



ИНТЕРКОМ
ЦЕНТР ОБУЧЕНИЯ

Тетрадь стажера

ФИО

« ___ » _____

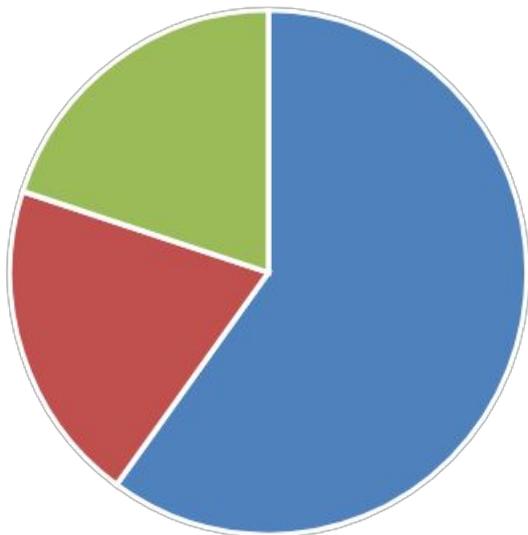
Привет! Меня зовут
Интерсёнок.
Я буду тебе помогать и
подсказывать все твое
обучение.



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:







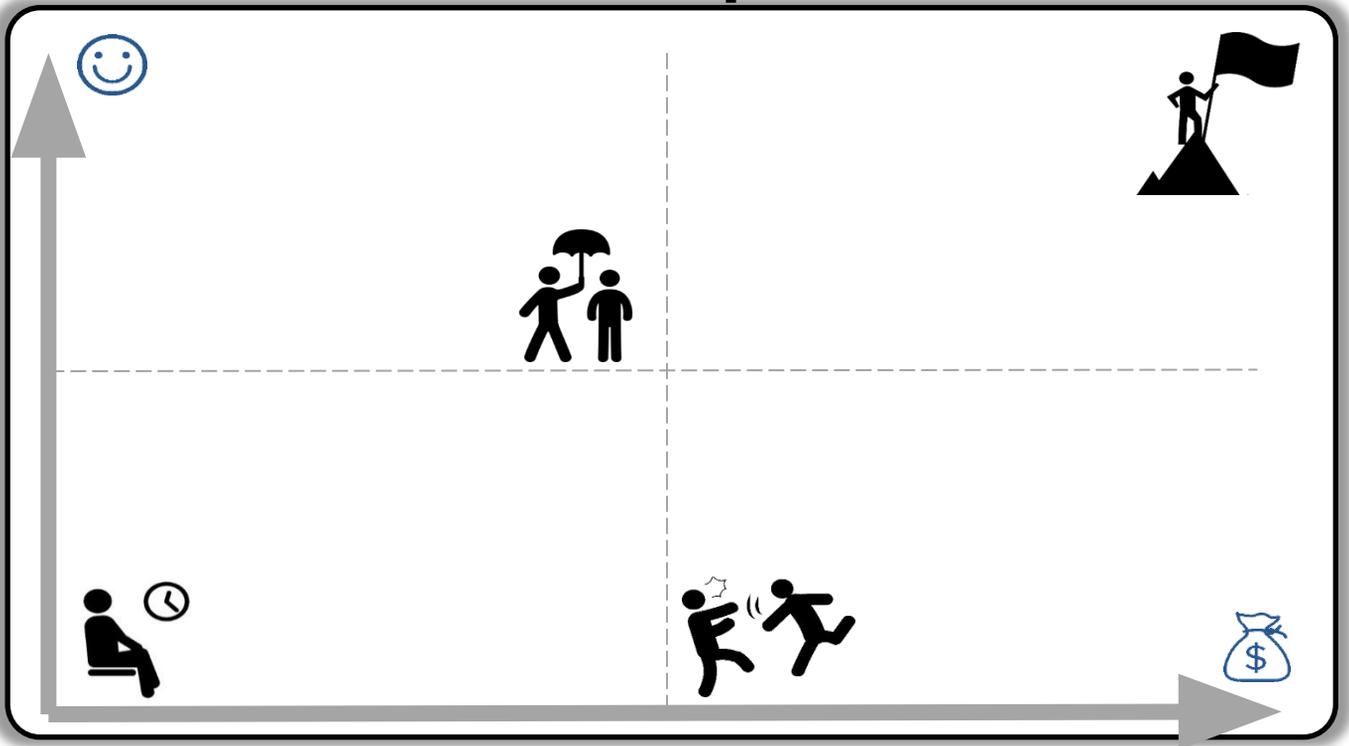
День 2.

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. _____

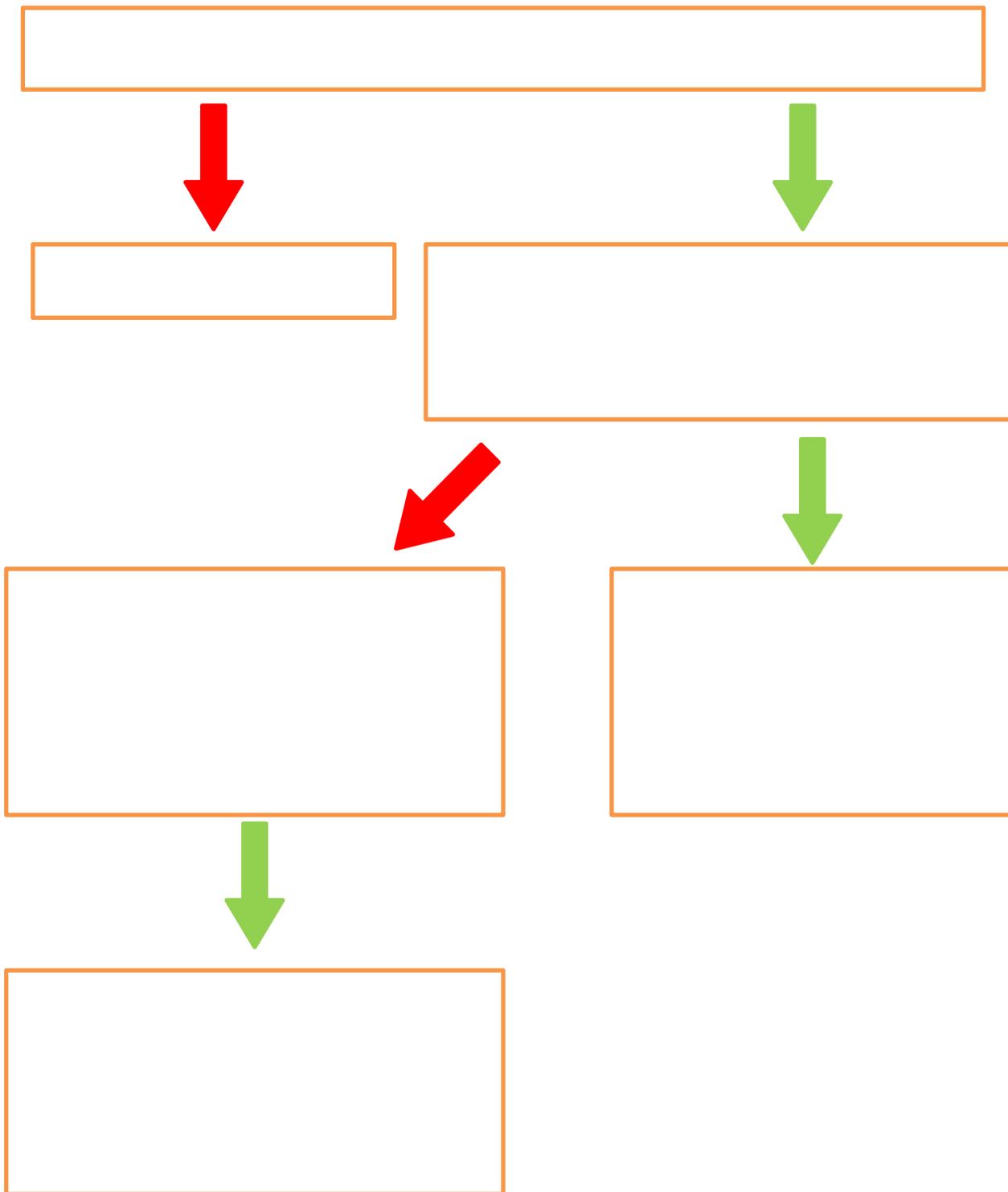
!!! НЕ ПЕРЕНОСЯТСЯ !!!

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:

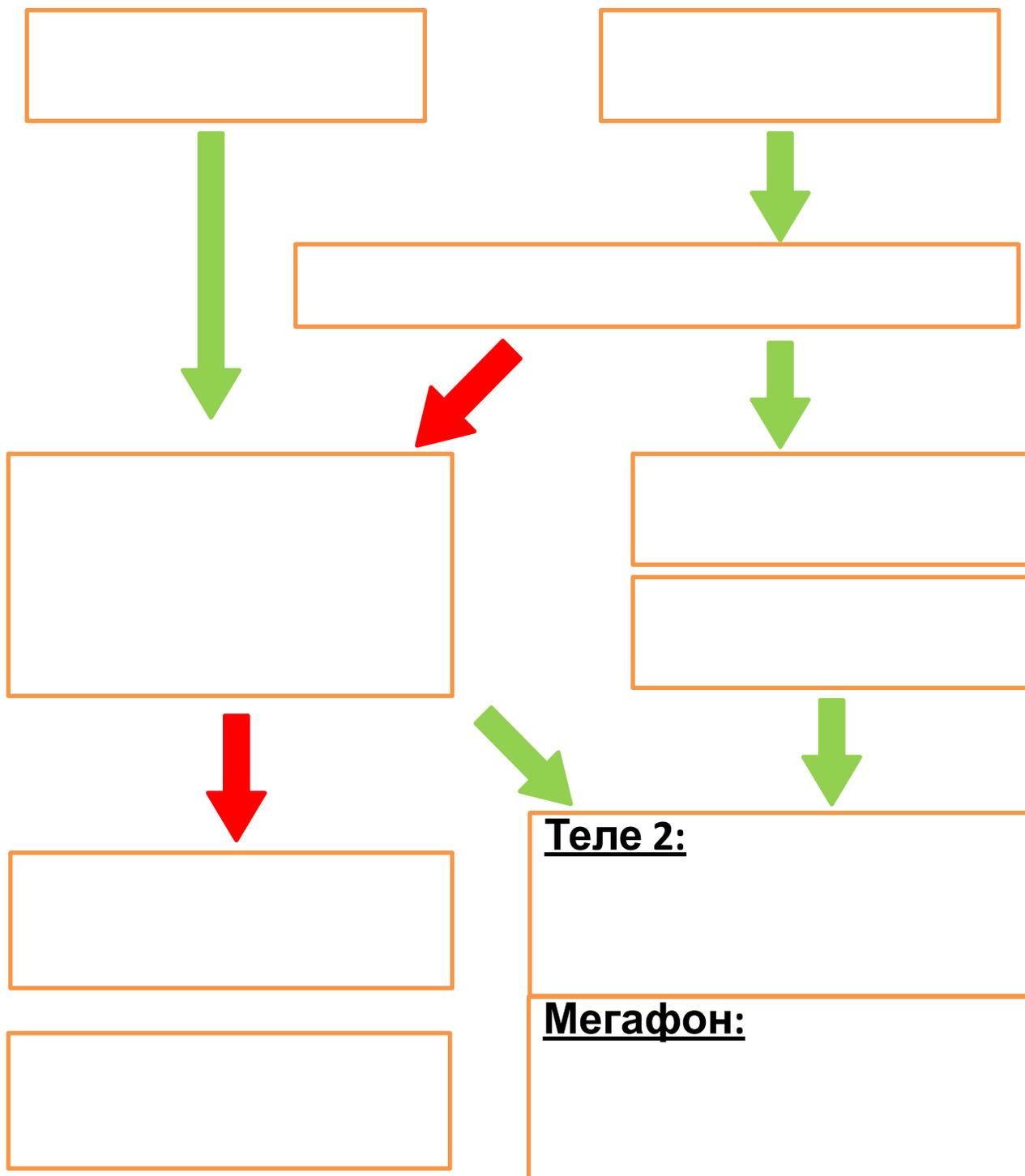
1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____
6. _____

!!! ОБЯЗАТЕЛЬНАЯ ДЕМОНСТРАЦИЯ !!!



ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ

Алгоритм предложения Личного кабинета





Особые требования операторов

Инструменты для предложения МНР, ЛК, Акции

«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 замороженно 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 ...