SF EDUCATION

Презентации для профессионалов

29. Структура продающей презентации

Содержание

1. Создание структуры продающей презентации

1. Создание структуры продающей презентации

Структура презентации – это текстовый документ.

На этом этапе мы не создаем слайдов и не открываем программу PowerPoint. Мы работаем над смыслами.

Структуру продающей презентации используется в качестве основы для работы над презентациями разного типа

Структура презентации – это база, основанная на 4-х частной структуре, которую мы разобрали на предыдущем уроке.

Алгоритм создания продающей презентации.

1. Устанавливаем контакт:
   - Титульный слайд презентации;
   - Заголовок презентации;
   - Автор презентации;
2. Проблемы и задачи – обеспечиваем интерес;
3. Укрепляем интерес – реальность озвученной проблемы:
   - Статистические данные;
   - Аргументированные комментарии.
4. Решение:
   - Рассказываем про предлагаемый продукт (услугу);
   - Предлагаем пути решения той или иной проблемы;
5. Продажа решения;

6. Формирование желания приобрести предлагаемый продукт – необходимо доказать прямые выгоды от приобретения;
7. Цена приобретения:
    - Условия использования и эксплуатации продукта;
    - Преимущества, получаемые от использования продукта;

8. Работа с сомнениями:
    - Ответы на незаданные вопросы;
    - Варианты разработки возражений;
    - На слайдах видеоряда формулируются ответы на сомнения, а не сами сомнения и возражения – то есть, сразу даются ответы на возражения без трансляции самих возражений;
    - Сформулировать незаданные вопросы нужно по результатам исследования запросов целевой аудитории;
9. «Допродажа» решения:
    - Отзывы клиентов;
    - Примеры работы продукта, статистика;
10. Процедура взаимодействия:
    - Ответы на множество вопросов потенциальных клиентов;
    - Устранение опасений;
    - Втягивание в процесс;
11. Сведения о команде, проекте, услугах эксперта:
    - Действия по дополнительному привлечению внимания, указав на имеющиеся у вас преимущества;
    - Этот пункт кочующий – его можно использовать в любом месте презентации, в зависимости от сюжета;
12. Завершение:
    - Призыв к действию – стимуляция к осуществлению первого шага к реализации целевого действия аудитории;
    - Контакты – нужно указать информацию, которая будет способствовать реализации этого действия: ссылку на сайт, куар-код, контакты менеджера и возможности для получения дополнительных консультаций.

Приведенная структура из 12-ти пунктов не является незыблемой. Надо уметь гибко ее использовать, изменяя последовательность пунктов в зависимости от складывающейся конкретной ситуации.