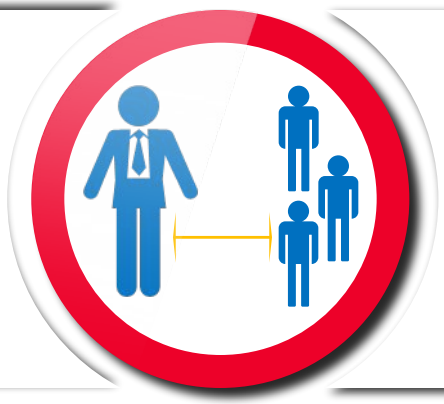
Успешные продажи

Когда товар/услуга продаётся?

Консультация
200 рублей
при покупке
БЕСПЛАТНО
Scholl
Амортизирующие Стельки
для Повышенного Комфорта

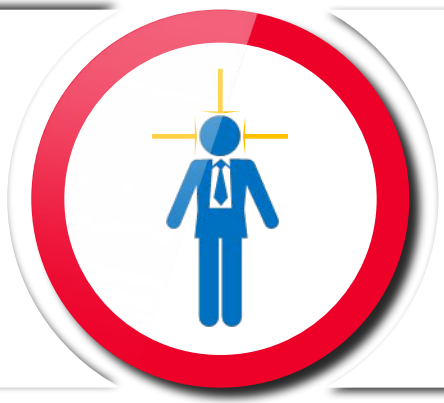
Правда нашего рынка

Компании дистанцируются от покупателей



Нажмите 1…
Нажмите 2…

Работники думают только о себе



Руководство тоже думает только о себе

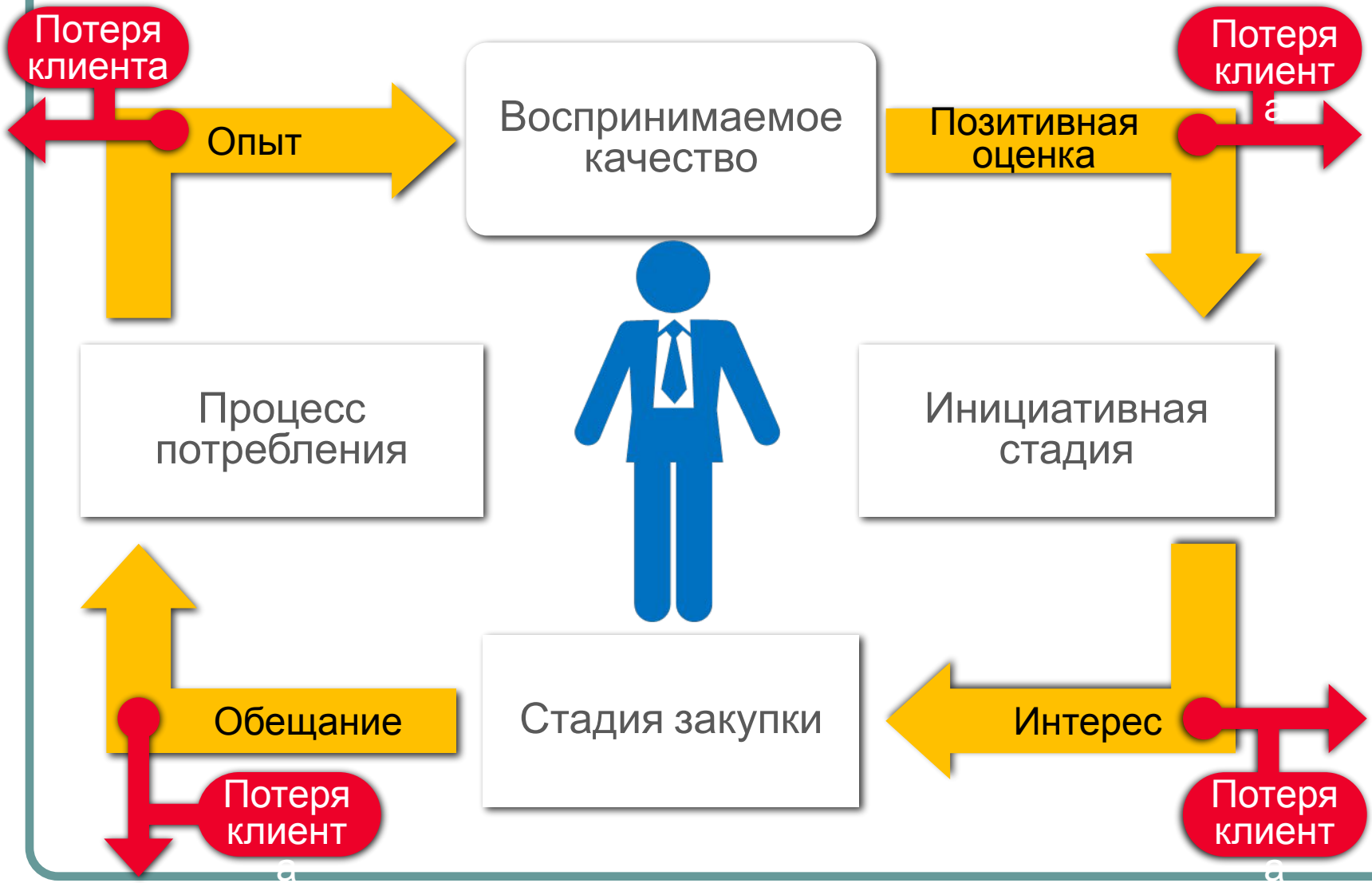
Обслуживание ведётся формально

Научить работать с душой трудно, проще дать инструкцию

Девизы продаж в России

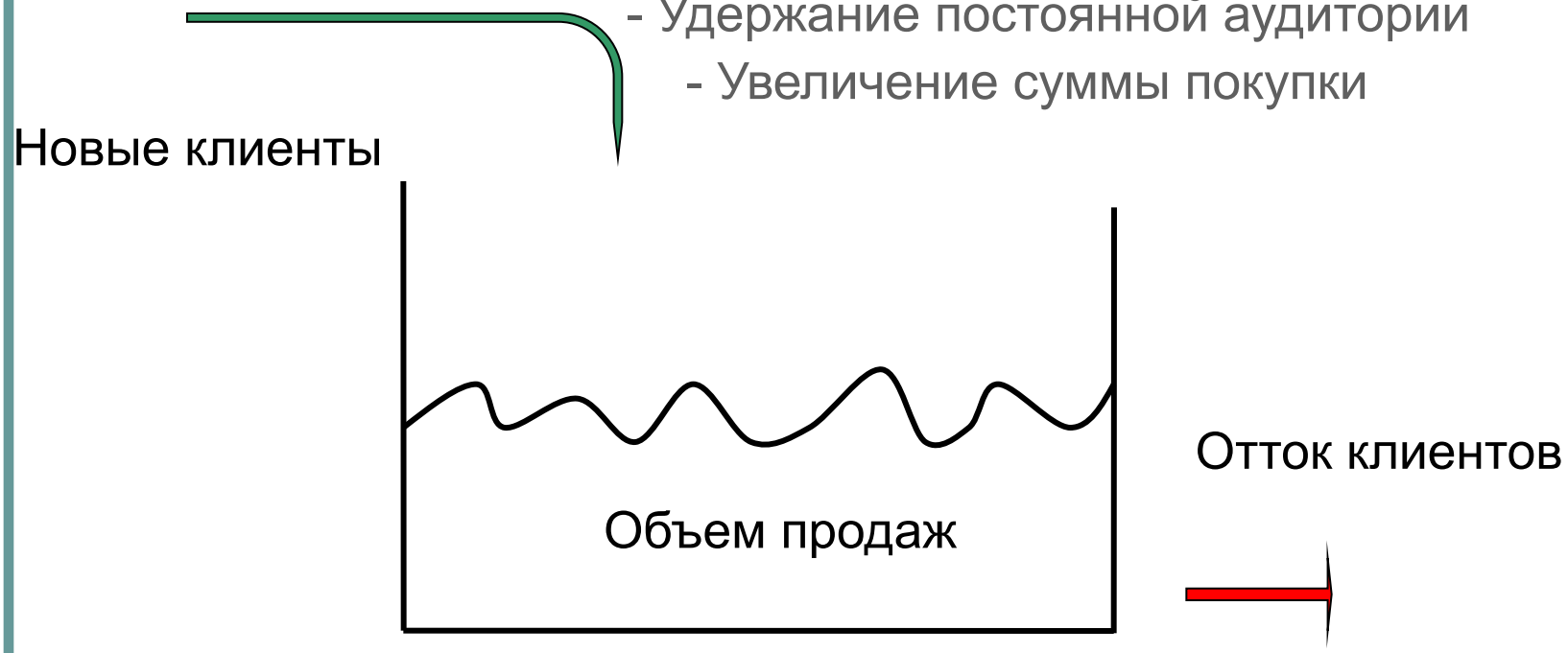
Главное – низкая цена!
Пипл съест всё!

Где начинается сервис в продажах?



Без чего не может жить ни одна компания?

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



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 продвиженец

Удовлетворённость – низшая форма лояльности

Формула лояльности

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

Качества и качество товара

Качество отношений покупатель-продавец

Цена товара

Лояльность

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

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»

- Существует ли сервис в ваших компаниях
- Что вы делаете в продажах лучше, чем ваши конкуренты?

Причины плохого сервиса в продажах

Деньги

Люди

Машины

Скупость компании к сотрудникам

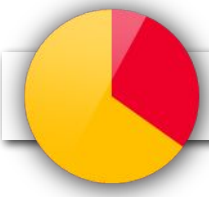
Скупость к клиентам

Отсутствие гордости за работу

Недостаток обучения

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 межу «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!