Партнерский пул золотого фонда строительства Крыма от А до Я

**Случилось неслыханное.** 1920 год стал особенно неудачным для торговцев произведениями искусства в Америке. Большинство крупнейших покупателей – баронов преступного мира прошлого века умирали, подойдя к определенному возрасту. Новые банкиры не очень-то спешили занять их место.

Начало года стало настолько провальным, что даже самые крупные профессионалы на рынке произведений искусства оказались не у дел.

Самым богатым человеком Америки на то время был Генри Форд. Поэтому для многих торговцев Форд стал единственным, кто поможет вылезти из кризиса. Цель была настолько крупной, что при удачном исходе дела барышей хватило бы на всех.

В охоту на Генри Форда включился один из самых перспективных профессиональных продавцов произведений искусства Америки – Джозеф Дювин.

Для обработки Генри было решено создать иллюстрированный атлас «100 величайших живописных полотен мира», благо что все они по счастливой случайности имелись в наличии. В результате был сделан отличный трехтомник с изумительными репродукциями и полноценными искусствоведческими комментариями к каждой картине.

Следующим шагом был визит к Генри Форду. Он принял Джозефа в своем доме. Торговец удивился простой обстановке дома, но не придал этому значения. Он был в предвкушении сделки и потирал руки в представлении миллионных прибылей.

В гостях у Генри Форда

Форд принял его в кабинете. Посмотрел книги. Казалось его восторгу и восхищению не было предела. Однако … закончив ознакомление с книгами, он промолвил:

- *Мистер Дювин, такое прекрасное издание с такими изумительными цветными иллюстрациями стоит, должно быть, ужасно дорого?*

- *Но мистер Форд!* – ответил Дювин. – *Я не предполагаю, что вы купите эти книги. Их изготовили специально, чтобы показать вам картины. Эти книги – подарок вам.*

- *Мистер*, - Генри Форд выглядел озадаченным, - *это невероятно любезно с вашей стороны. Но я просто не представляю, как принять такой драгоценный подарок от чужого человека.*

Тогда Джозеф Дювин объяснил Форду, что на репродукциях изображены живописные полотна, оригиналы которых он предполагал продать ему.

На что Форд произнес фразу, которая вошла в анналы истории

- *Но, мистер Дювин! Зачем мне оригиналы, когда картинки прямо здесь, в книжке, так прекрасны?*

Торговец вышел от автопромышленника в подавленном состоянии. Большего провала трудно было ожидать.

Джозеф Дювин славился умением заранее изучать своих клиентов. Он буквально знал о них все: их слабости и мельчайшие особенности во вкусах еще до встречи с ними. Но тяжелые обстоятельства и высокая конкуренция между торговцами предметами искусства в начале 1920 годы вынудили его пренебречь своей тактикой в случае с Генри Фордом.

Ему потребовались долгие месяцы, чтобы оправится от удара – как материального, так и морального. Форд был простой непритязательный человек и ради него не стоило затевать столь дорогостоящее предприятие. С тех пор мистер Джозеф Дювин тратил свои усилия только на действительно ценных клиентов. К слову, через несколько лет он монополизировал рынок произведениями искусства в Америке и держал свои позиции на протяжении нескольких десятков лет.

**К чему я вытащил эту историю на свет и поделился с вами.**

Вспомните, сколько в последнее время у вас было таких клиентов как Генри Форд? Для которых вы или ваш отдел продаж сделали замеры, создали дизайн, просчитали смету – в общем все что нужно, чтобы клиент остался доволен. И это, не считая приготовленных ему чашек кофе с печеньками, пока он сидел у вас в офисе (представительские расходы же в смету не входят, правильно?)

И после всего, как вы выложились для него, он вдруг: «*знаете, я, пожалуй, подумаю*». А после, вы узнаете, что он пошел к вашему ближайшему конкуренту, и они сговорились на пару тысяч дешевле.

Или клиент сразу вам говорит: «*дайте мне скидку или я пойду к тому, кто дешевле сделает*». Вы бы и рады были бы подвинуться в цене, но вы и так заложили самую низкую рентабельность. Двигаться некуда. Только в минус.

**Посчитали?**

Почему так происходит? Не отвечайте, это риторический вопрос. Хотя ответ на него есть. Потому что сейчас нет проблем с продавцами товаров и услуг. А с клиентами есть. Клиент избалован наличием предложения. А основной вид конкуренции, который присутствует на рынке – это конкуренция по цене.

Максимум на что готовы, практически все продавцы – это снизить цену. Но это провальный вариант, по одной простой причине. Вы можете опускать цену только до определенного момента и всегда, *ключевое слово - ВСЕГДА*, найдется тот, кто сможет дать цену ниже вашей.

**Как вашему бизнесу выжить в такой ситуации?**

Для ответов на эти и другие вопросы, был создан «Партнерский пул Золотого фонда строительного комплекса Крыма» и ниже вы узнаете:

1. [Цели и задачи партнерского пула ЗФ СК](#_Цели_и_задачи)
2. [Порядок работы партнерского пула ЗФ СК](%D0%9F%D0%B0%D1%80%D1%82%D0%BD%D0%B5%D1%80%D1%81%D0%BA%D0%BE%D0%B3%D0%BE#_Порядок_работы_)
3. [Какие выгоды получат партнеры партнерского пула ЗФ СК](#_Какие_выгоды_получат)
4. [Кто может стать партнером партнерского пула ЗФ СК](#_Кто_может_стать)
5. [Как можно стать партнером партнерского пула ЗФ СК](#_Как_стать_партнером)

## Цели и задачи «Партнерского пула Золотого фонда строительного комплекса Крыма»

**Партнерский пул** - так называются за границей (преимущественно в С. Америке) объединения торговцев или производителей, создающиеся с целью поднятия цен на товары путем заключения соответствующих соглашений между торговцами или между производителями.

**Основная цель** «Партнерского пула Золотого фонда строительного комплекса Крыма» нерушима - увеличение объемов продаж всех партнеров и участников.

Для выполнения этой цели, вы будете получать квалифицированного и проверенного клиента, который придет к вам с одной целью – совершить покупку. И покупка эта будет на ту сумму, которая затмит все остальные. Это клиент будет проверен такими же партнерами, как и вы.

Этот клиент уже будет приучен, что, покупая в нашем пуле он получит только выгодные предложения и ему не надо будет искать что-то на стороне.

Клиент будет проходить жесткий отбор. Мы не допустим в наш пул халявщиков, только таких клиентов, которые готовы совершать покупки на значительные суммы.

Задачи

* **расширение клиентской базы участников пула**

Практически в вашем распоряжении будет база всех участников пула. И это не в смысле какого-то файла или таблицы. Это значит, что в любой момент к вам постучится клиент с деньгами и скажет: «здравствуйте, вы занимаетесь … Директор/менеджер такой-то компании горячо порекомендовал вас … я желаю быть вашим клиентом»

* **создание позитивного имиджа компании - участника пула**

С помощью партнерского пула вы создадите имидж своей компании – как надежного поставщика материалов и/или услуг высочайшего качества. Вас будут рекомендовать такие порядочные компании.

* **высокая узнаваемость бренда компании - участника пула**

При помощи системы рекомендаций и использовании ресурсов пула и партнеров ваша компания постоянно будет на виду и результатом станет пресловутая высокая узнаваемость.

* **снижение накладных расходов на рекламу, маркетинг, доставку**

Партнерский пул дает Вам возможность не только распространять информацию о своей компании, используя все ресурсы партнеров (сайты, рассылки, обмен базами и пр.). Но и делать совместные акции с партнерами, привлекать новых клиентов и таким образом развивать свой бизнес. Помимо этого, вы можете воспользоваться всеми преференциями, которые дает каждый партнер и участник пула.

То есть, по-простому, вы и ваши сотрудники сможете в полной мере воспользоваться всеми скидками и бонусами участником партнёрского пула.

## Порядок работы «Партнерского пула Золотого фонда строительного комплекса Крыма»

Представьте себе, на минуточку … вы - участник «Партнерского пула Золотого фонда строительного комплекса Крыма»

Поскольку цикл строительства и строительных услуг обширен, а ваша компания находится где-то в середине этого цикла. Вы и не подозреваете, что на каком-то этапе в пул, к кому-то из партнеров, зашел клиент. И наплевать, что ему до ваших услуг еще, как Моисею до моря.

Вы знаете, что, когда клиент дойдет до вас. Он настолько будет проникнут доверием к вашей компании, настолько будет влюблен в ваш продукт. Что он только постучит в ваши двери и скажет: «куда мне оплатить? Возьмите деньги пожалуйста.»

И все потому что на каждом этапе строительства, он будет слышать про ваш продукт только хорошее. Он будет наслышан о качестве вашего товара и/или услуги.

Но не все так просто … вы же и не думали, правильно?

От вас мы, партнеры и участники пула, потребуем ответной услуги. Когда вы узнаете, что клиенту, который пришел к вам нужны еще услуги, которые предоставляют компании в пуле, вы мягко порекомендуете эти компании. Рекомендация будет звучать настолько ненавязчиво и плюс еще ваш клиент получит такие выгоды от обращения к другому участнику пула (об этом немного ниже), что ему ничего другого не останется, как обратится в рекомендуемую вами компанию.

Механизм ненавязчивых рекомендаций вы получите.

И вы спокойны … потому что знаете, где-то в закоулках пула уже приближается ваш клиент.

В случаях, когда клиент заходит в пул с главного информационного ресурса пула – «Информационного портала строительной отрасли Крыма» - заказа принимает Администратор пула и в зависимости от предпочтений клиента, передает контакт участнику пула.

##  Какие выгоды получат партнеры «Партнерского пула Золотого фонда строительного комплекса Крыма»

Давайте я всё-таки перечислю выгоды, которые получите вы и ваша компания, когда примете решение стать партнером или участником пула.

* **Приобретете реальное конкурентное преимущество**

Клиент, который приобрел ваш продукт (услугу и/или товар) даже за более дорогую цену чем у вашего прямого конкурента, автоматически дополнительно получает целый ряд различных «плюшек» (бонусов и скидок) от партнеров и участников пула.

Ваш клиент, по любому в выигрыше, и когда он это поймет, а мы научим вас, как донести это до клиента, он будет вам безмерно благодарен. Настолько, что приведет к вам, соответственно и к нам всем своих друзей, приятелей, да и просто знакомых.

* **Повышение эффективности проводимых рекламных компаний и PR-акций**

Вы можете пользоваться всеми информационными ресурсами пула. Также вы будете включены во все возможные информационные акции и рассылки, оповещающие потенциальных клиентов.

* **Обмен информацией и клиентами между членами Партнерского пула**

Вы сможете свободно, не опасаясь, что у вас уведут клиента обмениваться информацией между участниками пула. Получать профессиональные консультации от участников пула.

* **Увеличение клиентской базы и ее постоянный рост**

Поскольку каждый клиент, который зашел к любому участнику пула, теоретически и практически становится и вашим клиентом, посчитайте на сколько увеличится ваша клиентская база… тем более что все клиенты будут информированы о продуктах других участников пула.

* **Значительное увеличение посещаемости сайта участников пула**

Вы можете размещать на своих интернет ресурсах ссылки и рекламу других участников пула, так же, как и они ваши. Эти действия приведут к увеличению посещаемости в разы.

* **Практически нулевой рекламный бюджет**

Из-за большого количества бесплатно размещаемой информации о компаниях-участниках пула на сайтах участников Партнерского пула.

* **Снижение накладных расходов на логистику и маркетинг.**

 Практически у вас появляется неограниченное количество партнеров – участников пула. С ними вы сможете договорится на проведение различных совместных маркетинговых и логистических акций. И это помимо того, что администрация будет проводить регулярные акции партнерского пула ФЗ СК.

## Кто может стать партнером «Партнерского пула Золотого фонда строительного комплекса Крыма»

Компании, которые заняты продажей товаров или услуг в сфере строительства. Ознакомленные и согласные с условиями принятия.

Для вступления в пул, ваша компания должна соблюсти два условия.

**Первое** – обязательное

Неоспоримое качество вашего продукта, будь то товар или услуга. Качество будет проверятся на регулярной основе.

**Не обсуждается**.

Это условие по умолчанию. Это же условие должно соблюдаться на протяжении всего участия вашего в пуле. И нарушение будет строго караться, вплоть до исключения.

Помните, как у Михаила Булгакова - *«****Свежесть бывает только одна - первая, она же и последняя. А если осетрина второй свежести, то это означает, что она тухлая!****»*

Также и в партнерском пуле качество «второй свежести» не допускается, только первое или высшее.

**Второе** – условно-обязательное

В вашей модели продаж должны быть встроены следующие инструменты

1. Конкурентное преимущество это может быть следующее:
	* **Ассортимент** – у вашей компании самый большой ассортимент в данной нише. Или самый полный ассортимент данного продукта.
	* **Наличие товара** на складе в данный момент – товарные остатки у вас регулярно в достаточном состоянии, что клиент в любой момент может приехать и получить все на месте. А у ваших конкурентов – только под заказ, или часть есть на складе, а часть под заказ.
	* **Доставка товара** – может быть в течении 30 минут, или бесплатная, или с подъемом на этаж. Главное, чтобы у ваших конкурентов такого и близко не было.
	* **Экологически чистый продукт** – наличие подтверждающих документов.
	* **Цена** – может быть самая низкая цена. Или наоборот – высокая, да, если вы не знали – высокая цена тоже может быть конкурентным преимуществом.
	* **Гарантия** – очень выгодная отстройка от конкурентов.
2. Наличие уникального предложения для «мягкого входа» для клиентов. То есть у вас должно быть предложение для клиентов партнеров пула настолько привлекательным, чтобы клиент не задумывался принять его или нет. Это должно быть такое предложение от которого любой, даже самый требовательный клиент не сможет отказаться.
3. Линейка продуктов (пример)
	* **Lead Magnet** – бесплатный продукт для привлечения потенциальных покупателей;
	* **Tripwire** – продукт за очень низкую цену. Примерно 50 – 150 рублей, который позволяет клиенту заплатить вам первые деньги. Таким образом мы переводим его из потенциальных клиентов в реальные.
	* **Core Offer** – основной продукт. На этом продукте вы зарабатываете основную прибыль
	* **Upsell** – сопутствующие товары, которые вы можете предложить к вашему основному товару.
	* **VIP-продукт** – максимальный вариант вашего продукта для VIP клиентов. С соответствующей ценой.
4. Система партнерских вознаграждений. По-простому что вы даете партнеру, который рекомендует вашу компанию и ваш продукт своим клиентам. Бесплатные рекомендации работают очень непродолжительное время, а у нас главная цель помните – «увеличение объемов продаж всех партнеров и участников» и на регулярной основе. Поэтому эффективнее работают оплачиваемые рекомендации.
5. Если у вас такого предложения нет, обращайтесь и мы поможем вам его найти. Так же как и настроить вашу систему продаж. В которой будет настроена система привлечения клиентов. Система продажи. Система взаимодействия с клиентами после продажи. Развитие «сарафанного радио»

Пару слов, почему второе условие – условно-обязательное.

**Обязательно**, когда вы пришли в строительный бизнес основательно и надолго.

А если вы пришли попробовать, так сказать посмотреть, что из всего этого получится. Вы же знаете таких людей, которые говорят: «*вы предлагайте, а я посмотрю …*», то вам не только второе условие необязательно, вам даже и в партнерский пул Золотого Фонда Строительства Крыма не нужно. Нам не нужны те, кто сидит на заборе и наблюдает, к кому же присоединится.

Но я почему-то уверен, что вы не из таких.

В общем, если в вашей модели продаж пока нет этих инструментов, не огорчайтесь, это поправимо.

При регистрации укажите в комментарии, что вы желаете заказать аудит своей модели продаж. Наш специалист свяжется с вами и назначит дату и время аудита. После аудита вы получите рекомендации по настройке всех инструментов.

## Как стать партнером «Партнерского пула Золотого фонда строительного комплекса Крыма»

Нажмите кнопку ниже, заполните небольшую анкету и нажмите отправить.

**P.S.** Надеюсь статья была полезной. Сохраните ее себе в закладки, чтобы не потерять.

-- Успехов!

Сергей Стегно, маркетер, эксперт в области продающих текстов