Поверьте исполнение скриптов продаж по телефону и выпишите «плюсы» и «минусы» каждого менеджера. Проработайте ошибки с менеджерами.

Ок Обнаружена ошибка

42. Сравните содержание скрипта разговора каждого звонка с карточкой клиента. Отмечены ли шаги и результаты общения в CRM?

Ок Обнаружена ошибка

43. Убедитесь в том, что в каждом звонке клиенту был предложен следующий шаг или сделано предложение приехать в автосалон/пройти тест-драйв.

Ок Обнаружена ошибка

44. Посчитайте количество входящих и исходящих звонков каждого менеджера за 1 смену. Соответствует это плану лидов и активного обзвона клиентской базы.

Ок Обнаружена ошибка

45. Посчитайте сколько у вас пропущенных звонков за день, неделю, месяц и квартал по системе 90/30/7/1. Какой % от общего количества звонков.

Ок Обнаружена ошибка

46. Отправляете ли вы SMS клиентам с акциями, поздравлениями с праздниками и напоминаниями о продлении страховки или прохождении ТО, сезонного шиномонтажа?

Ок Обнаружена ошибка

47. Подтверждают ли ваши менеджеры визит клиента в автосалон за 1 день?

Ок Обнаружена ошибка

48. Ведется ли у вас план/факт встреч в автосалоне и тест-драйва?

Ок Обнаружена ошибка

49. Проверьте, перезванивают ли ваши продавцы в оговоренные день и время? Совершают ли они «звонки вежливости»?

Ок Обнаружена ошибка

50. Удостоверьтесь, что в подписи корпоративной почты у всех ваших сотрудников корректно указаны контактные данные для обратной связи.

Ок Обнаружена ошибка

51. Позвоните 10 клиентам, которые купили и спросите, почему они купили именно у вас?

Ок Обнаружена ошибка

52. Позвоните 10 клиентам, которые отказались, и спросите, почему отказались.

Ок Обнаружена ошибка

53. Оставьте заявку в каждой форме захвата вашего сайта и удостоверьтесь, что формы работают корректно и ни одна заявка не пропадает.

Ок Обнаружена ошибка

54. Проверьте скорость ответа менеджеров на заявки. Оптимальное время реакции - не более 5 минут. Если время ожидания ответа на заявку составило более 15 минут - продать потенциальному покупателю будет крайне сложно.

Ок Обнаружена ошибка

55. Убедитесь в том, что каждая оставленная заявка с сайта появляется в CRM.

Ок Обнаружена ошибка

56. Сделайте запрос на сайте в чате онлайн-консультанта и замерьте время ответа менеджера. В идеале, время ответа не должно превышать 60 секунд. Если у вас время реакции более 5 минут - контролируйте менеджеров или отключайте этот инструмент. Из-за медлительности вы теряете клиентов.

Ок Обнаружена ошибка

57. Напишите на корпоративную почту и проверьте скорость обработки вашей заявки. Она не должна превышать 60 минут.

Ок Обнаружена ошибка

58. Проверьте необработанные обращения на почте, включая папку «Спам».

Ок Обнаружена ошибка

59. Проверьте на наличие необработанных обращений клиентов на площадках, не относящихся к сайту:

- 1). сообщения в Vk
- 2). сообщения в Direct Instagram
- 3). сообщения в Facebook Messenger
- 4). сообщения в Telegram
- 5). сообщения в WhatsApp
- 6). сообщения в Viber

Ок Обнаружена ошибка

60. Зайдите на свой сайт с телефона и попробуйте оставить заявку или позвонить, нажав на номер телефона. Данные сервисы должны работать, т.к. больше половины пользователей заходят на сайты с помощью мобильных устройств.

Ок Обнаружена ошибка

61. Проверьте время открытия и закрытия автоцентра, принимают ли менеджеры звонки и заявки в течении 5 минут с момента открытия и до закрытия.

Ок Обнаружена ошибка

62. Проследите за тем, как администратор и менеджеры встречают ваших клиентов. Сколько времени проходит с момента входа клиента до начала диалога. Идеальное время - 2-3 минуты.

Ок Обнаружена ошибка

63. Проверьте менеджера на наличие у него визиток, буклетов и коммерческих предложений. Менеджер должен быть «вооружен».

Ок Обнаружена ошибка

Отдел продаж

Чтобы увеличить продажи, продавайте и еще раз продавайте.

64. Распределяете ли вы план продаж среди менеджеров? Оптимальный норматив продаж на одного менеджера - 2 автомобиля в смену.

Ок Обнаружена ошибка

65. Контролируете ли вы ежедневно выполнение плана продаж по каждому менеджеру? Важное правило - «не продал вчера - продавай сегодня!» Нельзя все откладывать на конец месяца.

Ок Обнаружена ошибка

67. Разбирайте в конце дня каждого менеджера по этапам сделок и выполнению заданий в CRM. Важен контроль выполнения всех этапов скрипта продаж.

Ок Обнаружена ошибка

68. Пересмотрите мотивацию продавцов с разделением гонорара на «твердый» оклад - обязательный минимум и:
1). «мягкий» оклад» - гонорар за выполнение активностей
2). % - выполнение плана продаж и ср.чека
3). NPS - коэффициент удовлетворенности клиентов

Ок Обнаружена ошибка

69. Внедрите «стену успеха» для отдела продаж, где будете ежедневно отмечать количество проданных автомобилей каждого продавца и отмечать максимальный чек за период.

Ок Обнаружена ошибка

70. Проверьте карточки клиентов в CRM на полноту и актуальность контактных данных и промежуточных результатов выполнения этапов скрипта продаж.

Ок Обнаружена ошибка

71. Проверьте все отказы клиентов от покупки и тест-драйвов в CRM. Прослушайте звонки и позвоните сами. Узнайте в чем была причина отказа. Возможно, что менеджер «скинул» с себя проблемный заказ.

Ок Обнаружена ошибка

72. Сделайте аттестацию продавца, который не выполнил план продаж на 60%. Возможно теоретические знания его желают лучшего. Сделав чек-лист на 100 вопросов, сгруппированных в 10 тем, вы сможете выявить проблему.

Ок Обнаружена ошибка

73. Рекомендуют ваши менеджеры брать автокредит в 100% сделок? Благодаря кредитному продукту, вы увеличиваете средний чек и LTV клиента.

Ок Обнаружена ошибка

74. Проверьте свою CRM - установлена ли автоматическая система уведомлений клиентов по покупке дополнительных услуг и пролонгации страховки?

Ок Обнаружена ошибка

75. Настройте свою CRM на автоматическую передачу клиента в сервис-центр после покупки и назначения исполнителя для его сопровождения.

Ок Обнаружена ошибка

76. Выдавайте своим покупателям «комплименты от директора салона» - неожиданные подарки при покупке авто. Это повысит лояльность к вашему автоцентру и включит «сарафанное радио» от покупателя.

Ок Обнаружена ошибка

Сервис центр

Чтобы увеличить продажи, оказывайте сервис лучше конкурентов и давайте больше ценностей в решении потребностей ваших клиентов.

77. Контролируете ли вы в CRM возврат клиентов на сервис?

Ок Обнаружена ошибка

78. Ведете ли вы учет каждого клиента по машинозаездам в сервис и на ТО? Автоматизация учета в CRM позволит вам настроить коммуникацию, пакеты услуг и даты заездов клиентов на сервис.

Ок Обнаружена ошибка

79. Предлагайте своим клиентам сезонные шиномонтажи с помощью автоматических напоминаний с помощью E-Mail, SMS, звонков вежливости и уведомлений в мессенджерах.

Ок Обнаружена ошибка

80. Введите сервис автоматической записи в сервис-центр (ТО, услуги сервиса, шиномонтаж, автомойка и др.) с выбором свободной даты и времени. Автоматизация напоминаний за 3 дня и 1 день увеличит конверсию машино-заездов.

Ок Обнаружена ошибка

81. Распределяйте автоматически заказы через сайт между участками сервис-центра. Это оптимизирует планирование и управление временем для специалистов сервис-центра.

Ок Обнаружена ошибка

82. Внедрите скрипты продаж для менеджера продаж сервис-центра и мастеров-приемщиков. Сделайте автоматизацию скриптов в CRM.

Ок Обнаружена ошибка

83. Введите контроль качества оказания услуг сервис-центра. Мастер-приемщик должен принять самостоятельно автомобиль перед выдачей клиенту. И зафиксировать этот результат в CRM. У вас будут ответственные за качество.

Ок Обнаружена ошибка

84. Внедрите скрипты выявления потребностей и «боли» у клиентов в сервис-центре. Давая экспертную оценку, ценности решения и выгоду приобретения услуги - вы увеличите средний чек и клиент будет доволен.

Ок Обнаружена ошибка

85. Внедрите «комплименты от директора автоцентра» вашим клиентам сервис-центра. Для них это будет приятный сюрприз.

Ок Обнаружена ошибка

Работа с клиентами

Чтобы увеличить продажи, общайтесь с клиентами. Давайте им деньги и возможность тратить их в вашем автоцентре.

86. Проверьте свою CRM на наличие карточек клиентов с историей их покупок. Есть они у вас в базе?

Ок Обнаружена ошибка

87. Сделайте личные кабинеты для клиентов на своем сайте для того, чтобы они могли видеть свою историю покупок и могли заказывать услуги через сайт.

Ок Обнаружена ошибка

88. Изучите свою программу лояльности. Вероятней всего, вы (как и большинство дилеров) даете обычные скидки по дисконтным картам. Клиенты не пользуются этим. Дайте им личные счета с кэшбеком за покупки и оплатой за время сотрудничества с вами. Пусть они тратят ваши «крипторубли» в диапазоне возможных скидок.

Ок Обнаружена ошибка

89. Проверьте свою систему коммуникаций с клиентами. Поздравляете ли вы клиентов с праздниками и даете им специальные предложения по покупке товаров и услуг?

Ок Обнаружена ошибка

90. Внедрите ежемесячный дайджест полезных новостей и специальных предложений с указанием сколько «крипто-рублей» они могут списать со своего счета.

Ок Обнаружена ошибка

91. Сделайте градацию по статусам клиентов «серебро», «золото», «платина». Благодаря которым будут больше начисляться и списываться «крипто-рубли». Статусы давайте за ключевые покупки. Например: покупка автомобиля, прохождение ТО2 и 10 покупок за период.

Ок Обнаружена ошибка

93. Сделайте персонализацию клиентов в контенте коммуникаций и предложений. Например, покупателю iPhone не нужно предлагать чехлы и зарядки Samsung. Вы понимаете о чем я. Это поможет больше и чаще продавать товары и услуги автоцентра.

Ок Обнаружена ошибка

94. Дарите в день рождения своим клиентам подарки. Не скидки, а подарки, которые они могут получить в течении недели - это может быть автомойка или оmyвайка. Но это должно быть от души. И клиент не должен чувствовать, что его пытаются провeсти. Русская душа - потемки. Мы любим делать «ответные подарки», поэтому клиент будет привязан к вам.

Ок Обнаружена ошибка

Аналитика

Чтобы увеличить продажи, научитесь работать с цифрами. Зная свои показатели - вы сможете расти и увеличивать прибыль.

95. Внедрите (если вы еще не сделали этого) в свой бизнес CRM и ROIstat для того, чтобы контролировать и изучать показатели бизнеса.

Ок Обнаружена ошибка

96. Ведите контроль за главными показателями - количеством и стоимостью просмотров, посетителей, лидов и продаж.

Ок Обнаружена ошибка

97. Контролируйте конверсии просмотры в посетители, посетители в лиды, лиды в продажи. Они всегда должны расти. Если конверсии пошли на спад - анализируйте проблему и увеличивайте конверсию.

Ок Обнаружена ошибка

98. Проверяйте эффективность каждого менеджера по выполнению всех этапов скрипта продаж. На каких этапах его активность снижается и усиливайте свою команду.

Ок Обнаружена ошибка

99. Изучайте спрос потребителей и продукты, которые они покупают. Зная поведение клиентов, вы сможете выявить дать больше ценностей и увеличить средний чек.

Ок Обнаружена ошибка

100. Изучайте и еще раз изучайте своего клиента. Ваша задача - увеличить LTV. Продавайте сервис по беззаботному и выгодному владению автомобилем на 34 месяца и заводите клиента на новый цикл, но уже без вложений в рекламу на привлечение.

Ок Обнаружена ошибка

Надеюсь, что для вас стал полезен данный чек-лист и помог сделать ваш автоцентр более эффективным.

Если вы хотите на системном уровне контролировать бизнес и двигаться быстрее ваших конкурентов, то вам не обойтись без изменения модели бизнеса.

Важно понять главное - в настоящее время потребности клиентов меняются вместе с новой аудиторией. Они больше не нуждаются в простой покупке автомобиля. Клиенты хотят сервис - сервис беззаботного владения автомобилем на период времени и с гарантированным обратным выкупом.

Развивайтесь в этом направлении и вы станете первыми, что приведет вашу компанию в лидерство на рынке.

Для этого я подготовил специальную стратегическую сессию, благодаря которой вся ваша команда топ-менеджеров получит систему по увеличению доходов и развитию вашего автоцентра. И все это за один день.

Программу и стоимость стратегической сессии вы сможете посмотреть на моем сайте www.metodrodina.ru.

Перейдите по ссылке и начинайте внедрять новые технологии, которые увеличат прибыль вашего автоцентра.

[«Стратегическая сессия для автодилеров»](#)



Маркетинговое
агентство
Метод Родина

Тел: 8 (911) 082-15-33
methodrodina.ru
methodrodina@ya.ru

**В капле
— море**

