

# СТАНДАРТ ПРОДАЖИ

---

АЛГОРИТМ РАБОТЫ ПРОДАВЦА С КЛИЕНТОМ

Стандарт продажи предусматривает определенный набор действий, обязательный к выполнению продавцом для:

- повышения качества обслуживания клиентов,
- увеличения количества лояльных клиентов,
- увеличения количества осознанных клиентов,
- повышения узнаваемости бренда LERO

Данные показатели позволят увеличить оборот торговой точки и, соответственно, **зарплату** сотрудников



# Установление

## контакта

*На данном этапе очень важно произвести как можно более положительный эффект на покупателя. Это необходимо сделать в течение первых 10-15 секунд. Второго шанса произвести первое впечатление не будет*

**Приветствуй каждого клиента**

Добрый день!

Здравствуйте

**Подойди к клиенту в течение одной минуты, если не занят с другим клиентом**

С радостью помогу Вам

**Работа со вторым клиентом**

Подождите пожалуйста, я подойду через 5 минут

Как только освобожусь, сразу же подойду к Вам

# Выявление

При выявлении потребности продавец должен определить, что в большей мере волнует конкретного клиента

**Задай 2-3 открытых вопроса для выявления потребности клиента**

Какой цвет вам больше нравится?

Что вы думаете об этой вещи?

Насколько Вам удобно?

**Сориентируй клиента по ассортименту**

Здесь женские/мужские/детские модели...

Здесь находятся все самые модные модели

# Презентация

**Хорошая презентация товара покупателю – это диалог, а не монолог. Чтобы презентация была эффективна, клиента нужно в неё вовлекать.**

**Не только говори, но и показывай товар. Лучше всего дай его поддержать/примерить.**

**Продемонстрируй  
выбранные модели,  
достав их с витрины**

**Расскажи о характеристиках и свойствах товара,  
переводя их в выгоды для клиента**

**Эти очки имеют максимальную степень защиты от UV-излучения, ваше зрение будет надежно защищено**

**Дизайн этих носков всегда позволит Вам оставаться в тренде, а материал, из которого они изготовлены, даст Вам максимальный комфорт**

**Дай товар клиенту в руки,  
предложи померять**



# Формирование потребности в дополнительных продуктах

*Дополнительная продажа (кросс-продажа, продажа дополнительного товара), выполненная вовремя и по всем правилам, поможет значительно увеличить сумму ежедневной выручки, среднего чека и, соответственно, зарплату продавца*

**Предложи дополнительный товар к текущему выбору клиента**

Давайте подберем для Вас еще одни очки/носки

Предлагаю дополнительно приобрести футляр/шарф/перчатки

**Продемонстрируй подходящие варианты**

Давайте покажу Вам вот такой вариант

Обратите внимание на витрину с аксессуарами

**Используй акции для дополнительной продажи (при наличии)**

При покупке второго товара Вы получите скидку...

Сейчас действует акция, Вы получаете скидку...

# Оформление

*Зачастую клиент доволен консультацией, при этом не хватает последнего толчка для совершения покупки здесь и сейчас.*

*Задача продавца – удержать клиента. Не нужно отпускать его для возможности сравнения цен с конкурентами, потому что человеческая лень не даст ему вернуться*

## Задай вопрос, направленный на продажу здесь и сейчас

Вы готовы оформить покупку?

Пройдемте к кассе для оплаты?

## Предложи комфортный способ оплаты

У нас Вы можете оплатить покупку наличными либо картой

Как Вам удобнее оплатить?  
Наличными или картой?

# Работа с сомнениями клиента (на любом этапе продаж)

*Важно знать и понимать, что во время этого признака заинтересованности и правильно отработав это возражение, вы сможете добавить несколько аргументов в пользу вашего товара*

**Развей сомнения клиента, если они возникают, используя алгоритм отработки возражений:**

Выслушай

Уточни сомнения

Присоединись к мнению клиента

Аргументируй

Задай вопрос



# Работа с сомнениями клиента (на любом этапе)

Выслушай

- Не перебивая. Цель – понять причину возражения

Уточни

- Если не до конца понятен корень возражения, мало информации

Присоединись к мнению клиента

- Важно присоединиться к корню возражения, а не к сомнению в товаре
- Покажи клиенту, что ты на его стороне, чтобы аргументация не выглядела как спор

Аргументируй

- Критерий эффективной аргументации: факт, решающий сложности клиента с выгодой для него

Задай вопрос

- «Вы согласны?» Задай вопрос сразу же после приведения аргументов

# Работа с сомнениями клиента (на любом этапе продаж)

Клиенту не подходит продукт

Неправильно выявлены потребности клиента, вернись к этапу «Выявление потребности»

Клиента смущает цена

Расскажи клиенту, из чего формируется цена продукта, делая упор на преимущества в характеристиках и свойствах

Предложи акции и скидки, подходящие для продукта

Клиент переживает за качество продукта

Клиенту не хватает информации, расскажи, почему данный продукт считается качественным

У клиента нет потребности в продукте

Переключись на предложение альтернативных товаров

# Программа лояльности (на любом этапе продажи)

*Программа лояльности – это мощный инструмент работы для будущих продаж, клиент должен осознанно приходить в нашу компанию для совершения покупки*

**Уточни у клиента, является ли он участником программы лояльности LERO**

Вы уже пользуетесь преимуществами нашей программы лояльности?

Вы уже пользуетесь скидками постоянного клиента LERO?

**Предложи стать участником программы лояльности LERO либо начислить/списать бонусы**

Давайте зарегистрируем Вас в программе лояльности

Давайте начислим/спишем бонусы на Вашу покупку

# Завершение

**Важно создать у клиента приятное впечатление от покупки в нашей компании. Упомянув бренд, мы фиксируем внимание клиента на следующих покупках именно в LERO**

**Продажа состоялась: поздравь клиента с покупкой, попрощайся, упоминая бренд LERO**

Поздравляю Вас с покупкой!  
Приходите к нам в LERO

**Продажа не состоялась: предложи посетить снова торговую точку, попрощайся, упоминая бренд LERO**

Всегда рады видеть Вас в LERO,  
приходите еще, до свидания



Блок	Действие сотрудника	Вес
Установление контакта	Приветствуй каждого клиента	5
	Подойди к клиенту в течение одной минуты, если не занят с другим клиентом	10
	Работа со вторым клиентом	5
Выявление потребности	Задай 2-3 открытых вопроса для выявления потребности клиента	10
	Сориентируй клиента по ассортименту	5
Презентация товара	Продемонстрируй выбранные модели, достав их с витрины	5
	Расскажи о характеристиках и свойствах товара, переводя их в выгоды для клиента	15
	Дай товар клиенту в руки	10
Формирование потребности в дополнительных продуктах	Предложи дополнительный товар к текущему выбору клиента	15
	Продемонстрируй подходящие варианты	5
	Используй акции (при наличии) для дополнительной продажи	5

Блок	Действие сотрудника	Вес
Оформление покупки	Задай вопрос, направленный на продажу здесь и сейчас	15
	Предложи комфортный способ оплаты	5
Работа с сомнениями клиента	Развей сомнения клиента, если они возникают, используя алгоритм отработки возражений	5
Программа лояльности (на любом этапе продажи)	Уточни у клиента, является ли он участником программы лояльности LERO	10
	Предложи стать участником программы лояльности LERO либо начислить/списать бонусы	10
Завершение контакта	1. <u>Продажа состоялась</u> : поздравь клиента с покупкой, попрощайся, упоминая бренд LERO	5
	2. <u>Продажа не состоялась</u> : предложи посетить снова торговую точку, попрощайся, упоминая бренд LERO	
		<b>140</b>

Максимальное количество баллов 140

- 130 баллов и более- премия
- 115 баллов и менее - удержание