



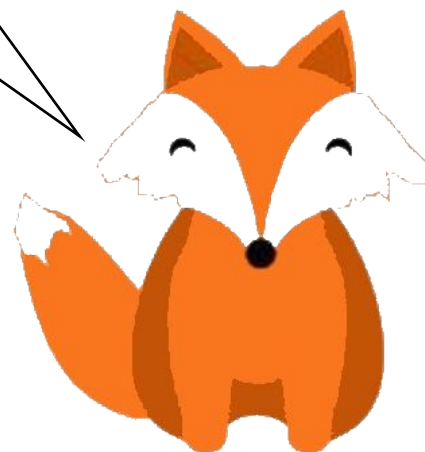
ИНТЕРКОМ  
ЦЕНТР ОБУЧЕНИЯ

# Тетрадь стажера

ФИО \_\_\_\_\_

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_

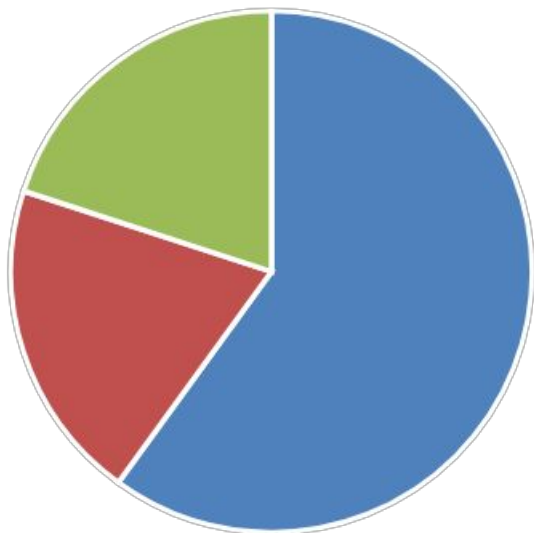
Привет! Меня зовут  
Интерсёнок.  
Я буду тебе помогать и  
подсказывать все твое  
обучение.



Тренер \_\_\_\_\_



# Заработная плата



■ Продажи ■ Сервис ■ Ставка

ПОКАЗАТЕЛИ	ПРЕМИЯ



# Сотрудник

Ты и твои коллеги – это лицо компании и бренда.  
Именно поэтому важно:



---

---

---

---

---

---



---

---

---

---

---

---

# Салон

Для клиентов наш салон – это и есть сотовый оператор.  
Вот почему важно:



---

---

---

---

---

---



---

---

---

---

---

---



## День 2.

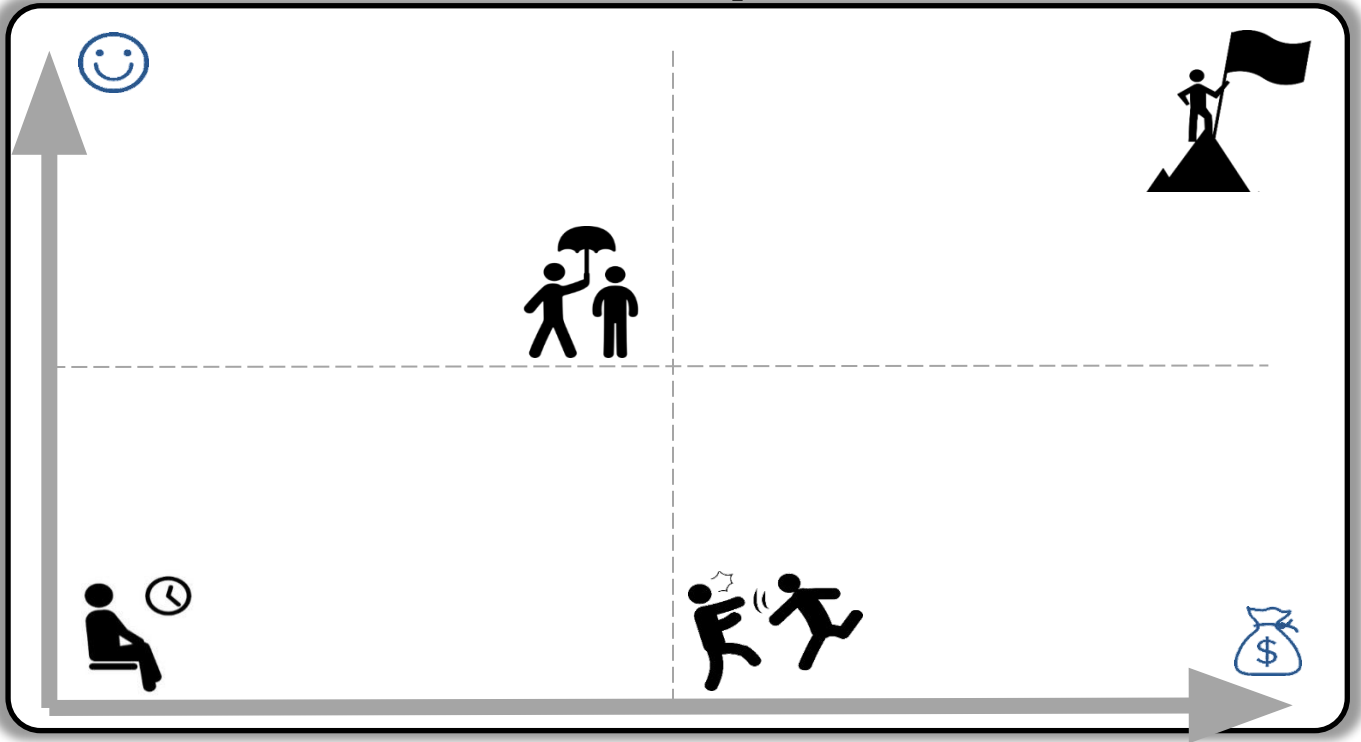
# Техника продаж

Продажа, как неотъемлемая часть нашей жизни.

Продажа - \_\_\_\_\_

---

## Стили продаж




## Этапы продажи

\_\_\_\_\_

- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

} 



# Этапы техники продаж

## 1 этап - Установление контакта

**Цель: расположить клиента и установить взаимовыгодные отношения**

Поведение продавца  
Невербальное

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_
4. \_\_\_\_\_
5. \_\_\_\_\_

Приветствие:

Подход (контактная фраза):

**Витрина:** \_\_\_\_\_

**Зал/ресепшн:** \_\_\_\_\_

**Терминал:** \_\_\_\_\_



# Этапы техники продаж

## 1 этап - Установление контакта

### ВТОРОЙ ПОДХОД К КЛИЕНТУ

**Важно!!!**

Реакция клиента



Я просто  
посмотреть/нич  
его покупать не  
собираюсь

Клиент  
игнорирует  
продавца, стоит  
у витрины

Клиент  
игнорирует  
продавца,  
пополняет счет



---

---

---



## 2 этап - Выявление потребностей

Цель: *выявить параметры запроса клиента*

Типы вопросов:



_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____

Какие вопросы задаем клиенту на данном этапе?

**Обязательно задать минимум ТРИ вопроса**

**SIM-карта/Обслуживание** \_\_\_\_\_

- |          |          |
|----------|----------|
| 1. _____ | 2. _____ |
| 3. _____ | 4. _____ |
| 5. _____ | 6. _____ |
| 7. _____ | 8. _____ |

**Товар** \_\_\_\_\_

- |          |          |
|----------|----------|
| 1. _____ | 2. _____ |
| 3. _____ | 4. _____ |
| 5. _____ | 6. _____ |

**Резюмирующий вопрос:**



# ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ

Отработка «установления контакта + выявление потребности»

**Добрый день + контактная фраза:**

- Терминал: «**Каким оператором пользуетесь?**»
- Касса/Зал: «**Вы к нам с вопросом или за покупкой?**»
- Витрина: «**Себе или в подарок?**»



**Как я могу к Вам обращаться?**



**Сим-карта:**

**Обслуживание**  
:

**Товар:**



**Резюме:**

**Резюме:**

**Резюме:**





## 3 этап - Презентация

*Цель: довести клиента до понимания, почему именно этот товар ему необходим*

### Рассказ о товаре

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_

### ФРАЗЫ, С КОТОРЫХ НАЧИНАЕТСЯ ПРЕЗЕНТАЦИЯ



Эффективные:



Неэффективные:



## 3 этап - Презентация

### Алгоритм «Характеристика – Связка – Выгода»



Оформляе  
м?

Наполненность тарифа:

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_
4. \_\_\_\_\_
5. \_\_\_\_\_
6. \_\_\_\_\_
7. \_\_\_\_\_



## 4 этап – Работа с возражениями

*Цель: укрепить клиента в желании приобрести товар*

Самые страшные возражения:

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_
4. \_\_\_\_\_
5. \_\_\_\_\_



### Алгоритм работы с возражениями

1

2

3

4

5



# Особые требования операторов

**MNP – перенос мобильного номера от одного оператора к другому.**

Возможность перейти от одного оператора мобильной связи к другому (поменять оператора), без изменения номера телефона (все цифры номера остаются).

**Условия для MNP:**

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_
4. \_\_\_\_\_
5. \_\_\_\_\_
6. \_\_\_\_\_

**Выгоды от MNP:**

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_

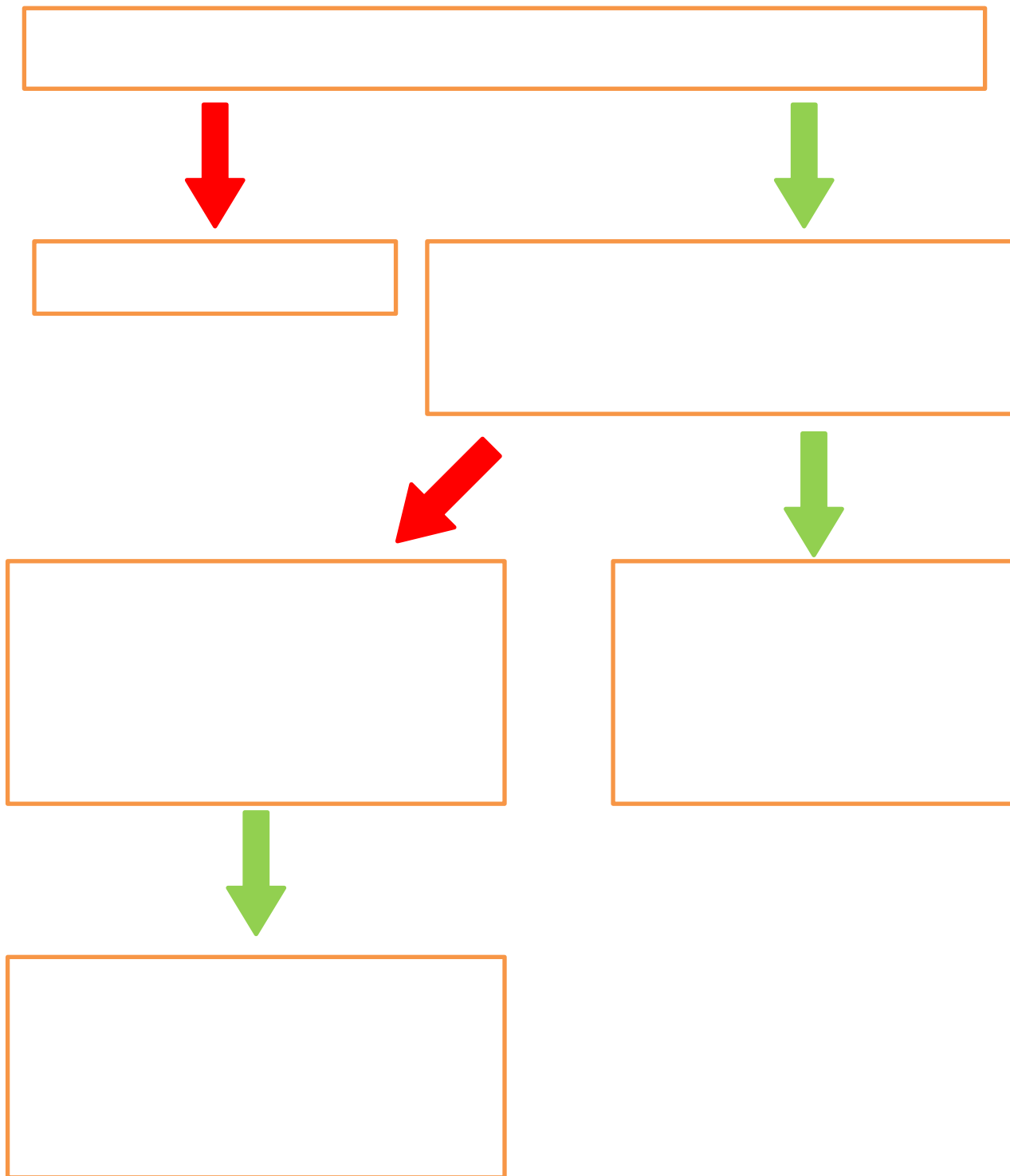
**!!! НЕ ПЕРЕНОСЯТСЯ !!!**

**Денежные средства, контакты sim, тариф**



# ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ

## Алгоритм предложения МНР





# Особые требования операторов

## Личный кабинет – операторское мобильное приложение для самостоятельного управления мобильным номером.

Возможность подключать/отключать услуги, настраивать и менять тарифный план, заказывать детализацию и другие возможности.

### Алгоритм предложения

ЛК: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

### Выгоды:

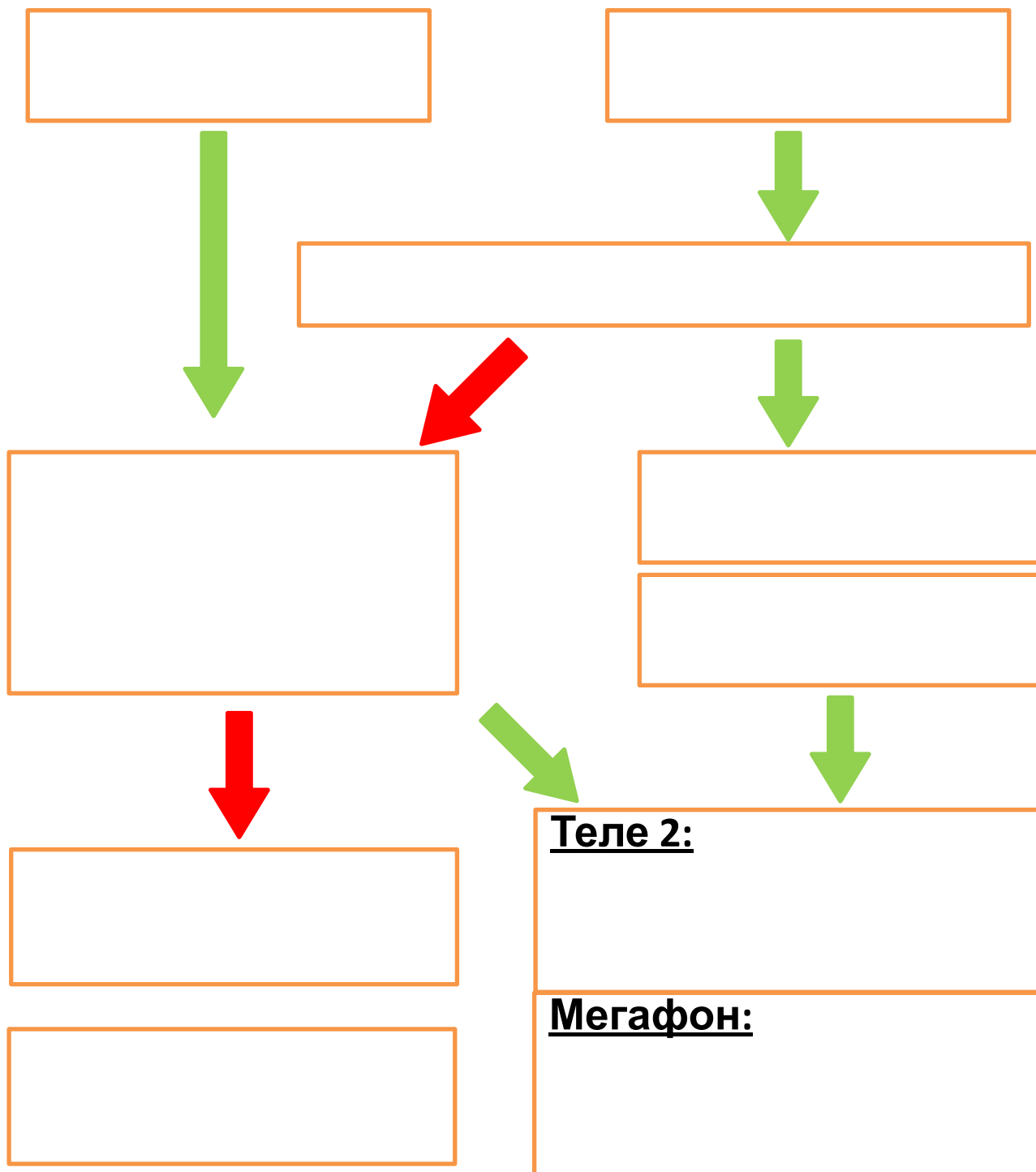
1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_
4. \_\_\_\_\_
5. \_\_\_\_\_
6. \_\_\_\_\_

**!!! ОБЯЗАТЕЛЬНАЯ ДЕМОНСТРАЦИЯ !!!**



# ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ

## Алгоритм предложения Личного кабинета





# Особые требования операторов

## Инструменты для предложения МНР, ЛК, Акций

«Вопрос-крючок» позволяет моментально заинтересовать покупателя.

### Схема составления вопросов-крючков

1. \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
4. \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

### Твои варианты вопросов-крючков

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_





## 5 этап – Дополнительные продажи

Цель: **ЗАРАБОТОК ДЛЯ СОТРУДНИКА** и комплексное решение для клиента

Ключевые правила допродажи:

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_

Вопросы на выявление потребности	Услуги	Аксессуары
Как защищаете ваш смартфон?		
На сколько хватает заряда аккумулятора?		
Как часто снимаете фото/видео?		
Как часто бываете в поездках?		
Как долго планируете пользоваться смартфоном?		
Какими соц. сетями пользуетесь?		



## 5 этап – Дополнительные продажи

### ИНСТРУМЕНТЫ ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ПРОДАЖИ

Установка приложения ЛК на смартфон клиента

Эффект котенка \_\_\_\_\_

Эффект сравнения \_\_\_\_\_

Предложение кредитных продуктов \_\_\_\_\_

## 6 этап – Завершение контакта

**ВАЖНО!** Каждому покупателю озвучивать следующее:

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_

Если продажа не состоялась, то **ВАЖНО** с ним договориться

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_



# Для заметок

A large, empty rectangular area with rounded corners, intended for taking notes.



# Задание для самостоятельной работы

№	Описание действий специалиста	Стиль продаж
1	Специалист долго и увлеченно рассказывает клиенту о причинах глобального сбоя в «Мегафоне». Клиент его заворуженно слушает.	
2	К специалисту обратился клиент с вопросом: «У вас есть iPhone 11 Pro?», специалист сообщил об отсутствии данной модели и вернулся за ресепшн. Клиент еще в течение минуты осмотрел витрину и потом ушел.	
3	Клиент обратился к специалисту с просьбой помочь ему поменять его действующий тариф на другой. Специалист не стал помогать клиенту и сообщил, что поменять тариф можно только через службу поддержки. Сам же специалист направился к клиенту, который остановился около стенда с тарифными планами.	
4	Специалист продал защитную пленку на экран смартфона, а когда клиент попросил его наклеить, специалист ответил: «У нас эта услуга платная, и я плохо клею. Зайдите в соседний салон, там вам девушка бесплатно сделает и очень красиво. У нее рука легкая».	
5	Клиент попросил специалиста показать ему кнопочные телефоны, но специалист сообщил, что в их офисе продаж они отсутствуют (но на самом деле кнопочные телефоны были) После этого специалист предложил клиенту посмотреть недорогие смартфоны, однако клиент отказался и ушел.	
6	Клиент обратился к специалисту с просьбой продать ему недорогую зарядку для Samsung. Специалист уточнил, что случилось со старой зарядкой, и узнал, что она перестала заряжать через 2 месяца после начала использования.  Продавец предложил клиенту два разных варианта: оригинальную зарядку и универсальную, описав их отличия. Клиент выбрал оригинальную и купил ее.	
7	Специалист начинает подходить к клиентам только тогда, когда директор магазина за ним наблюдает.	



# ТАРИФНЫЕ ПЛАНЫ (Домашнее задание 1й день)

Фишки тарифа				
Интернет трафик				
SMS				
Минуты				
Стоимость				
Название тарифа				
Категория ТП	Без абонентской платы	С абонентской платой	Безлимитный интернет	Премиальные ТП

При исчерпании всего пакета...

При неоплате тарифа ...