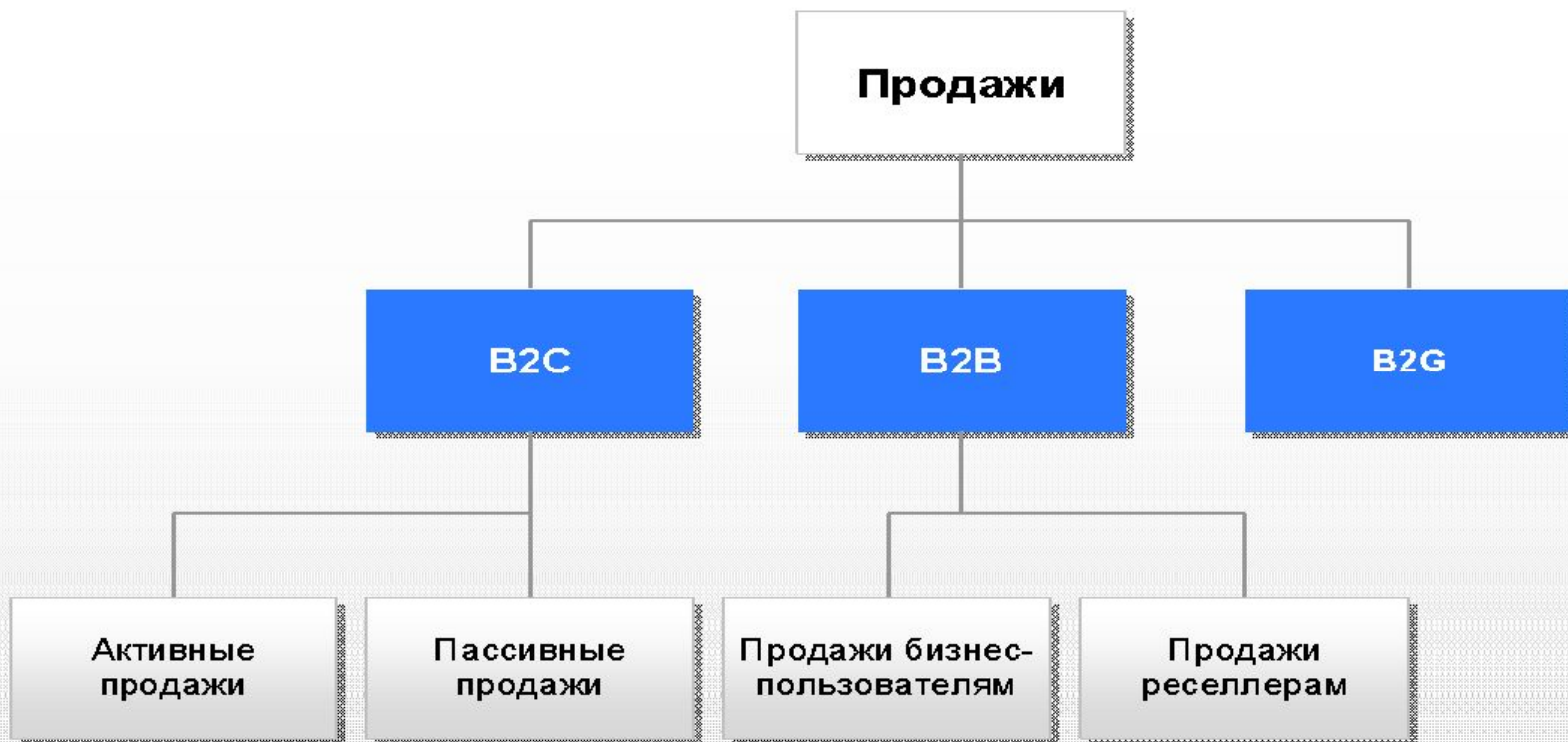
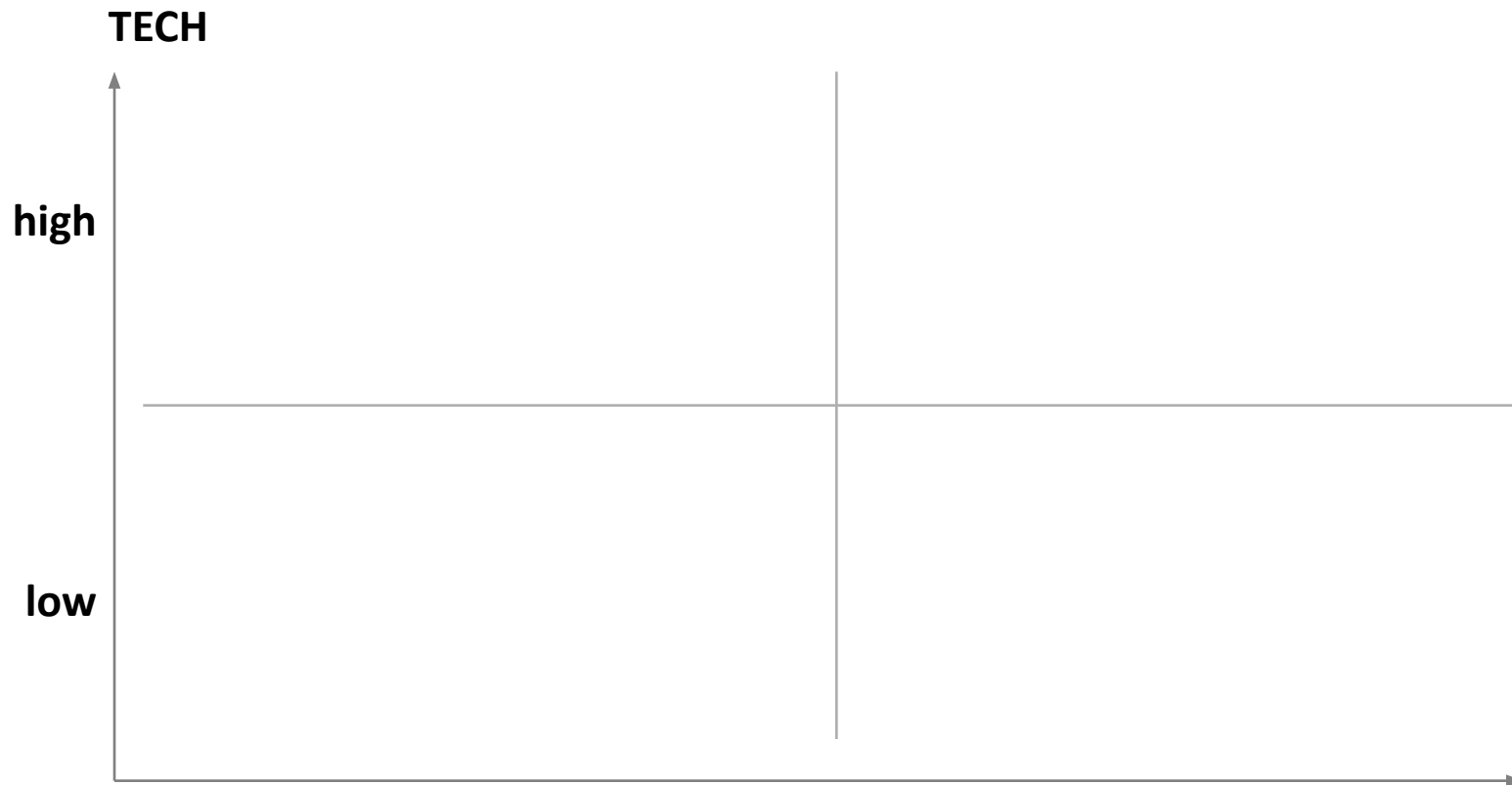


Моя профессия - продавец.  
Наиболее  
профессиональные области

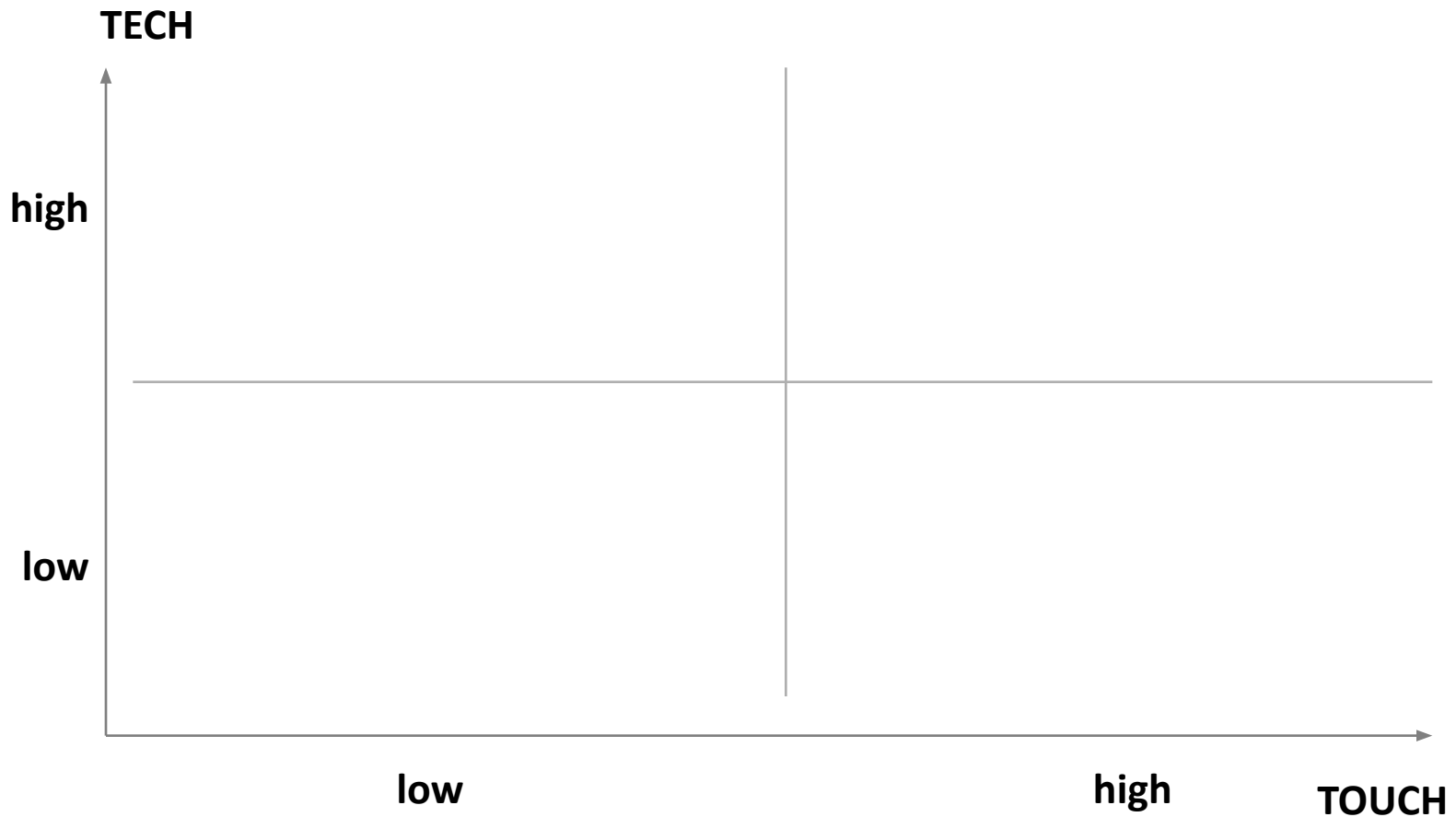
# Типы продаж



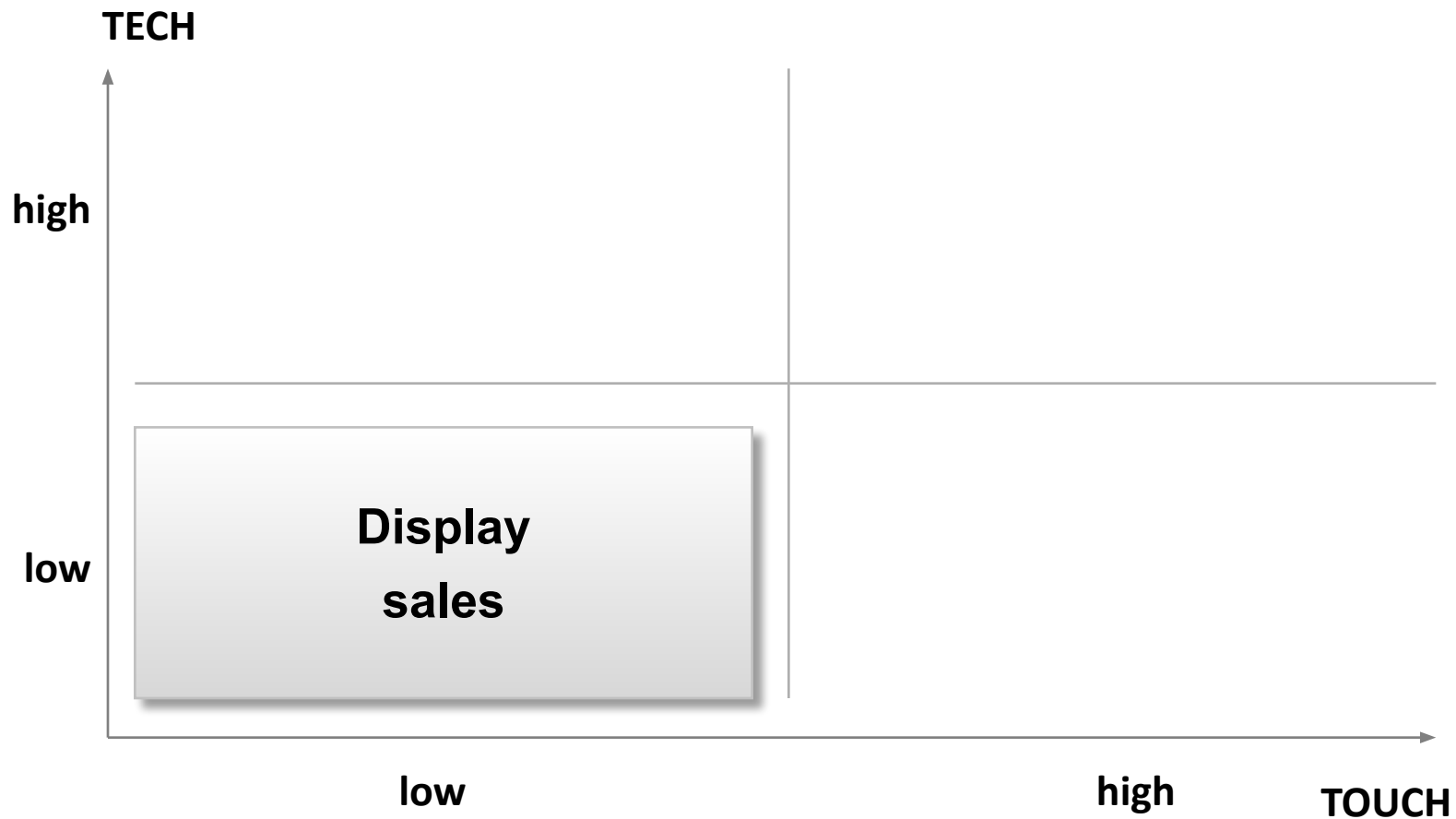
# Типы продаж



# Типы продаж



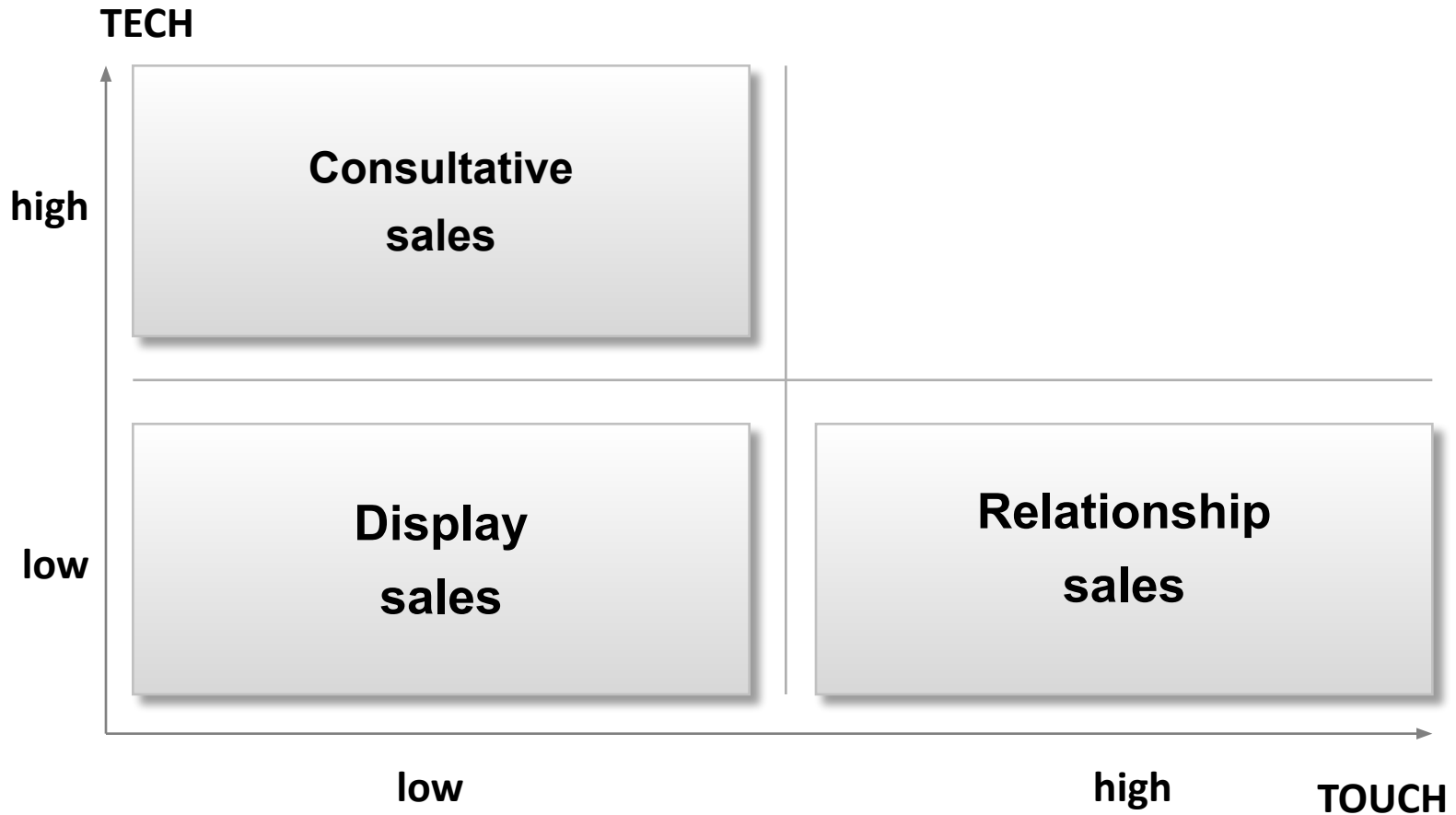
# Типы продаж



# Типы продаж



# Типы продаж

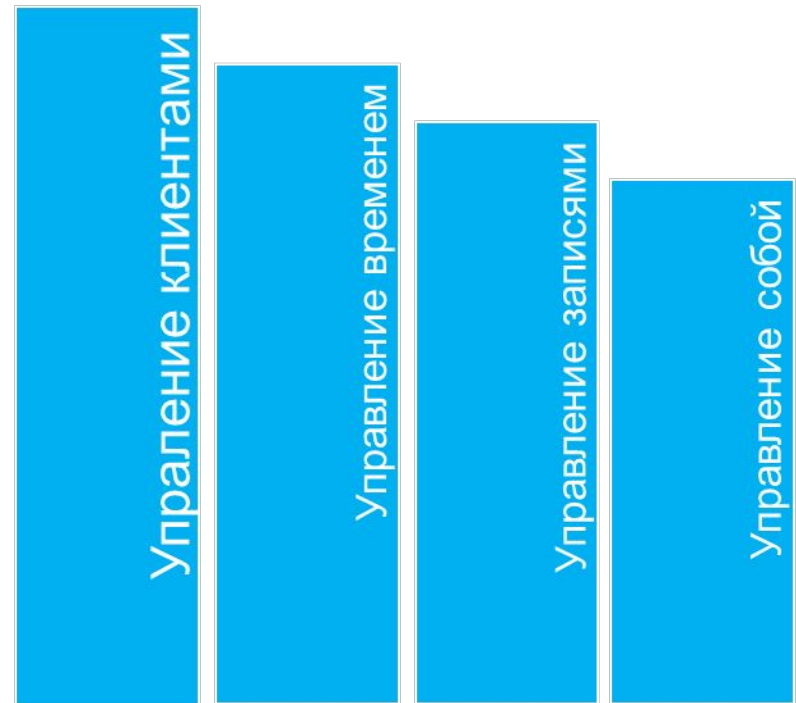
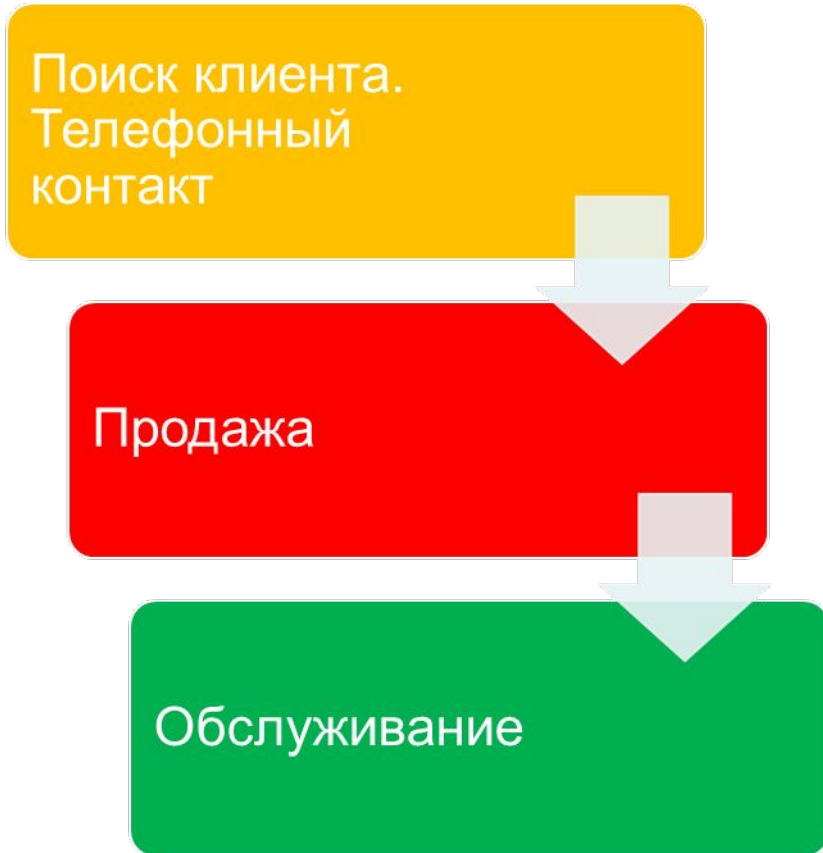


# Типы продаж





# Основные профессиональные области





# **Поиск клиента. Телефонные переговоры**

# Поиск клиентов, или окно возможностей



**Цели  
телефонного  
контакта**



**Назначить  
встречу**



**Напомнить  
о себе**



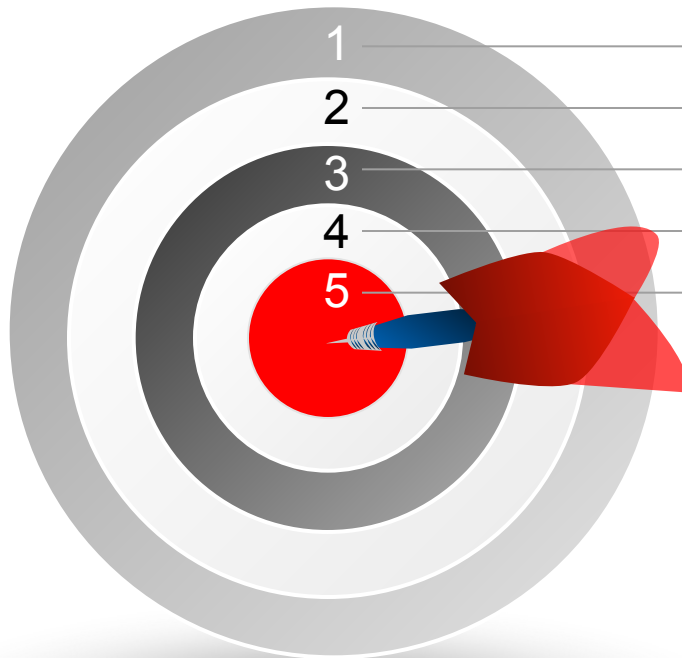
**Вовлечь клиента и  
получить  
информацию**

# Как говорить по телефону

- Не ведите телефонный разговор больше 3 — 5 минут.
- Употребляйте короткие предложения, в которых формулируется только одна мысль.
- Периодически делайте паузы,
- Выделяйте голосом особо значимые слова,
- Не используйте фразы «Мы предлагаем» или «Вас беспокоит»!
- Используйте вежливые слова «спасибо», «благодарю», «будьте добры»
- Улыбайтесь по телефону!



# Личные продажи



- 1 — Установление контакта
- 2 — Выявление потребностей
- 3 — Презентация, аргументация
- 4 — Работа с возражениями
- 5 — Завершение сделки

# Задачи продавца на каждом этапе продаж

## 1. Установить контакт

подойти, поздороваться, расположить к себе, начать диалог.

## 3. Провести презентацию

Связать свойства товара с потребностями клиента  
Усилить интерес клиента

Применить техники убеждения

## 5. Завершить сделку!

Оценить готовность клиента  
Провести пробное заключение сделки. Завершить сделку  
Грамотно выйти из контакта

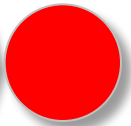
## 2. Выявить потребности

Понять, какой товар или услуга нужны клиенту  
Оценить, в чем состоит выгода от приобретения данного товара или услуги для клиента.

## 4. Отработать возражения

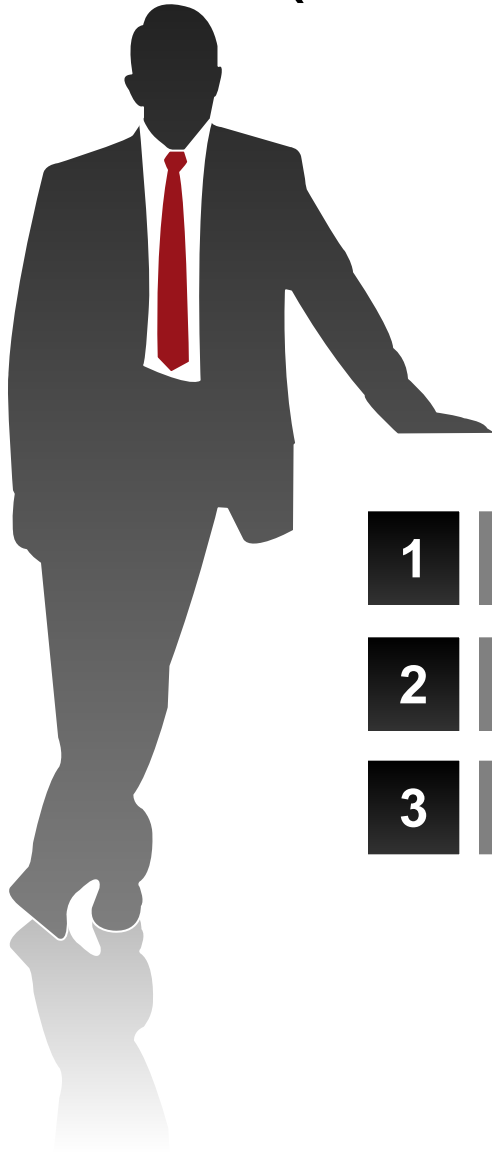
Различить истинное и ложное возражения  
Ответить на возражения клиента  
Ответить на вопросы клиента по цене.

**СДЕЛКА!**





# Этапы принятия решения о покупке (сложные продажи)



**1**

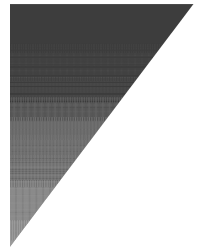
**Формирование потребности**

**2**

**Выбор альтернатив**

**3**

**Разрешение сомнений**





# Что такое ПРОДАЖА

# Стратегии PULL и PUSH в продажах

Задаем  
вопросы  
(исследуем)



Делаем  
презентацию  
(убеждаем)

# Эффективный продавец

## Ежегодно

сотрудники компании проводят

**156 000 км**  
в самолёте



**321 000 км**  
в поезде



**225 000 км**  
в автомобиле



**405**  
ночей  
в гостиницах



расчётов  
стоимости  
объектов

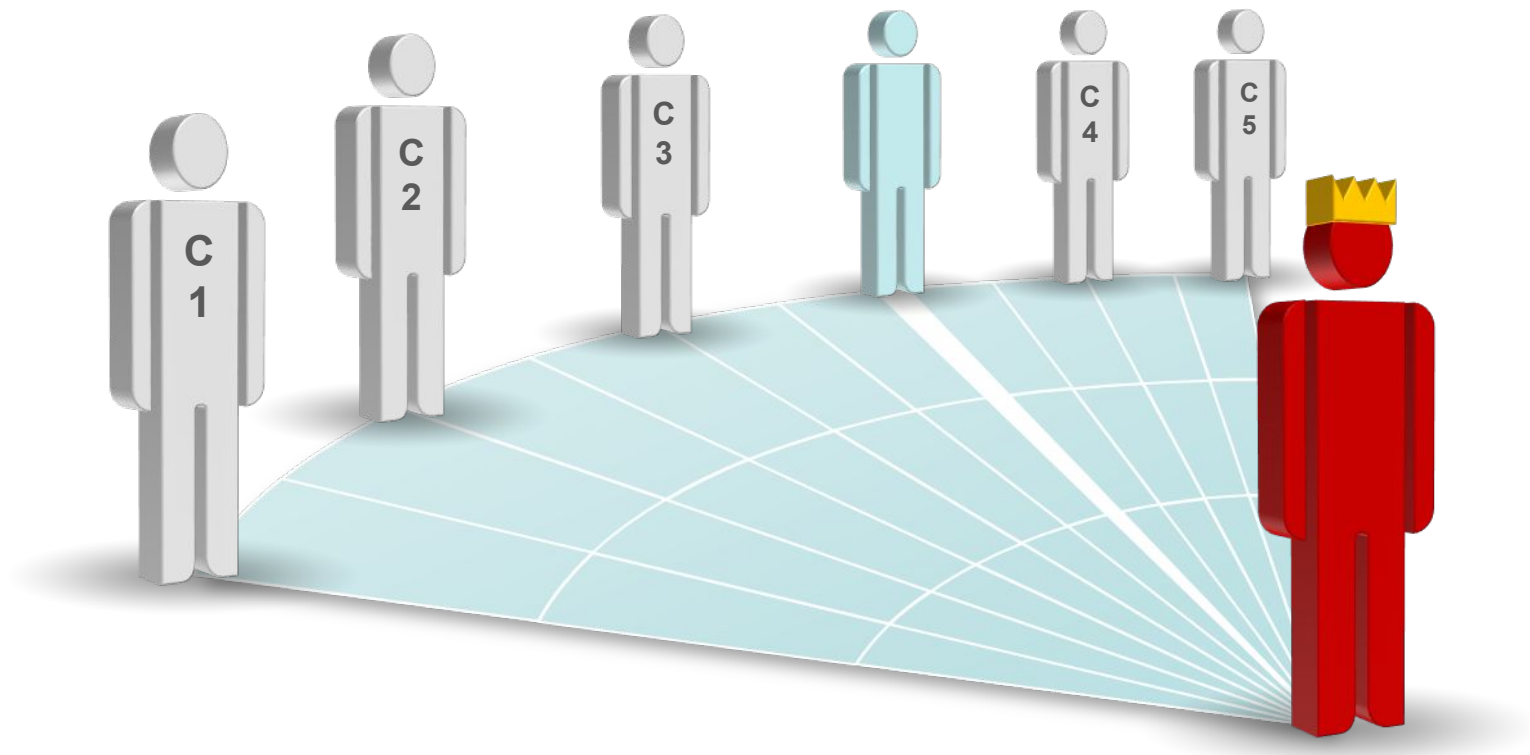


**Успешный  
продавец -  
какой он?  
Что такое  
Успех?**



# **Управление клиентами**

# Управление клиентами



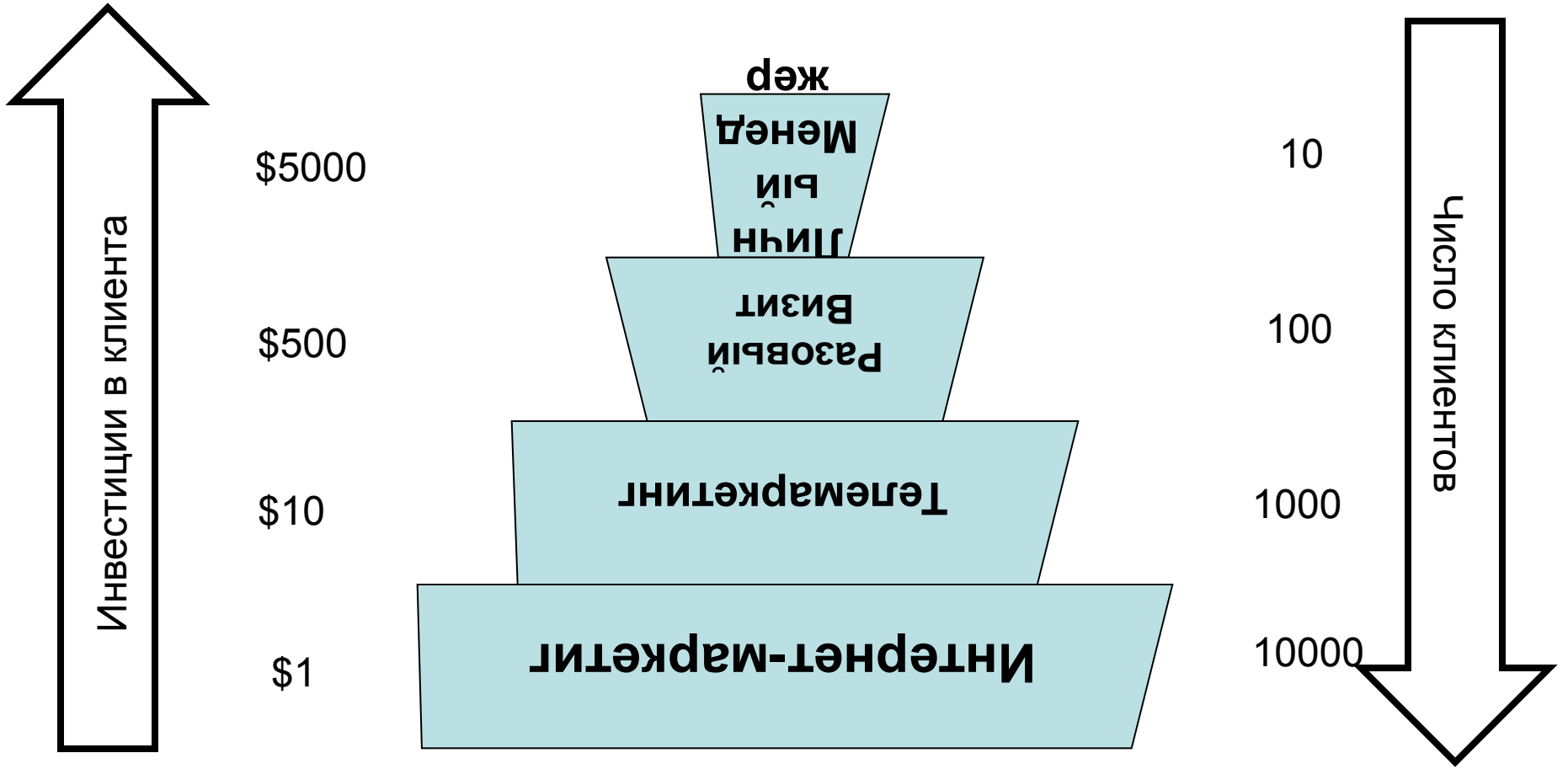
# Управление клиентами

- Одномерный анализ (ABC-анализ)
- Портфельный анализ
- Скоринговые системы



<b>Клиент:</b>	Большой торговец		<b>Дата заполнения:</b>		30 сент. 05 г.		
<b>ФИО заполняющего:</b>	Иванов М.С.						
<b>Критерий/Риски</b>	<b>Малые риски</b>		<b>Средние риски</b>		<b>Высокие риски</b>		
<b>Клиент</b>							
Клиент является	постоянным (старым) клиентом компании	Да	новым, но относящимся к целевым	1	Да	новым и вне списка целевых	
У клиента есть опыт работы с консультантами	консультантами универсальных компаний	Да	консультантами специализированных компаний	0		какой-либо опыт работы с консультантами отсутствует	
Лица, принимающие решение о заказе	известны и дружелюбно настроены	Да	не известны	0		известны и враждебно настроены	
<b>Проект</b>							
Опыт компании	У компании есть значительный индустриальный опыт	Да	У компании есть некоторый индустриальный опыт	0		У компании нет опыта в этой отрасли	
Возможная стоимость контракта в месяц	\$50 - 100k	Нет	\$100-120	0		>120 или < 50	Да
Ожидаемый уровень прибыльности	100% - 90% от установленных показателей		90% - 70% от установленных показателей	1	Да	менее 70% установленных показателей	
Участие субподрядчиков	нет	Нет	есть	0		Компания является субподрядчиком	
Предмет проекта	полностью соответствует стратегии и составу услуг компании		не полностью соответствует стратегии и составу услуг ПИК	1	Да	находится вне стратегии и перечня услуг компании	
Техническое задание	абсолютно понятно		допускает толкования	0		отсутствует	
<b>Процедура выбора исполнителя</b>							
Процедура выбора Исполнителя	понятна и не содержит расплывчатых критериев		не понятна, но есть уверенность, что будет объективной	1	Да	субъективная и/или заведомо нечестная	Да
Конкуренты	отсутствуют	Да	их не более 3-х и они известны	0		не известны или их более 3-х	Да
Условия контракта	типичные для компании	Да	включают приемлемые добавления Клиента	0		другие	Да
<b>Заключение</b>							
Работаем дальше, если	Меньше 3		Меньше 3			Нет	
Прекращаем работать	Больше 6	Go	Больше 6			Больше 4	
Запросить мнение Управляющего партнера	Больше 3		Больше 3		Check	Между 1 и 4	Check

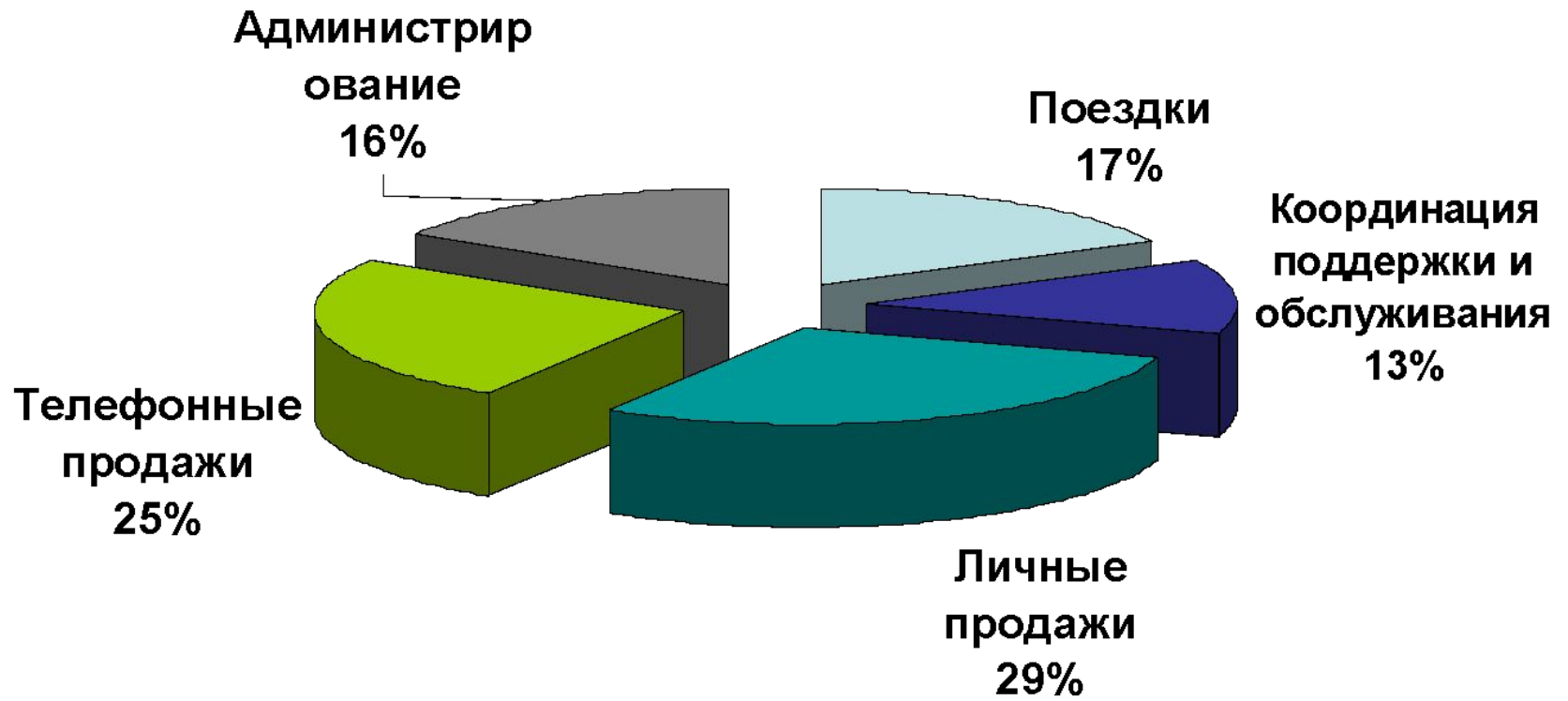
# Управление клиентами





# Управление временем

# Управление временем



# Основные правила управления временем

1. Идентифицируйте деятельность, поглощающую время!
2. Разработайте личные цели и концентрируйтесь на их достижении.
3. Приготовьте ежедневный перечень «Что я должен сделать»
4. Экономьте время с помощью телефона, факса, e-mail и социальных сетей.

.



# **Управление записями**

# Управление записями

Дата:

**3 результата главных наилучших сегодня какие:**

1/ я сделал то-то

2/ я сделал то-то

3/ я сделал то-то

**ЛЯГУШКА:**

**КУСОЧЕК СЛОНА:**

дисциплина в достижении!

	ЖЕСТКИЕ ВСТРЕЧИ	ГИБКИЕ ЗАДАЧИ
8:00		25 мин задача 20 сек смотри в окно 5 мин перерыв
9:00		
10:00		
11:00		
12:00		
13:00		
14:00		
15:00		
16:00		
17:00		
18:00		
19:00		
20:00		
21:00		
22:00		

ЧТО ПРЯМО СЕЙЧАС ЯВЛЯЕТСЯ САМЫМ ВАЖНЫМ?  
ЗАБУДЬТЕ НА ВРЕМЯ О РЕЗУЛЬТАТЕ ВСЕГО МЕГА-ПРОЕКТА, ВСЕХ ФОКУС ВНИМАНИЯ НА РЕЗУЛЬТАТ СЕЙЧАС

- календарные планы,
- перечень потенциальных клиентов,
- отчеты о контактах,
- суммарные отчеты
- регистрация расходов.



# Управление собой



# Самоменеджмент

- Позитивный внутренний диалог



# Самоменеджмент

- Позитивный внутренний диалог
- Азарт



# Самоменеджмент

- Позитивный внутренний диалог
- Азарт
- Настойчивость



# Самоменеджмент

- Позитивный внутренний диалог
- Азарт
- Настойчивость
- Гибкость

