

«Продавец окон» - Истории успеха наших клиентов

Александр Авдонин, «Окна Алессандро» Пенза



Здравствуйте! Меня зовут Авдонин Александр Викторович. Я из города Пензы. Я проработал в фирме, которая занималась пластиковыми окнами 3 года. В этой фирме я работал сначала в должности монтажника, затем начальника монтажной службы. По своим служебным обязанностям мне часто приходилось общаться с потенциальными клиентами, решать спорные вопросы.

Четко прописанных должностных обязанностей в организации мне не могли выдать, ссылаясь то на одно, то на другое. Это естественно сказывалось на качестве работы. Большой объем работы не мог быть выполнен в срок потому, что я даже не знал, что это мои обязанности, а вышестоящее начальство об этом и не вспоминало.

Рабочий день длился до 23:00, а иногда и до поздней ночи. В должности начальника я проработал 2 месяца, и понял, что такого быть не должно. В этот момент вспомнилась народная мудрость: Деньги

важный, но не главный фактор в жизни человека!

В те моменты, когда я работал начальником, у меня катастрофически не хватало времени ни на себя, ни на семью, ни на друзей, родных и близких, я постоянно не высыпался, и все равно ничего не успевал сделать.

В этот период времени я начал задумываться об открытии своей фирмы, что я и сделал. Я заключил договор с компанией «[Квадрат](#)».

Но здесь возникает вопрос, что же делать дальше? Я не хочу, чтобы работа меня поглотила, и все вернулось в прежнее русло, вечной суеты, не успевания. Бизнес может, и будет развиваться, продажи будут расти, но моя жизнь пройдет мимо. Сколько мне времени потребуется, чтобы поставить свой бизнес на ноги и заставить работать без моего участия? Год? Два? А может и десятилетия? **Тогда какой смысл открывать свой бизнес, если прибыль и удовольствие от проделанной работы ты будешь получать в старости?**

Конечно, открытие своего бизнеса на первых порах отнимает очень много времени, везде нужно успеть: оформить необходимые документы, разобраться с рекламой, нанять нужных

работников, обучить их, оформить бухгалтерские документы, договориться с поставщиками, решить проблему с транспортом, провести платежные документы, съездить в банк и многое другое.

Это огромная куча дел! Как можно все успеть? Ответ на этот вопрос можно найти в рассылках Андрея Меркулова, видеоматериалах, семинарах, аудиозаписях.

Первое, что я изучил – это книга «[10 ошибок, которые приводят оконный бизнес к банкротству](#)». В ней я увидел рассмотрение тех проблем, с которыми я столкнулся при открытии и тех ошибок, которые к ним приводят.

Чем мне помогла книга? На первых порах я столкнулся с проблемой низких продаж окон. С чем это связано? В книге подробно это описано, как будто писали с меня.

Сразу же после рассмотрения этой проблемы я начал обзванивать и посещать другие оконные фирмы, чтобы узнать, как у них обстоят дела, как со мной разговаривают. Естественно со стороны было видно, какие ошибки были допущены в разговоре, какие уловки применены, как общаются с клиентами.

Все, что важного было услышано, сразу было занесено в специальный журнал, который я начал вести, чтобы увеличить продажи и научить своих будущих подчиненных. Чтобы не делать эту работу несколько раз, достаточно будет предъявить необходимые документы и ознакомить с ними своих сотрудников.

Ведь, если информация записана, её гораздо легче будет донести. Будет постоянная возможность к ней обращаться, пополнять новыми сведениями. **После этого исследования, я знаю практически все о других компаниях и могу уже говорить о своих отличиях.**

Вторая проблема, с которой я столкнулся - это реклама. В нашем городе очень много источников рекламы, какой из них выбрать, вопрос очень сложный. Ведь один выход газеты стоит порядка 1500 (минимум), а если этих газет десятки?

До прочтения книги, я, наверное даже не задумываясь, дал объявления во все газеты, и ждал бы звонков. После прочтения книги, я понял, что это была бы просто трата денег, и никакого результата не принесло бы. Действовать я начал сразу. Мною были рассмотрены все газеты, в которых печатались и не печатались объявления о продаже пластиковых окон. Первое предпочтение было отдано газетам, которые распространяются бесплатно по почтовым ящикам. В этом случае, клиенту не обязательно даже покупать газету, чтобы узнать обо мне. Были выбраны газеты, таким образом, чтобы по площади распространения охватывали весь город. Обязательно, на мой взгляд, было разместить рекламу в правительственных газетах, в которых пишут о произошедшем в городе, так как это интересует практически каждого человека, соответственно, он наверняка увидит мою рекламу. Определенную часть рекламы будут разносить по почтовым ящикам МУПы вместе с квитанциями об оплате коммунальных платежей. Среди платных газет, я выбрал только одну. Как я ее определил? Я зашел в несколько киосков, отделов торгующих печатной продукцией, и спросил: хочу установить пластиковые окна, какую мне газетку надо купить? В каждом отделе без сомнения отвечали - берите вот эту, ее все берут, кто хочет окна поставить, у нее тираж больше всех, ее и расхватывают моментально. **Естественно я сразу начал замерять эффективность рекламы, что помогло сэкономить определенную часть средств, и вложить их во что-то нужное.**

Далее я принял менеджера. Сразу же я написал ему должностные обязанности, предоставил материал для изучения, поставил четкие задачи и определил ответственность за их не выполнение.

Сразу же после прочтения «1-го способа увеличения продаж в оконном бизнесе», я начал внедрять систему допродаж, оповестив об этом и менеджера и замерщика.

Благодаря тренингам, мы постоянно оттачиваем речь наших менеджеров и замерщиков. Мы научились знакомить с нашей фирмой клиента, выявлять его потребности, предлагать решения различных вопросов, связанных с окнами.

Но возникают проблемы с выявлением потребностей клиентов, так как не возможно всем угодить, как бы мы не старались. Одних людей интересует, когда ты начинаешь рассказывать про свою компанию, про окна, профили и т.п., другие сразу перебивают, говоря, что ничего не понимают, посчитайте на свой вкус, третьи даже не знают приблизительный размер окна, но знают размер подоконника. Вкусы и потребности у людей разные, **наша задача на сегодняшний момент – это найти подход к каждому клиенту**, пока это не сделали другие компании.

После прохождения каждого тренинга и семинара у меня появляются новые идеи, которые помогут развивать мой бизнес быстрее. В этих тренингах в малом объеме изложена информация, к которой мы пришли бы и сами, но только через продолжительный период времени.

Спасибо огромное за предоставление этих материалов, они облегчают нам жизнь и способствуют наиболее быстрому развитию нашей компании, поиску и устранению слабых мест в организации.

Александр Авдонин,
«Окна Алессандро», г. Пенза

Обучающие материалы компании «Продавец окон»

Бесплатные материалы по оконному бизнесу

- [Книга «10 ошибок, которые приводят оконный бизнес к банкротству»](#)
- [Аудисеминар «10 Заповедей Оконщика»](#)
- [Дневник "Оконные заметки на ходу"](#)

Семинары и тренинги по продажам

- [Семинар «Оконная воронка продаж – 2»](#)
- [Тренинг «Как оконщику из провинции зарабатывать 400 тысяч в месяц?»](#)
- [Тренинг «Хороший менеджер, отличный продавец»](#)

Семинары и тренинги по оптимизации бизнеса и управлению персоналом

- [Двухдневный семинар «Мотивация персонала и планы продаж в оконном бизнесе»](#)
- [Двухдневный Семинар «Малый бизнес на автопилоте. Первый шаг»](#)
- [Тренинг «Малый бизнес на автопилоте. Взлет»](#)

Контактный блок

Компания «Продавец окон» (ИП Меркулов Андрей Александрович)

Телефоны: 8 (4742) 39-02-59, 39-18-65

Факс: 8 (4742) 33-10-48,

Время работы: с 9-00 до 18-00 (по Московскому времени)

Адрес: г.Липецк, Универсальный проезд, 14

Сайт: www.prodavecokon.ru

Email: vip@prodavecokon.ru

Вопросы оплаты: vip_order@prodavecokon.ru

Компания ООО «Квадрат»

Сайт: www.oknakvadrat.ru

Email: okna@oknakvadrat.ru, diler@oknakvadrat.ru

Телефон дилерского отдела: 8 (4742) 527-367

Скype: oknadiler_kvadrat, kvadrat_office

Остальные телефоны, адрес и режим работы: те же