

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.

**Продемонстриру
й 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

продажи)
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	
		140

Максимальное количество баллов 140

- 130 баллов и более- премия

- 115 баллов и менее - удержание