

Интеграция с видеонаблюдением iSpyConnect

Представляем Вам видеонаблюдение с нулевым бюджетом и привязкой к произвольной камере. С помощью www.iSpyConnect.com и последней версии **Microinvest Склад Pro Light**, наша система может интегрироваться с видеонаблюдением без каких-либо дополнительных инвестиций. Программа www.iSpyConnect.com связывается почти со всеми видами камер (IP, VGA, Web и стандартными), при этом позволяет расположить текст поверх изображений. Всё это может работать через стандартный компьютер и наблюдаться удалённо через телефон. Создана документация по интеграции между двумя продуктами и описаны настройки системы. Будьте уверены, что это та новость, которой не могут похвастаться конкуренты, и она даёт ещё одно большое преимущество партнёрам **Microinvest**. Изучите технологию и предлагайте это решение Вашим клиентам.



Интернет магазин с динамичным дизайном

Новая версия **Microinvest eCommerce Pro** предоставляет отличную платформу для развития электронной торговли. Программный продукт позволяет создавать яркий и индивидуальный дизайн, обладает лёгкостью настройки изображения и поведения магазина и учитывает фирменный стиль организации. Установка, фактически, автоматична и не требует наличия программистов. Встроенный дизайнер позволяет удовлетворить и самых взыскательных клиентов. Магазин уже работает у клиентов **Microinvest** и доказывает, что не случайно занимает своё место среди прогрессивных нововведений современного бизнеса.



Полная актуализация всех продуктов

В конце февраля 2014 было выполнено полное обновление всех продуктов. Новые версии имеют ряд изменений, отпущенных реальными пользователями систем и партнёрами **Microinvest**. Наша команда постаралась выполнить все стратегические задачи и, таким образом, сделала следующий шаг к лучшему представлению продуктов. Изменения затронули почти все программы, поэтому обязательно нужно сделать полную актуализацию целой системы. Рекомендуем скачать CD с продуктами **Microinvest** и установить версии, которые в него заложены.



Дистанционная работа на приложениях Android

С помощью собственного FTP сервера и **Microinvest Utility Center**, мобильное приложение **Microinvest FastPOS** может собирать и обрабатывать продажи и заказы с удаленных точек. Преимущество системы - это отсутствие требований к наличию постоянной Internet связи. Операции собираются в устройстве и при подключении к глобальной сети передаются к центральному серверу. Технология очень стабильна и не требует наличия специальных технических средств, достаточно единожды выполнить настройку устройства. А существование множества различных производителей предоставляет Вам большой выбор устройств с низкими ценами и простым управлением целой сети мобильных продавцов.



Привлечь, удержать, вернуть!

Многие руководители фирм и начальники различных отделов считают, что они прекрасно понимают истинный смысл этих слов и отлично владеют этим искусством. Да, мы не ошиблись, именно искусством, ведь для того чтобы стать отличным специалистом по маркетингу, не нужно изучать сложные теоремы, читать и запоминать толстые учебники.

Чтобы достигнуть определённых успехов в этом направлении или просто сдвинуться с мёртвой точки, достаточно запомнить несколько основных моментов и научиться правильно их применять, не просто смотреть на людей или вещи, а наблюдать за ними и видеть особенное и важное. Научитесь обращать внимание на детали, часто именно они способствуют большим доходам и огромному успеху.

С чего начать или Отправная точка на пути к успеху

Всё очень просто - начните с себя, с людей, которые Вам помогают – с Вашей команды. Одной из самых распространённых ошибок является мнение, что успех предприятия зависит от клиентов. Они, конечно, очень важны и без них никак и никуда. Но Вы не привлечёте много людей с плохой командой. Ваши сотрудники – вот Ваша сила и то, на что нужно обратить внимание в первую очередь. Обучайте, тренируйте, мотивируйте! Возможно, Вы знакомы с высказыванием Наполеона: «Армия баранов под руководством льва разобьёт армию львов под руководством барана». А представьте себе вариант, когда высококвалифицированный и грамотный руководитель управляет не менее толковыми ребятами!



Несколько действенных советов, которые нужно запомнить

Чтобы привлечь клиентов, прежде всего, проявите нестандартность. Придумайте то, чего ещё никто не делал. Выйдите за рамки принятого.

1. Интернет и социальные сети. Нет более простого и дешёвого варианта распространения Вашей рекламы. Более 70% людей являются активными пользователями интернета, поэтому будет глупо этим не воспользоваться. Создайте профили Вашей компании везде где только можно (форумы, социальные сети, YouTube, Twitter). Публикуйте там видео с отзывами довольных клиентов, презентации новых продуктов, фотоотчёты с выставок и все то, что может стать Вашей бесплатной рекламой и привлечь внимание клиентов.

2. Организовывайте акции и демонстрации Ваших продуктов. Клиентам проще будет сделать выбор, если они смогут «пощупать» всё и испробовать. Придумайте систему скидок или предложите выгодные для них условия. Например, объявите, что за каждого приведённого друга полагается небольшое вознаграждение или бонус. Желание получить что-нибудь задаром или заплатить меньше, чем другие, порой творит чудеса.

3. Создайте базу возможных партнёров и клиентов. Подумайте, какие компании могли бы заинтересоваться Вашими продуктами. Отправьте им письма с предложением о сотрудничестве на взаимовыгодных условиях. Создайте партнёрскую сеть, где Вы сможете поддерживать друг друга, делиться интересными новостями и личным опытом. Соберите информацию о клиентах компаний, предлагающих подобные продукты или услуги. Свяжитесь с ними, узнайте, все ли их устраивает, постарайтесь убедить их, что Вы лучше. Предложите им что-нибудь интересное и действительно выгодное.

4. Вступайте в профессиональные клубы. Вступить в такой клуб, значит получить доступ к ценной информации и контактам. В таком клубе у Вас есть все шансы дополнительно чему-нибудь научиться, найти себе новых партнёров или привлечь новых клиентов.



5. Сарафанное радио. Доведите свой бизнес до состояния, когда Ваши довольные клиенты будут рассказывать о Вас своим друзьям и партнёрам. Впечатлите их так, чтоб им хотелось делиться этой информацией. Таким образом, Вы добьетесь того, что потенциальные клиенты, услышав о Вас столько хорошего, сами будут искать возможность связаться с Вами и воспользоваться Вашими услугами.

6. Грамотно работайте над Вашей рекламой. Не пытайтесь продать товар или услугу в первую же секунду. Попробуйте пойти другим путём. Подготовьте брошюру о том, как правильно выбирать продукт или услугу, или 10 причин как не наступить на «подводные камни», а в самом конце оставьте контакты Вашей компании. Клиенты обязательно заинтересуются, потому что Вы не навязываете им, а проявляете заботу. Вы позволяете им самим сделать правильный выбор.

7. Ведите статистику Ваших действий. Провели рекламную кампанию, собрали базу и обзвонили потенциальных клиентов – сядьте и оцените положенные усилия и результаты. Если Вы заметили, что выбранная система не работает или приносит меньше успеха, чем предполагалось, значит, Вы что-то делаете не так. Попробуйте подойти к решению вопроса другим способом, поменяйте тактику.



Чтобы удержать клиентов, в первую очередь нужны внимание и четкий контроль над ситуацией.

1. Активно работайте с Вашей клиентской базой. Ведите учёт по каждому клиенту: сколько раз он к Вам обращался, что и когда приобреталось, по какой цене, использовались ли скидки, принимал ли он участие в акциях, доволен ли он был обслуживанием и товаром, просите оставить контактные данные. Все это поможет Вам контролировать ситуацию.

2. Поощряйте постоянных клиентов. Вы можете ввести одну общую систему поощрения, одинаковую для всех, или придумать что-нибудь индивидуальное для каждого. Если Ваш клиент почувствует, что он - не просто часть толпы, а действительно важный для Вас клиент, и Вы именно его цените, то это огромный плюс в Вашу копилку. Это ещё один момент, когда Ваша внимательность к деталям может Вам помочь.



3. Поддерживайте связь. Вы можете попросить персонал ежедневно связываться, например, с 5 Вашими клиентами. Согласитесь, ведь это приятно, когда Вам уделяют внимание. Так же и с клиентом (главное, не стать назойливыми). Время от времени полезно узнавать как у него дела, доволен ли он приобретённым продуктом или предоставленной услугой, не нужна ли ему какая-нибудь помощь или информация. А может он заинтересуется Вашим нововведением или захочет принять участие в акции?



4. Научитесь слышать и наблюдать. Будьте открытыми для любых предложений, особенно о нововведениях и дополнениях. Согласитесь, намного легче прислушаться к ценным советам, выделить возможное и воплотить их в реальность, чем тратить драгоценное время на самостоятельные поиски недостатков или новых путей развития. Кроме того, Вы польстите самолюбию клиентов, напомнив им об их важности и незаменимости.

5. Проявите заботу и, опять же, внимание. Вам же ничего не стоит поздравить постоянного клиента с наступающим праздником или днём рождения. Отправьте ему открытку на e-mail, опубликуйте поздравление на сайте Вашей компании – вариантов много, а результат один – всем приятно и все довольны.

Предложить клиенту качественную услугу или продукт – это не сложно, сложно убедить его в том, что без этого продукта он вообще никак и никуда. Если Вы уже привлекли клиента, то будьте к нему внимательным, поддерживайте его, учитывайте его интересы, и он никуда не денется. Качественная продукция это далеко не всё. Можно купить и просто хороший софтвер, но сделать это там, где Вы почувствуете себя значимым.



Чтобы вернуть клиентов, нужно уметь признавать свои ошибки и работать над недостатками.

1. Постарайтесь понять, почему он ушёл от Вас. Может, его не устроило качество предлагаемого продукта, цена или обслуживание. Может, Вы просто про него забыли, а ему важно получать Ваше внимание. А может он переехал, послушал друга и ушёл к конкурентам или обанкротился. Что бы там ни было, Вам нужно это узнать и запастись терпением.

2. Тренируйте Ваше самообладание. Возможно, что когда Вы решитесь связаться с бывшим клиентом, придётся выслушать достаточно неприятные вещи. Это не всегда легко, но есть здесь и положительные стороны – человек, который злится или обижен, не станет скрывать недостатки Ваших услуг и продуктов. Это поможет хотя бы изучить имеющиеся проблемы и не допускать их в будущем.



3. Подберите наиболее удобный момент. Если Ваш клиент уже сотрудничает с конкурентами, и не получается вернуть его сразу – полезно дать ему немного времени.

4. Проведите интересную акцию. Может, новое мощное предложение - это именно то, что ему сейчас нужно. Попробуйте предложить дополнительную скидку или ценные бонусы, если в данный момент он испытывает финансовые трудности. Отлично работает вариант с промо-акцией. Отправьте клиенту пакет с промо-товаром и вложите брошюру с нововведениями.

5. Правильно оценивайте клиента. Подумайте и проверьте, насколько он для Вас важен. Не стоит тратить время и средства, чтобы вернуть клиента, который не приносит Вам прибыль, или этот доход слишком мал.

Привлечь внимание клиента не сложно, сложнее оправдать его надежды, постоянно подтверждая и повышая Ваш уровень. Надеемся, эта статья принесёт Вам пользу и поможет избежать некоторых ошибок.



Желаем Вам удачи!

Встреча с клиентом или Работа над ошибками

Позади телефонные звонки, напряженные переговоры и, наконец, клиент соглашается на встречу с Вами. Именно теперь перед Вами стоит одна из самых главных задач – грамотно выступить с заманчивым предложением. Зачастую, наш первый контакт с незнакомым человеком может повлиять на окончательное решение клиента делать ли у Вас покупку или нет, автоматизировать объект с Вашей помощью или обратиться к Вашему конкуренту, который только этого и ожидает. И от того, насколько убедительно Вы будете себя вести на встрече, как сможете себя преподнести, и зависит итоговый результат. Поэтому хотелось бы выделить несколько основных ошибок, которые допускают при первом контакте, и дать полезные советы, которые в будущем смогут подтолкнуть собеседника к принятию нужного для Вас решения. Итак, пойдём по порядку...

Кто предупреждён, тот вооружён

Важной ролью до встречи с клиентом является подготовительная часть. Перед тем как будете встречаться с человеком впервые, необходимо удостовериться в актуальности и комплектности раздаточного материала и работоспособности той вспомогательной аппаратуры, которую Вы будете использовать на презентации. Всё должно быть заранее подготовленным и не давать сбоев. Представьте себе, хотите Вы показать функциональные возможности программных продуктов, и в тот момент, когда производите запуск программы, ролика или слайдов, появляется ошибка запуска или, еще хуже, ноутбук не включается - забыли зарядить батарею. Вы начинаете переживать, нервничать, и, в итоге, встреча подошла к логическому окончанию, так и не начавшись.



Также крайне неучтиво, когда человек, с которым Вы вступили в беседу, просит Вас оставить какую-нибудь дополнительную информацию для анализа, а что же Вы? Вы ставите на стол сумку или папку и начинаете в ней долго и мучительно копаться, и хуже всего, если Вы пришли с пустыми руками, в результате чего показать и предоставить Вам нечего. Достаточно комичная ситуация, спрашивается - зачем пришли?

В дополнение, очень хорошим вариантом было бы привлечение помощника, желательно, технического специалиста, который бы не только Вам посодействовал при настройке оборудования, но также в дальнейшем смог бы ответить на все возникшие технические вопросы, которые обязательно появятся в ходе диалога с клиентом.

Желательно подъехать на место встречи заранее, чтобы осмотреться и привести себя в порядок. Тем не менее, не стоит показывать клиенту, что на подготовку презентации затрачено большое количество времени. У него должно сложиться впечатление, что на переговоры прибыл деловой человек с достаточно плотным графиком встреч. Продумайте все детали предстоящего диалога и будьте готовы к неожиданным поворотам во время переговоров.



Пришли на встречу в пижаме?

Конечно, то, в чем Вы пришли на деловую встречу, имеет большое значение, и появляться в “пижаме” определенно не стоит, но если всё же это произошло, то Вас воспримут непрофессиональным, самонадеянным или попросту неряшливым человеком. Ни одно из подобных впечатлений не способствует укреплению Вашего авторитета и не подтолкнёт нанять Вас. Хотя многие автоматизаторы могут позволить себе одеваться как им угодно, работа с серьёзными людьми подразумевает, что Вы будете соответствовать ожиданиям, даже в том, что касается одежды.

Необходимо иметь хотя бы один деловой костюм для встреч с клиентами. Но мы бы посоветовали обладать несколькими вариантами, чтобы не показываться на встречах в одном и том же. Совсем не обязательно жертвовать собственным стилем, но при этом следует помнить о профессиональных стандартах и стараться придерживаться их в работе.



Точность – вежливость королей

Очень важно на первой встрече показать себя человеком серьезным во всех отношениях и тем более в отношении пунктуальности. Придя с опозданием, неважно по какой причине, Вы проявляете неуважение к человеку, который специально выделил время в своём плотном графике для общения с Вами. Опоздав на встречу на 2-3 минуты, Вы рискуете её полной отменой. Постарайтесь рассчитать своё время, чтобы Вас не ждали. Но всё же, если произошла непредвиденная ситуация, постарайтесь позвонить и предупредить о возможном опоздании или договоритесь на другое время.

Конечно, Вы тоже вправе требовать пунктуальности у того, с кем встречаетесь. Но прежде всего начните с себя. Хотя бывают и другие мотивы для опоздания со стороны клиента. Например, если можно заставить Вас ждать – значит, в дальнейшем так же можно отложить оплату услуг, и вообще – Вы подождете.

Тем не менее, постарайтесь отнестись с пониманием и войти в положение клиента, ведь бывают разные ситуации. Будьте лояльны и проявляйте уважение.

Краткость - сестра таланта

Итак, Вы на встрече и уже произошёл обмен взглядами, приветствиями, произведена общая оценка и Вы заняли удобную позицию для того чтобы начать дальнейший диалог. Необходимо принять во внимание, что первые 10 секунд человек производит наиболее яркое впечатление на собеседника, а основным каналом передачи информации является невербальный. Исходя из этого, говорить что-то помимо слов приветствия в первую минуту знакомства неэффективно. В этот момент будет уместно получить разрешение на подготовку необходимого оборудования. Важно помнить, что клиент открыт для взаимодействия примерно 10—15 минут, поэтому не стоит устраивать встречу с глубокими и детальными презентациями. В четверть часа необходимо уместить минимум полезной для клиента информации в удобной для восприятия форме. Во время разговора можно следить за мимикой и жестами оппонента, а также направлением его взгляда. Если собеседник выражает крайнюю незаинтересованность в происходящем, стоит взять паузу и попробовать на какое-то время перевести разговор на смежную тему. Если клиент начинает интересоваться более детально предлагаемыми Вами услугами, товарами и программным обеспечением, в этом случае, если Вы технически не “подкованы”, Вам бы пригодился специалист со знанием подобных тонкостей. Также было бы очень хорошо продемонстрировать сам продукт, показать как он работает, предоставить реальные внедрения с участием Вашей компании и отзывы клиентов. Всё это в итоге положительно скажется на успехе встречи. Скорее всего, Ваш собеседник не сможет Вам дать определённый ответ моментально при первом знакомстве, и ему понадобится некоторое время для раздумья, финансовых расчётов, получения советов со стороны грамотных специалистов. Подобное развитие событий можно расценивать положительно, предложите оставить образец или изучить демо-версию - пусть пощупают самостоятельно. Отвечайте на все вопросы четко и убедительно, договоритесь о следующей встрече или спросите, когда можете позвонить, для того чтобы узнать об окончательном решении.

И здесь необходимо помнить о том, что вне зависимости от того, как Вы выглядите и как себя ведёте, хуже всего воспринимается людьми фальшь, и Ваш собеседник обязательно почувствует, если Вы с ним не честны.

Услышь ближнего своего!

Ещё один очень важный фактор, который может привести к успеху – это умение внимательно слушать своего собеседника. Вы можете детально изучить данные о клиенте, принести необходимый материал и даже подготовить приятные сувениры, но если Вы не будете давать клиенту говорить, встреча обречена на провал. Один из главных и наиболее простых секретов работы с клиентами – слушать то, что они говорят. Так Вы сможете не только лучше узнать будущего заказчика, но и подготовить для него наиболее подходящее предложение и быстрее выйти на сделку. Через полученную важную информацию можно не только понять слабые стороны оппонента, но и выстроить собственную стратегию для подбора нужного подхода.



Слушайте и определяйте, чего хотят Ваши клиенты на самом деле. Беседуйте с ними, создавайте диалоги и убедитесь в эффективности данного метода работы!

Красноречивые жесты

Внимательно наблюдайте за собеседником и его позой, выражением лица, движениями рук и прочим. Это может показать Вам, нравится ли собеседнику то, что Вы говорите. Это даст Вам возможность направить разговор в нужное русло. Жесты, мимика, интонация — очень важная часть делового общения. Порой с помощью этих невербальных знаков можно сказать гораздо больше, чем с помощью слов. Наверное, каждый может вспомнить, как он сам прибежал к красноречивым взглядам и жестам, или "читал" ответ на лице собеседника. Такая информация пользуется большим доверием, нежели устная речь, которую порой используют для достижения собственных интересов. Если между двумя источниками информации (вербальным и невербальным) возникает противоречие: говорит человек одно, а на лице у него написано совсем другое, то большего доверия заслуживает невербальная информация.



Один из примеров того, что Ваш новый знакомый не совсем честен, это то, что он прячет руки за спину или убирает их в карманы. Еще один пример - человек постоянно прикрывает рот рукой, при этом он может покусывать губы или напрягать рот. Если поджимает нижнюю губу, возможно, он не уверен в том, о чем говорит.

Позы тела тоже расскажут о многом. Например, если Ваш собеседник садится в кресло или на стул, а затем принимает какое-то неестественное положение, либо никак не может усесться поудобнее — это значит, что он «неудобно чувствует» себя в данной ситуации или ему не нравится поднятая тема. Обратите внимание на то, что обманщики при разговоре часто изгибаются, скрещивают ноги и руки. Они как бы ищут поддержки извне, опираясь на стол или стул. Правдивые люди, отвечая на вопросы, держатся прямо и редко меняют положение тела.

Если Вы заметили, что человек лжет, попробуйте скопировать его позу и жесты. Такой способ в психологии называется отзеркаливанием. С помощью него Вы подстраиваетесь под собеседника, и ему становится очень трудно продолжать врать. Скорее всего, он проговорится. Просто не давайте понять, что обман раскрыт. Скажите, что не расслышали, попросите повторить слова. Дайте человеку возможность сказать правду. При диалоге будьте наблюдательными и тогда сможете сделать правильные выводы относительно Вашего собеседника.

Орфографические и грамматические ошибки

Немаловажное значение имеет при встрече то, насколько Вы грамотно пишете и говорите. Может некоторым и всё равно, но большинство профессионалов просто не станет рассматривать Вас всерьез, если Вы будете допускать множество ошибок. Поверьте, неграмотность бросается в глаза и может отпугнуть заинтересованную в Ваших услугах компанию.



Представьте ситуацию, что Вам отправлено коммерческое предложение, а в нём одни сплошные ошибки, какова будет Ваша реакция на подобное послание? И если серьёзно, теперь для этого уже нет оправданий! Проверка грамотности встроена в каждый текстовый редактор, и простым нажатием кнопки Вы можете обнаружить и поправить все ошибки перед отправкой сообщения клиенту. То, что Вы не делаете этого, говорит о лени, о плохой образованности и попросту о непрофессионализме. Кто же захочет нанять для автоматизации объекта того, кто не в состоянии писать грамотно или воспользоваться подручными средствами? Проверяйте и перепроверяйте орфографию и грамматику каждого отправляемого клиенту документа, чтобы сразу и надолго добиться впечатления профессионализма и высоких стандартов качества.

Не уверены, не предлагайте

Это всегда сложный вопрос. Если Вы не уверены в ваших расценках, предлагаете слишком низкие или слишком высокие цены, или же не в состоянии чётко их обосновать, то Вы не просто получите негативное первое впечатление — это дорого обойдётся в дальнейшем, если клиент все же Вас наймёт.

Кто-то из клиентов начнёт торговаться, другие, возможно, воспримут Вашу неуверенность как гибкость. Оставляя клиентам возможность убедить Вас снизить цену, Вы показываете свою слабость, неопытность или что не представляете ценности, как специалист. Попытка назначить цену выше, чем рыночная, скорее всего, отпугнёт. Чёткая позиция в вопросе расценок на услуги всегда вызывает доверие, даже в случае, если потенциальному клиенту они не по карману.

Сделайте прайс-лист на Ваши услуги, неважно, для клиентов он будет или для собственных нужд, и запомните его. Применяйте как можно больше параметров, в зависимости от которых цена может вырасти или упасть, и постоянно пополняйте их список по мере возникновения новых ситуаций. Вооружившись солидным списком услуг, Вы всегда будете получать столько, сколько стоите, а клиент будет под впечатлением от Вашей подготовки и высокой самооценки.

Выводы

Вышерассмотренный список совершенно точно можно назвать неполным, но это несколько типичных ошибок, которые совершаются на встрече с потенциальным клиентом. Цель данной статьи, чтобы на основе перечисленных примеров и изложенных советов предостеречь Вас, уважаемые партнёры, от некоторых элементарных ошибок, которые допускаются. Никто не застрахован от совершения ошибок, и даже порой опытные и изощренные мастерством гении своего дела их совершают, но главное - никогда не отчаиваться и не опускать руки раньше времени.

Желаем Вам заключения хороших сделок и успешных автоматизаций объектов совместно с компанией **Microinvest!**

