

Успешные продажи

Когда товар/услуга продаётся?



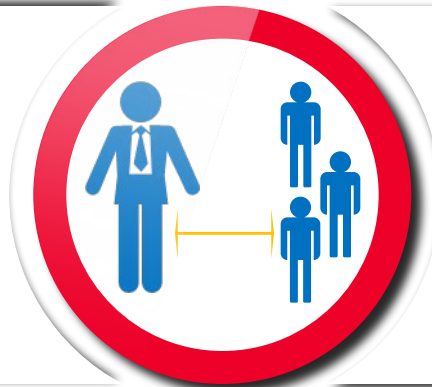


Консультация
200 рублей
при покупке
БЕСПЛАТНО



Правда нашего рынка

Компании
дистанцируются
от покупателей



Нажмите 1...
Нажмите 2...

Работники
думают только
о себе



Руководство тоже
думает только
о себе

Обслуживание
ведётся
формально



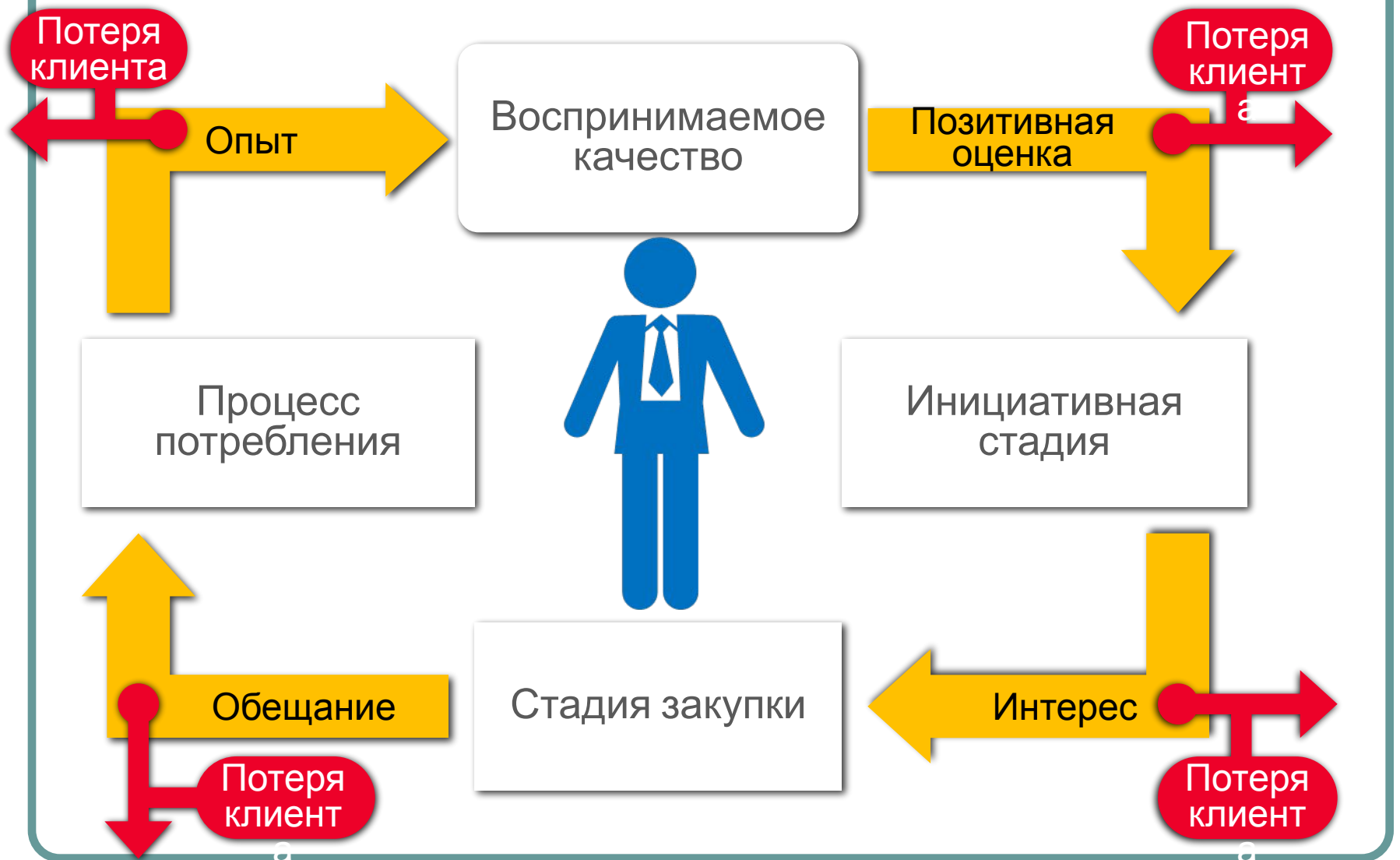
Научить работать
с душой трудно,
проще дать
инструкцию

Девизы продаж в России

Главное – низкая цена!
Пипл съест всё!



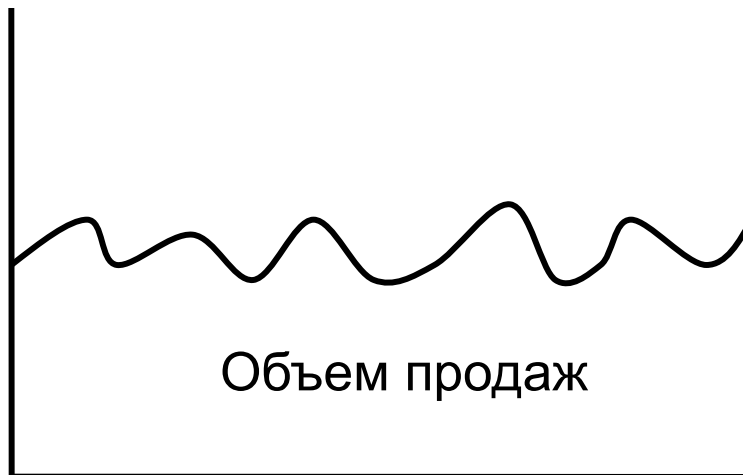
Где начинается сервис в продажах?



Без чего не может жить ни одна компания?

- Постоянный приток новой аудитории
- Удержание постоянной аудитории
- Увеличение суммы покупки

Новые клиенты



Отток клиентов



От чего зависит постоянство покупок и повторяемость сделок?

Отношение покупателей

Удовлетворённый

Лояльный

Где совершает покупки?



Где угодно



Меняет место покупки с неохотой.
Рекомендует вас другим покупателям

Как относится к вам?



Равнодушно



Он – ваш сторонник и продвигенец



Удовлетворённость – низшая форма лояльности

Формула лояльности

$$L = f\left(\frac{Q}{P}, R\right)$$

Лояльность

Качества и
качество товара

Качество отношений
покупатель-продавец

Цена товара

$$\frac{Q}{P} \ll R$$



В третьем тысячелетии стандартом и критерием сервиса в продажах – становятся лояльные покупатели. А сам сервис переходит в разряд «превосходного сервиса»

Что такое сервис в продажах?

Service –
«обслуживание»

1

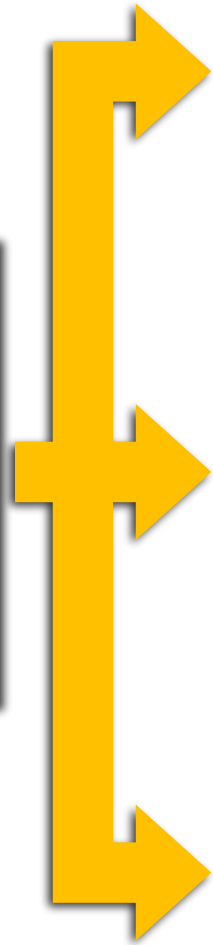
Услуги клиентам
предприятия

2

Средства для
обслуживания

3

Система сбора обратной
связи





Существует ли сервис в ваших компаниях



Что вы делаете в продажах лучше, чем ваши конкуренты?



Причины плохого сервиса в продажах



Деньги

Скупость компании к сотрудникам

Скупость к клиентам

Отсутствие гордости
за работу

Недостаток обучения



Люди



Машины

Чрезмерная
автоматизация

Потерянные клиенты



Каждый год компании теряют до 30% клиентов

3%



переезжают

5%



заводят новые дружеские отношения

9%



уходят по причинам, связанным с конкуренцией

14%



не удовлетворены качеством товара или услуги

68%



уходят из-за плохого отношения или безразличия со стороны владельца, или какого-либо сотрудника

Печальная статистика



Оказывается, до 90% недовольных клиентов **ТИХО** уйдут к конкурентам из-за невежливого отношения или грубости сотрудника

Пример – Скандинавские авиалинии

Проблема убыток \$8 млн. за отчетный год

Причина недовольные клиенты

Решение выявление **МОМЕНТОВ ИСТИНЫ**

1 Звонок и заказ билета

2 Регистрация на полёт

3 Приглашение на посадку

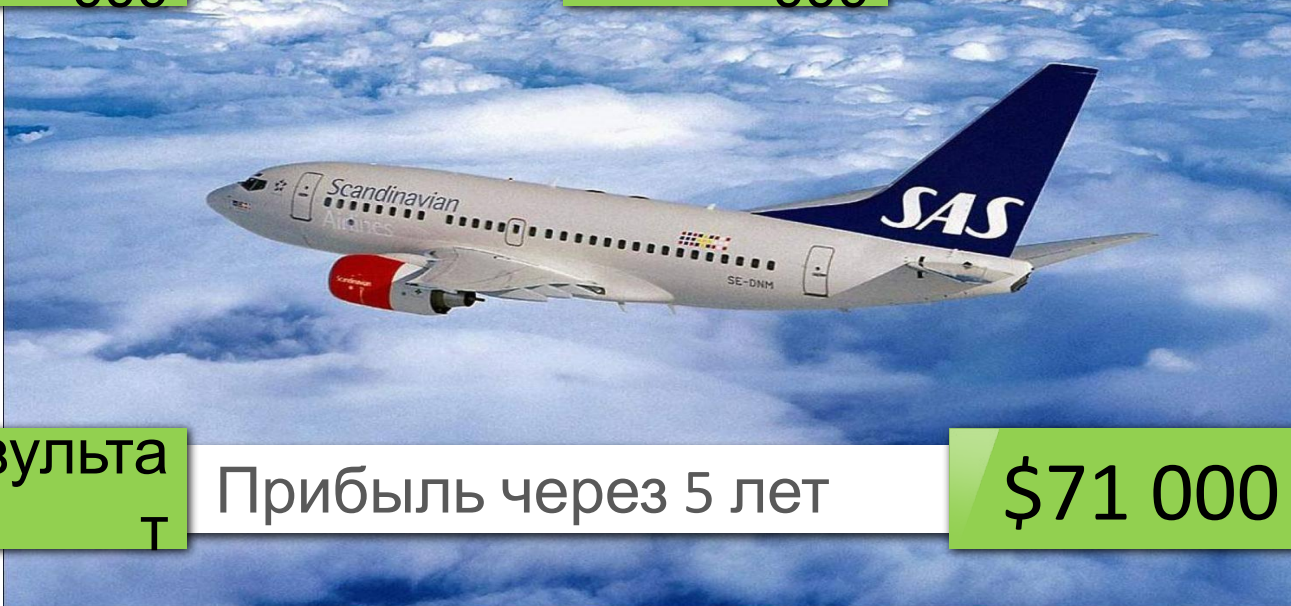
4 Забота во время полёта

5 Обслуживание после полёта

Результат

1 клиент = 5 МОМЕНТОВ ИСТИНЫ

10 000 000 клиентов = 50 000 000 ВОЗМОЖНОСТЕЙ



Результат Прибыль через 5 лет \$71 000 000



Требуется не менее 10 случаев отличного взаимодействия с клиентами, для того, чтобы исправить 1 негативный опыт общения

Превосходный сервис



Различия между «хорошим» и «превосходным» сервисом



Плохое обслуживание заставляет организацию делать шаг назад



Хорошее обслуживание позволяет ей удержаться на месте



И только превосходное обслуживание позволяет ей продвигаться вперед по направлению к большей прибыльности, по мере движения наращивая скорость!

6 шагов к «Успешным продажам»

1

Мотивация - Гордость собой и компанией

2

Вежливость – моменты истины

3

Умение говорить (вербальная и невербальная коммуникация)

4

Умение слушать и слышать (предвосхищение, задавание вопросов, внимание)

5

Регламентация и Стандартизация работы (функционал, качество, быстрота и точность)

6

Изучение нового (знание клиентов, конкурентов, своих продуктов, технологий)

Сервис в продажах –

это **навык** и талант,
это **профессионализм**
и **искусство**.

Эти 3 пункта зависят от вас –
руководителей!