

5 ПОЛЕЗНЫХ материалов про обучение сотрудников продажам



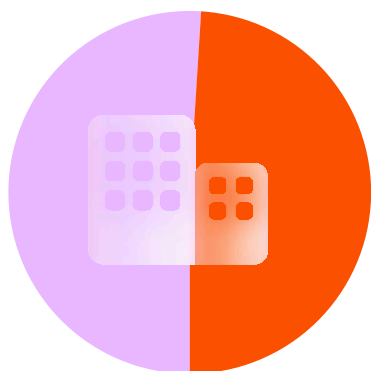
 **SALES**
education box

Sales education box:

5 полезных материалов про обучение сотрудников продажам

Все компании хотят, чтобы продажи росли. Для этого нужна сильная команда. Найти сразу «готового» сотрудника отдела продаж на рынке невозможно. Поэтому эффективнее учить и растить своих экспертов.

Цифровое образование – самый удобный формат обучения в настоящее время. Оно позволяет не тратить лишнее время и бюджеты на очные тренинги.



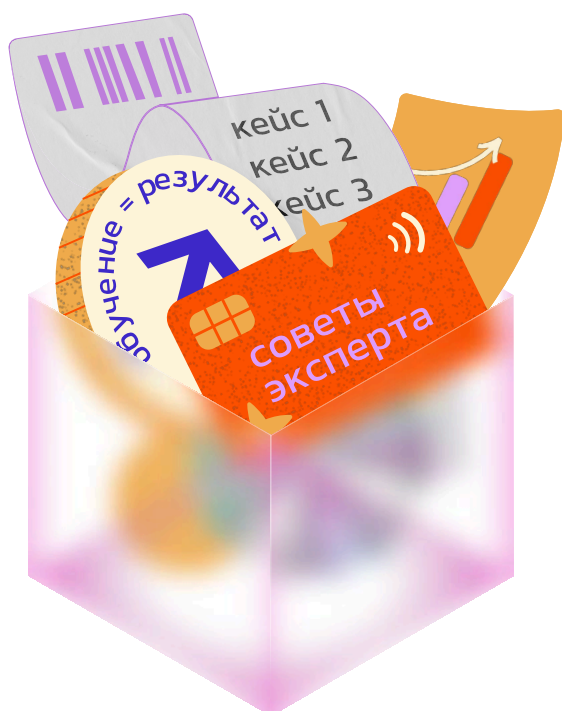
49% компаний
в России обучают своих
сотрудников онлайн.

Ниже собрали для вас полезные материалы, которые помогут выстроить обучение продавцов. Это позволит улучшить сервис, увеличить средний чек и повысить лояльность покупателей.

Что внутри



<u>Кейс «НОВЭКС»</u> . Как с помощью обучения продавцов поднять уровень сервиса и средний чек	4
<u>Кейс Ralf Ringer</u> . Как сэкономить на корпоративном обучении и превратить продавцов в экспертов	10
<u>Кейс Академии ГК ЦВТ</u> . Как обучить продавцов и увеличить выручку втрое	14
<u>Советы эксперта</u> . Как справиться с «не хочу» и «не умею» в отделе продаж	18
<u>Инструкция</u> . 5 шагов по запуску онлайн-обучения сотрудников	25



Кейс «НОВЭКС»

Как с помощью обучения продавцов поднять уровень сервиса и средний чек



«НОВЭКС» – одна из крупнейших оптово-розничных сетей по торговле косметикой, парфюмерией, бытовой химией и товарами для дома. Сейчас в семи регионах работает более 260 магазинов «НОВЭКС». В штате компании – 3 тыс. сотрудников, а в товарной матрице – более 22 тыс. наименований.

260

магазинов

3 000

сотрудников

22 000

наименований товаров

Задача

Обучить весь персонал быстрорастущей сети

Сеть росла стремительно – на 10-20% в год. Нужно было обучить всех новых сотрудников по единым стандартам.

До онлайн-обучения

В компании всё обучение проходило очно. Когда штат увеличился, это начало создавать проблемы.

I

Не успевали всех обучать. Четыре бизнес-тренера и коллеги-наставники уже физически не справлялись с обучением нового персонала.

2

Не могли отследить, как проходит адаптация стажёров. Отдел обучения не знал, как быстро входят в курс дела новые сотрудники и кому нужна помощь.

С онлайн-обучением

В «НОВЭКС» решили перевести обучение сотрудников в онлайн-формат, чтобы автоматизировать процессы и разгрузить бизнес-тренеров.

I

Заручились поддержкой руководителей розницы. Перед запуском пилотного проекта в компании опросили руководителей всех магазинов сети – 193 человека. Опрос решил одновременно две важнейшие задачи: показал, каких знаний больше всего не хватает сотрудникам магазинов и вовлек в реализацию проекта руководителей розницы.

Лайфхак от «НОВЭКС»

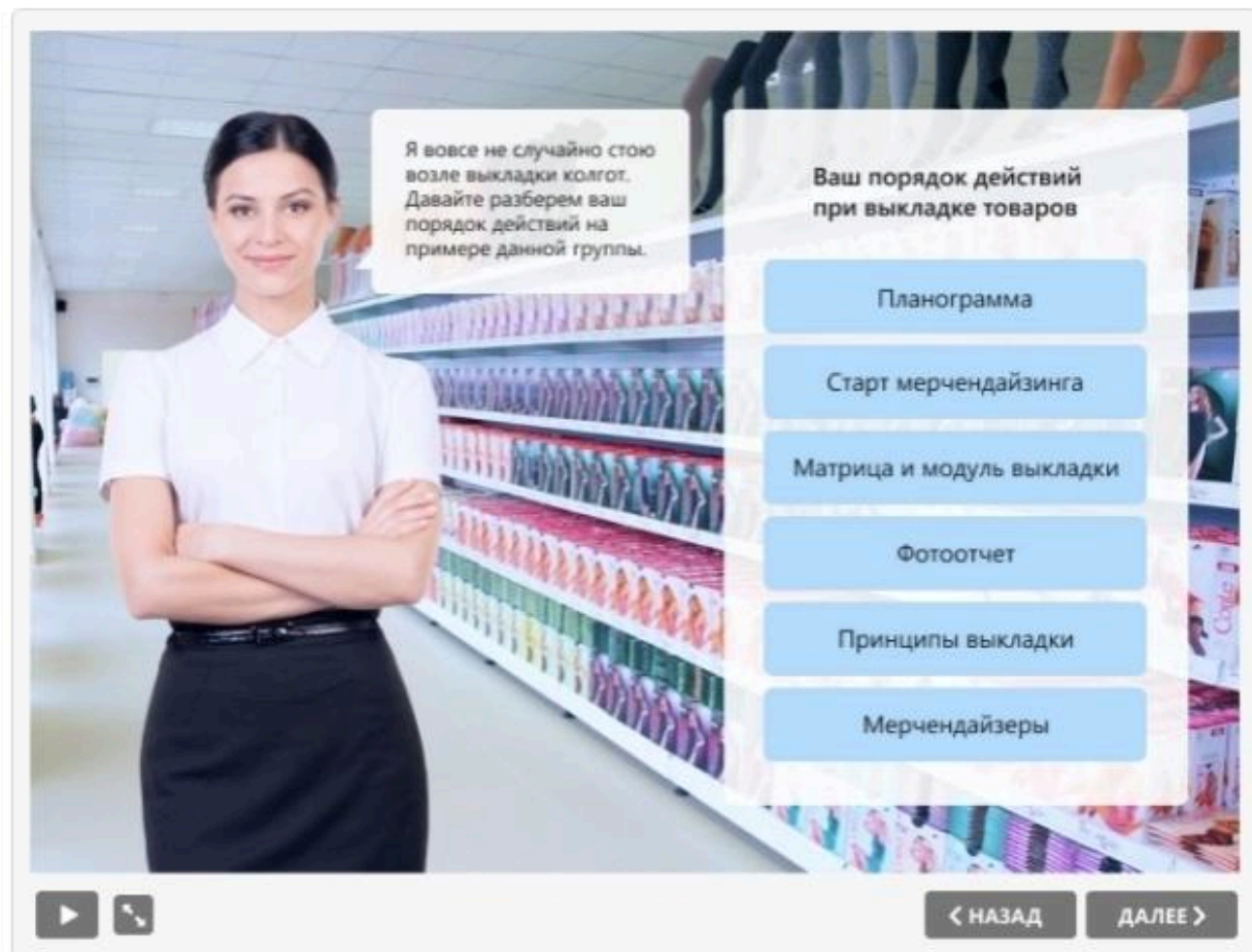
В начале важно завербовать в союзники территориальных директоров розничной сети. Если они поймут ценность проекта по обучению, то смогут успешно вовлечь в него всех сотрудников. В противном случае, большинство работников отнесутся к электронным курсам как к навязанной сверху дополнительной нагрузке.



Начали с курсов, которые напрямую влияют на продажи.

Так можно быстрее достигнуть результата в обучении и проще его оцифровать. В «НОВЭКС» начали с курсов по бизнес-процессам и ассортименту. Новые сотрудники изучают торговые марки, свойства товаров, программу лояльности, стандарты работы.

В компании разработали специальные диалоговые тренажёры в конструкторе для онлайн-курсов iSpring Suite. Он моделируют разговор с клиентом, с их помощью продавцы учатся грамотно презентовать товар, корректно работать с возражениями и успешно закрывать сделки.



Диалоговый тренажёр помогает продавцам в «НОВЭКС» отрабатывать навыки общения



Привлекли внутренних экспертов для создания

качественного контента. Эксперты помогают оптимально упаковать в небольшой формат максимальный объем информации. При подготовке курса в «НОВЭКС» задают им «отсекающие» вопросы, например: «Без данного блока или раздела процесс будет работать?» или «Если не пояснять данный вопрос, к каким критичным ошибкам или сбоям это приведет?».

4

Подобрали учебную платформу под конкретные задачи

бизнеса. Компании было важно, чтобы разобраться в системе могли люди без технического образования – HR-специалисты, бизнес-тренеры и руководители. Также от платформы ждали, что она будет иметь возможности геймификации, давать детальную статистику и поддерживать удобную мобильную версию для смартфонов. Всё это нашли в сервисе iSpring Learn, на котором остановили выбор.

5

Протестировали запуск системы обучения на фокус-группе.

В «НОВЭКС» новую систему обучения внедряли постепенно: в течение пяти месяцев после запуска программы ее «обкатали» на 60 магазинах из трех регионов присутствия компании. Параллельно решили не отказываться от очного обучения, а перестроить его.

Лайфхак от «НОВЭКС»

Тестовый запуск помогает отделу обучения подстраховаться. Если по какой-то причине онлайн-формат не подойдёт, провал будет не столь болезненным. А вы сможете оперативно изменить программу, скорректировать контент, разработать новые подходы к обучению и уже потом масштабировать опыт на всю сеть.

Теперь в подготовке продавцов используют смешанный формат: теорию сотрудники изучают онлайн, а отрабатывают навыки на очных встречах. Это позволяет тренеру уделить больше внимания практике и не тратить время на повторение прописных истин из регламентов.



Регулярно обновляют учебный контент и собирают обратную связь. В «НОВЭКС» создают новые курсы и добавляют информацию в уже существующие модули ежемесячно. Благодаря этому сотрудники не теряют интереса к учебе, новинки формируют у персонала привычку регулярно заходить на учебную платформу.



- Обучают всех продавцов сети по единым стандартам.
- Уровень сервиса в магазинах вырос на 7%.
- Средний чек вырос на 6,56%.

Кейс Ralf Ringer

Как сэкономить на корпоративном обучении и превратить продавцов в экспертов



RALF RINGER — российская обувная компания полного цикла с полностью локальным производством. То есть она сама производит обувь на 4 фабриках и продаёт её в собственной сети из более 130 магазинов в России и СНГ.

4

фабрики

> 130

магазинов

Задача

Сделать продавцов амбассадорами бренда

Чтобы продажи росли, продавцы должны не только ориентироваться в ассортименте, но в целом понимать, как и из чего делается обувь RALF RINGER. И уметь понятно и интересно рассказать об этом покупателю. Тут требуется регулярное обучение новым коллекциям.

До онлайн-обучения

В магазинах RALF RINGER работает около 700 продавцов-консультантов. Обучить их всех очно было сложно.

I

Не успевали проводить занятия. Тренеры не могли обучать продавцов во всех 130 магазинах. А их командировки обошлись бы в несколько миллионов в год.

2

Высокая текучесть. За год персонал мог обновиться на 80%, и приходилось обучать всех заново.

3

Нельзя организовать обучение в магазине. У продавцов нет персональных компьютеров на рабочем месте. Для массового обучения нужно было арендовать учебный класс, а это дополнительные расходы.

С онлайн-обучением

В 2019 году руководство компании приняло решение сделать обучение дистанционным. Перешли на учебную платформу iSpring Learn и загрузили туда свои материалы.

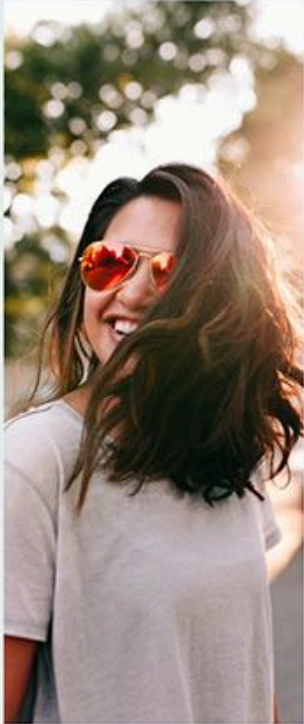
I

Разработали программу адаптации для новичков. Сразу после оформления в компании будущий продавец получает ссылку на iSpring Learn и начинает проходить курсы: узнаёт, как устроена обувь и из чего она делается, какие запросы

бывают у покупателей и какие продукты лучше подходят под эти запросы.



Регулярно обучаем новому ассортименту. RALF RINGER выпускает новые коллекции два раза в год. К моменту появления продукции в магазинах все сотрудники успевают пройти курсы по ассортименту, которые собрали в конструкторе iSpring Suite.



Линия Weekend Фасон «AURA» (718)

Фасон AURA – это базовая обувь для любой модницы. Такие кеды можно сочетать с платьями, джинсами, мини и миди юбками, пальто, блейзерами, комбинезонами и даже брючными костюмами. Фасон AURA позволяет создать семейный образ с детским фасоном KATY-D, SIRIUS в мужской коллекции, а также с близкой по стилистике обувью.

Особенности фасона



Съемная стелька



Family look



Высокая подошва





3 из 73 < НАЗАД

ДАЛЕЕ >

С помощью онлайн-курсов обучение ассортименту занимает несколько дней. И никаких расходов на командировки тренеров

3

Организовали обучение руководителей магазинов.

На специальных тренингах и курсах они углублённо изучают продажи, учатся управлять магазином, мотивировать сотрудников и выстраивать рабочие процессы.

4

Проводим каждые полгода аттестацию для продавцов.

Проверка проходит в виде ролевой игры. Продавец должен показать, насколько хорошо он понимает потребности клиента и знает продукцию, которую продаёт.



- Текучесть сократилась уже в первые 3 месяца использования инструментов iSpring.
- Сотрудники вовлечены в культуру производства обуви.

Кейс Академии ГК ЦВТ

Как обучить продавцов и увеличить выручку втрое



Группа компаний ЦВТ специализируется на продаже бытовой техники от европейских производителей и кухонь. Бизнес работает под марками Kuchenberg и «КухниСити» и имеет более 100 салонов в России и странах СНГ.

Штат группы компаний быстро расширялся и в 2021 году открыли целую Академию ГК ЦВТ для качественного обучения сотрудников.

Задача

Подготовить многофункциональных продавцов

В компании практикуется индивидуальный подход к каждому покупателю. Ему не просто показывают модели, но и помогают придумать удобный и красивый кухонный интерьер на заказ. Сотрудники группы компаний – это не только продавцы, но ещё и дизайнеры, инженеры, сантехники и даже немного электрики.

Чтобы обучить такого разностороннего специалиста, нужна качественная и продуманная учебная программа.

До онлайн-обучения

Долгое время адаптация и обучение сотрудников в компании были довольно хаотичными.

1

Обучение проходит не системно. Не было ни методической базы, ни стандартов по продажам. Информация хранилась в бумажных разрозненных каталогах или просто на листах А4.

2

Длинный срок адаптации новичков. Стажёры вначале проходили пятидневный тренинг и сразу шли работать под присмотром наставников. В итоге они получали мало знаний о продукте, а адаптация занимала от 3 до 6 месяцев.

3

Сотрудники не универсальны. Умеют либо консультировать, либо оформлять заказы. А клиент хотел, чтобы с ним на всех этапах работал один и тот же человек, с которым уже налажен контакт.

С онлайн-обучением

Академия ЦВТ всерьёз взялась за дело и выстроила для сотрудников многоступенчатую систему обучения и адаптации. Сделать её решили смешанной: часть занятий проходят очно, а часть – на платформе онлайн-обучения iSpring Learn.

I

Разработали обучение для стажёров. Новичков ждёт специальная учебная программа в iSpring Learn. В неё включили курсы о продукте, продажах и правилах работы. После учёбы онлайн стажёр занимается с наставником и проходит тестирование.

2

Выстроили учебные программы для сотрудников. Например, специалист по кухонной мебели может обучиться работе с другими направлениями: например, шкафами-купе. Дизайнер-консультант, который разбирается и в кухнях, и в шкафах, считается универсалом, у него более интересная мотивация, и он главный кандидат для карьерного роста.

Мои курсы

Мои мероприятия

Каталог



1. НОВИЧОК
Траектория обучения
5 из 5 курсов пройдено



2. СТАЖЁР
Траектория обучения
8 из 16 курсов пройдено



3. СПЕЦИАЛИСТ
Траектория обучения
0 из 15 курсов пройдено



4. ПРОФЕССИОНАЛ
Траектория обучения
0 из 16 курсов пройдено



5. ЭКСПЕРТ
Траектория обучения
0 из 2 курсов пройдено

В iSpring Learn можно объединить курсы в учебные программы и автоматически назначать их нужным сотрудникам



- Сократили срок адаптации с 6 до 1 месяца.
- С момента запуска онлайн-обучения прибыль увеличилась вдвое.

Советы эксперта

Как справиться с «не хочу» и «не умею» в отделе продаж



”



«Если менеджеры часто упускают сделки, причина неудач часто лежит на поверхности: менеджеры не заинтересованы в продажах или плохо владеют техникой. Правильное решение – менять систему мотивации и обучения менеджеров».

Олег Шевелев, основатель школы продаж «ПораРости»

«Всех уволить и нанять новых» – частое импульсивное желание собственника бизнеса, который видит в отделе продаж пассивных и неэффективных менеджеров. Такие сводят на нет эффект от рекламы и упускают шанс закрыть даже целевые сделки. Но правильное решение – менять не людей, а систему мотивации и обучения менеджеров. Олег Шевелев, основатель школы личных продаж «ПораРости», расскажет, как это сделать.

Клиент звонит сам, расспрашивает о нужном ему товаре или услуге, цене, вариантах доставки. Можно ли представить себе более целевого клиента? Тем не менее менеджеры часто **упускают даже такие стопроцентные сделки.**

Причина неудач часто лежит на поверхности: **менеджеры не заинтересованы в продажах** или плохо владеют техникой. То есть не хотят или не умеют продавать.



Почему менеджеры не хотят продавать

Типичная проблема системы мотивации: материальная реализована с перекосом, а нематериальной нет вовсе.

Типичный пример

Менеджер 1: не выполняет план, получает зарплату в 50 000 рублей, бонусов нет.

Менеджер 2: выполняет план, получает зарплату 50 000 рублей, бонус 12 000 рублей.

Сотрудники такой компании могут годами работать «за оклад», не принося результатов. А те, кто действительно хотят продавать,

видят небольшую разницу в зарплатной ведомости и теряют интерес к достижению плана. Или уходят за более справедливой оплатой в другую компанию.

Чтобы не создавать такую вредную для компании систему, при разработке мотивации нужно придерживаться следующих принципов.

Выполнение плана — превыше всего. Менеджер, который добивается результата, должен получать в 2-3 раза больше того, кто план не выполняет.

Нельзя поощрять бездействие. В доходе менеджера должна быть процессная составляющая.

1х – оклад, + 1х – премия за промежуточные активности (число встреч, звонков), + 2х – бонус от плана продаж.

Мотивация должна помогать удерживать сильных, а не слабых менеджеров. Зарплата эффективных сотрудников должна быть выше рынка, слабых – ниже.

Только деньги не мотивируют. Важно поддерживать самооценку, поощрять развитие менеджеров. Поэтому нужны элементы нематериальной мотивации: конкурсы, челленджи и т. п.



Менеджер не умеет продавать

Вторая проблема – сотрудник вроде бы и хочет продавать, но не владеет нужными навыками. Он не знает, как правильно ответить на уточняющие вопросы, не может продавать без скидок, боится перезванивать клиенту – и после серии неудачных попыток теряет мотивацию.

Таким сотрудникам нужно помочь научиться продавать.

Проблема в том, что часто продажи считаются навыком, который сотрудник должен освоить самостоятельно. Поэтому в худшем случае обучению в отделах продаж совсем не уделяют внимание. Промежуточный вариант – когда опыт в компании передают действующие сотрудники, но делают это «как умеют».

Хорошая ситуация, если в компании время от времени проходят тренинги по продажам. Но они не эффективны, если в отделе некому проверить, как полученные навыки закрепляются в реальных ситуациях. Кроме того, мало однажды пройти тренинг, обучение должно быть регулярным.

Поэтому, чтобы формировать и поддерживать навыки продаж на высоком уровне, в компании должна быть выстроена внутренняя система обучения менеджеров.



Чему учить менеджеров по продажам

Для начала разберёмся, какие навыки нужны, чтобы успешно продавать, и как понять, развиты ли они у менеджеров.

Навык	Вопрос для проверки менеджера
Самоменеджмент	Умеет ли сотрудник организовать рабочее место, разобраться с базой, управлять временем, планировать процесс?
Установление контакта и доверия	Общается ли менеджер с клиентом как эксперт?
Умение прояснить ситуацию	Знает ли менеджер о том, какие могут быть потребности у клиента, помимо желания «купить подешевле»? Умеет ли сотрудник задавать нужные вопросы, чтобы выявить мотивацию покупателя?
Презентация решения	Умеет ли менеджер грамотно рассказать о выгодах, преимуществах товара или просто перечисляет технические характеристики? Остаётся ли у клиента понимание, почему нужно выбрать именно вашу компанию?
Работа с возражениями	Как менеджер реагирует на возражения и пытается ли в принципе отрабатывать их?
Кросс-продажи	Умеет ли менеджер делать допродажи и адекватно встраивать рекомендации в своё коммерческое предложение?

Наработка этих навыков должна начинаться с изучения технологий и алгоритмов продаж. Например, для наработки навыка прояснения ситуации менеджер должен знать о методе СОПРАНО, технике активного слушания, типах продающих вопросов, когда их лучше задавать, и т. д.

Обучение не должно сводиться к лекциям. Люди слушают их, делают вывод, что всё поняли, а когда приходит время применить знания на практике, теряются. Поэтому каждый навык нужно отрабатывать в упражнениях.

По результатам упражнений менеджер должен получать обратную связь. Важно не критиковать, а подчёркивать успехи и подсказывать, какие ещё приёмы можно использовать, чтобы получалось лучше.

Будьте готовы «продавать» идею обучения

Вам нужно показать, в чём его польза, потому что сопротивление обязательно возникнет. Обучение должно быть регулярным и в конце концов стать частью корпоративной культуры.



Кто должен обучать

На начальном этапе обучением менеджеров могут заниматься сами владельцы бизнеса. Собственник – это тот человек, который

лучше знает и клиентов, и продукт, который продаёт компания. Но даже если бизнес небольшой, владельцу сложно выделять время на обучение каждого менеджера регулярно.

Более зрелый подход – когда обучением занимается руководитель отдела продаж (РОП) или внутренний тренер. Если обязанность принимает на себя РОП, нужно убедиться, что он хотя бы на базовом уровне владеет инструментами обучения, умеет давать обратную связь и преодолевать сопротивление сотрудников.

Всю информацию для обучения можно найти в открытом доступе, но важно адаптировать материал под вашу компанию. Есть и готовые курсы с теорией и практикой, например курс по развитию восьми главных навыков профессионального sales-менеджера от iSpring.

Руководителю остаётся отслеживать прогресс сотрудника, давать обратную связь и помогать отработать отдельные навыки.



Такой смешанный формат сильно облегчает нагрузку на РОПа и других сотрудников, задействованных в адаптации и обучении новичков.

Инструкция

5 шагов по запуску онлайн-обучения сотрудников



Шаг 1 Определить цель и задачи обучения

Ваша цель – это образ результата, который вы хотите получить от обучения сотрудников. Её проще нащупать, оттолкнувшись от «болевого точки». Можно задать вопрос – что вы хотите поменять?

Ситуация	Цель
Сотрудники совершают много ошибок и из-за этого падают продажи	Сократить количество ошибок в работе

Цель – это наша конечная точка. Чтобы в неё прийти, нужно определить свои дальнейшие шаги. То есть сформулировать задачи.

Ситуация	Цель	Задачи
Сотрудники совершают много ошибок и из-за этого падают продажи	Сократить количество ошибок в работе	Усилить внутреннее обучение специалистов Оптимизировать работу наставников и экспертов со стажёрами Регулярно проводить аттестации

Шаг 2**Составить список тем для обучения**

После того, как вы определите цели, будет понятно, чему обучать сотрудников. Можно выделить три основные направления обучения.

Знакомство с компанией. Общий вводный блок обучения для всех новичков, где мы рассказываем об организации и её ценностях. Главная цель здесь – установить контакт с сотрудником и сформировать доверие к компании.

Основные темы:

- Цели и деятельность компании
- Главные клиенты
- Руководитель
- История
- Ценности
- Структура и внутренние правила
- Организационные вопросы (куда по каким вопросам обращаться, что где находится)

Погружение в должность. Тут мы рассказываем сотруднику, что нужно делать, чтобы хорошо выполнять работу на своей позиции. Введение в должность помогает вывести сотрудников на плановые показатели и сократить количество ошибок в работе.

Основные темы:

- Продукты и услуги компании
- Конкуренты
- Преимущества компании на рынке
- Стандарты работы
- Рабочие программы
- Лучшие практики в работе на примерах

Управление. Молодых руководителей учат качественно руководить командой или отделом, чтобы это приносило пользу компании и повышало её прибыль.

Основные темы:

- Планирование
- Распределение задач
- Организация работы в отделе
- Мотивация сотрудников
- Работа с конфликтными ситуациями
- Контроль результатов

Шаг 3 Подготовить учебные материалы

Когда с темами определились, осталось подготовить учебные материалы по ним. Для этого не обязательно обращаться к профессионалам. Можно взять свои готовые наработки или создать новые в специальных инструментах.

Используйте внутренние документы. Во многих компаниях уже есть обучающие инструкции, регламенты и правила, которые хранятся в виде excel-таблиц, презентаций или документов в Word. Эти материалы можно систематизировать, выделить важные, доработать и назначить для изучения сотрудникам.

Создавайте новый контент. Сначала лучше расставить приоритеты и выбрать самые актуальные темы, а затем создать новые учебные материалы по ним. На старте это может быть что-то простое. Не обязательно делать сложные онлайн-курсы. Например, можно превратить свод правил в статью с красивой вёрсткой и картинками, которую сотрудникам будет приятно читать.

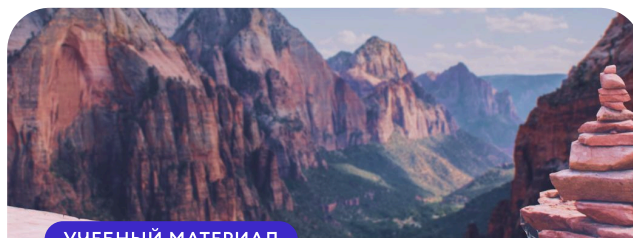
Примеры статей для обучения:

*переходите по ссылкам для просмотра материалов



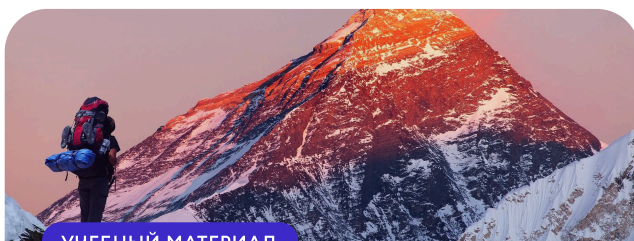
УЧЕБНЫЙ МАТЕРИАЛ

Бережливое производство:
как оптимизировать рабочие процессы



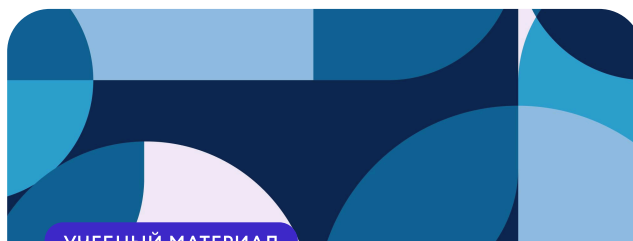
УЧЕБНЫЙ МАТЕРИАЛ

Эмоциональный интеллект
в бизнесе



УЧЕБНЫЙ МАТЕРИАЛ

Как эффективнее работать
на стажировке



УЧЕБНЫЙ МАТЕРИАЛ

Дизайн для недизайнеров:
основные принципы работы

Шаг 4 Запустить обучение

Чтобы организовать учебные материалы и запустить обучение, используют специальные учебные платформы, например, iSpring Learn. С ней можно запустить обучение за 1 день. Достаточно загрузить на платформу учебные материалы, пригласить сотрудников и отслеживать прогресс обучения.

Создайте аккаунт в iSpring Learn. Чтобы начать обучение, достаточно зарегистрироваться на платформе. Для этого укажите свою почту, ФИО и телефон. Вам будут сразу доступны все возможности iSpring Learn на 14 дней бесплатно. После этого срока аккаунт отключится, если вы решите не продлевать подписку.

Загрузите учебные материалы. Это могут быть презентации, скрипты, видео. Также в iSpring Learn есть инструменты, которые помогут быстро создать электронные курсы и тесты, даже если вы никогда этим не занимались.

Назначьте курсы сотрудникам. Из готовых материалов вы можете составить пошаговые программы обучения для каждого сотрудника или целого филиала. К примеру, собрать двухнедельную программу для стажёров или менеджеров по продажам.

Видео. Как запустить онлайн-обучение с iSpring Learn за 1 день

Шаг 5 Проанализировать результаты

После того как сотрудники прошли обучение, можно проанализировать результаты и понять, насколько эффективно всё прошло.

Соберите обратную связь. Поинтересуйтесь у сотрудников, понравилось ли им обучение, было ли оно полезно и что стоит улучшить на их взгляд. Это можно сделать с помощью онлайн-опроса по электронной почте или комментариев к материалам в iSpring Learn.

Обратитесь к отчётам. Если вы загрузили свои материалы на учебную платформу, то там вам будут доступны отчёты по обученности сотрудников. Например, iSpring Learn собирает детальную статистику и помогает вам отслеживать, кто действительно учится, а кто нет.

Онлайн-обучение запущено!

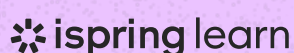
С этого момента ваша компания выходит на новый виток развития

С помощью инструментов iSpring вы сможете решить важные бизнес-задачи:

- ✓ Снизить текучесть
- ✓ Сократить сроки адаптации

- ✓ Снизить расходы на очные тренинги
- ✓ Оцифровать и систематизировать знания экспертов
- ✓ Улучшить коммуникации между сотрудниками
- ✓ Снизить уровень стресса у новичков
- ✓ Разгрузить наставников
- ✓ Увеличить глубину обученности сотрудников
- ✓ Отслеживать результаты обучения
- ✓ Сформировать кадровый резерв
- ✓ Усилить клиентский сервис
- ✓ Нарастить продажи

Наша команда экспертов помогает компаниям любых размеров из разных сфер деятельности уже более 20 лет, поддерживая на каждом этапе запуска на основе реальных кейсов.



Хотите быстро запустить онлайн-обучение?

С iSpring Learn вы сможете ускорить адаптацию, повысить вовлеченность и провести оценку компетенций сотрудников. Обучайте команду и помогайте бизнесу расти.

[Узнать подробнее →](#)

