

# Тренинг по продажам

Тайминг: 4 часа

# Цели тренинга

## **Узнать:**

Что такое продажа

Как осуществлять продажу





## **Научиться:**

Устанавливать контакт с гостем

Выявлять потребности

Формулировать предложение товаров и услуг

# Правила тренинга

- Задавать вопросы (???????)
- Говорит 1 человек 
- Применять принцип безоценочности 
- Использовать я-высказывания 
- Не использовать нецензурную лексику, общаться на «Ты», по имени 

# Знакомство

1. Сколько работаете в продажах?
2. С какими сложностями сталкивались при проведении продаж?
3. Чему бы хотели научиться в продажах?

# Что такое продажа?

Продажа - это процесс воздействия, которое осуществляет продавец на клиента с целью заключения взаимовыгодной сделки.

# Этапы продаж

Этап продажи	Цель этапа	Как определить, что можно переходить на следующий этап?
Вступление в контакт	Привлечь внимание гостя, завести с ним диалог	Визуальный контакт; Диалог с гостем
Выявление потребностей	Актуализировать потребность гостя; Помочь сформулировать критерии выбора товара гостем.	Гость сформулировал потребности и критерии выбора (а продавец понял).
Комплексное предложение	Помочь гостю сравнить и выбрать товар, который максимально соответствует его критериям.	Гость демонстрирует, что предложение подходит: Гость прямо говорит о том, что ему нравится товар; Позитивная эмоциональная реакция; Гость задает вопросы на будущее; Гость спрашивает про альтернативные способы оплаты.
Подведение к покупке	Помогаем развеять сомнения и принять решение	Гость дал согласие на покупку товара.
Завершение контакта	Вызвать у гостя желание вернуться в шоурум и стать постоянным клиентом Ситилинка	Гость настроен позитивно, обещает вернуться.

# Вступление в контакт

- Как вы понимаете, что такое контакт? На какие моменты нужно обращать внимание при вступлении в контакт?

Контакт - это позитивная реакция на продавца.

# Принципы вступления в контакт

Принцип	Как его реализовывать?
Доброжелательность	Улыбаться, говорить спокойным и размеренным тоном
Открытость	Находиться в открытой позе: корпус тела повёрнут в сторону клиента, руки находятся спереди, голова слегка приподнята, смотреть на гостя
Не навязчивость	Располагаться сбоку от гостя, находиться от него на расстоянии вытянутой руки, не использовать навязчивых фраз.
Своевременность	Давать гостю возможность осмотреться, отслеживать сигналы готовности к контакту для подхода. Сигналы готовности: Гость смотрит на конкретные модели на витрине; Гость взял в руки товар на открытой витрине; Гость ищет глазами специалиста.



# Какие принципы нарушены?

## Ситуация

Сотрудник общается с клиентом, скрестив руки

Сотрудник подошёл к клиенту и попытался установить контакт, хотя клиент в это время разговаривал по телефону

Сотрудник подошёл к клиенту с фразой: «вам что-то подсказать»?

Сотрудник очень резко ответил клиенту: «Я не знаю, посмотрите в интернете»!

# Алгоритм вступления в контакт

Шаг	Зачем делаем этот шаг?	Пример
Приветствие	Проявить уважение к гостю, обозначить, что его заметили	Доброе утро! Добрый день! Добрый вечер!
Фраза-магнит	Для того, чтобы заинтересовать гостя товарами, представленными в конкретной зоне	Если гость смотрит на конкретный смартфон: это новинка рынка, которая позволяет делать качественные фото даже в темноте!
Переход к выявлению потребностей	Для продолжения диалога с гостем	Хотели бы посмотреть? Давайте продемонстрирую!

# Реакция гостя: как действовать?

Вид реакции	Заинтересовался	Отказывается	Игнорирует	Негативит
Описание	<p>Ой, интересно, покажите!</p> <p>Хорошо, давайте посмотрим!</p> <p>А как это работает?</p> <p>А сколько памяти в нем?</p>	<p>Нет, спасибо, не нужно!</p> <p>Да для меня такой параметр не важен!</p> <p>Нет, я не выбираю пока смартфон.</p>	<p>Молчит</p> <p>ММММ..</p> <p>Спасибо, я подумаю</p> <p>Я просто смотрю</p> <p>Я хочу сам посмотреть</p>	<p>Да не нужно меня тут обманывать!</p> <p>Не надо мне впаривать ваши товары!</p> <p>Отвечайте на вопросы, не нужно говорить, когда не спрашивают!</p>
Порядок действий	Переход на этап «Выявление потребностей»		Хорошо! Меня зовут _____, я буду рядом, обращайтесь, пожалуйста.	Отработка возражений

# Отработка

- Делимся на пары и в парах отрабатываем этап «вступление в контакт».
- Сначала 1 сотрудник выступает в роли гостя, а другой - аниматора. Далее нужно поменяться.

Время отработки: 5 минут.

# Выявление потребностей

Потребность - это нужда в чём-либо (нехватка чего-либо), требующая удовлетворения.

Отвечает на вопрос «зачем»?



«Хочу Iphone!» В чём может быть потребность?

# Виды вопросов по форме

Вид вопроса	Определение	Пример
Открытый вопрос	Вопросы, которые начинаются со слов: кто, что, какой, который, чей, каков, сколько, где, куда, когда, откуда, зачем, как, и т.д.	Что для вас важно при выборе телефона? Каким планшетом пользуетесь?
Альтернативный вопрос	Вопрос, в формулировке которого содержится два (или несколько) вариантов выбора, соединенных словами «или» / «либо».	Вы выбираете для себя или в подарок? Наушники вам больше нравятся беспроводные или проводные?
Закрытый вопрос	Вопрос, сформулированный как утверждение, которое собеседник должен либо подтвердить, либо опровергнуть.	Вы бы хотели Samsung? Вам понравилась эта модель смартфона?

# Упражнение: определите вид вопроса и переделайте вопрос в открытый

1. На что обращаете внимание при выборе?
2. Правильно понимаю, что сравниваете Honor и Xiaomi?
3. Хотели бы планшет с объёмом памяти 32гб?

# Виды вопросов по содержанию

Вид вопроса	Определение	Пример
Про критерии выбора	<p>Вопрос, направленный на определение критериев выбора. Вопросы про ожидания от продукта\услуги и как планирует использовать в будущем продукт\услугу.</p> <p>Бывают двух типов:</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. <b>Про клиента</b> (что хочет клиент, в чем его потребность?).</li><li>2. <b>Про продукт</b> (за счет чего\за счет каких функций, тех. характеристик?)</li></ol>	<p><b>Про клиента:</b> Что для Вас важно при выборе смартфона? На что в первую очередь обращаете внимание при выборе телефона?</p> <p><b>Про продукт:</b> Вы хотели бы чехол-книжку или бампер? Смартфон какой фирмы выбираете?</p>
Про ситуацию	<p>Вопрос направлен на то, чтобы прояснить ситуацию (что есть сейчас?)</p> <p>Разновидности ситуативных вопросов:</p> <p><b>вопрос про опыт</b> – узнаем про опыт использования данного продукта и про отношение к этому опыту.</p> <p><b>вопрос про условия</b> - узнаем параметры ситуации, в которой будет актуально сделать предложение данного продукта.</p>	<p>Каким смартфоном пользуетесь? А что произошло с вашим предыдущим зарядным устройством?</p> <p>Вы сказали, что вы бегаєте по утрам. Подскажите, используете ли наушники во время пробежек?</p>



# Какие вопросы задавать?

- Если клиент ранее пользовался товаром:
  - Про клиента;
  - Про опыт.

- Если гость ранее НЕ пользовался товаром:
- Про гостя;
  - Про условия.

Мин вопросов про технические характеристики!

Стремиться к тому, чтобы 80-90% вопросов были открытыми!

Минимальное кол-во открытых вопросов - 3.

# Примеры вопросов для выявления потребностей в смартфоне

- Что для вас важно при выборе смартфона?
- Какие фишки хотели бы видеть в смартфоне?
- Каким смартфоном ранее пользовались? Что вам в нём нравилось, что не нравилось?
- Любите ли фотографировать/снимать видео? В каких условиях это делаете?
- Какими приложениями обычно пользуетесь? Сколько их открываете одновременно?
- Сколько информации обычно храните на вашем устройстве (ГБ)?
- Сколько хотели бы, чтобы было Sim-карт?
- Какой фирмы хотели бы смартфон?
- Какого цвета хотели бы смартфон?
- Какого размера должен быть смартфон (показать на примерах варианты)...

# Задание

- Пропишите минимум 5 вопросов для выявления потребностей по той товарной группе, с которой вы будете работать.
- При формулировании вопросов используйте ранее зафиксированные правила.
  
- Время - 5 минут.

# Комплексное предложение

- Комплексное предложение — это предложение товаров и услуг клиенту в соответствии с его потребностями, включающее в себя предложение основных и сопутствующих продуктов и услуг.

# Принципы комплексного предложения

Принцип	Описание
Право выбора	Всегда предлагаем гостю 2-3 варианта на выбор. Прежде чем купить, гостю нужно сравнить похожие товары и выбрать тот, который будет для него полезнее (удовлетворит больше потребностей). Не дав гостю выбора, мы будем ему навязывать единственный предложенный вариант.
Предложение дополнительных товаров под потребности клиента	Предлагаем дополнительные товары (под потребности), чтобы гостю максимально комфортно было пользоваться товаром (основным) и не пришлось в будущем тратить время на приобретение доп. товаров.
Без оценок	Предлагая товар, рассказывайте клиенту про его пользу, а не про его преимущества и недостатки. У товара есть отличия, которые влияют на полноту удовлетворения потребностей. Про это и рассказываем.
Клиент в главной роли	В предложении действующим лицом должен быть Клиент, а не продукт. Рассказываем, что получит гость от использования данного продукта.

# Потребность-свойство-польза

Этап	Действие	Пример
Потребность	Начни предложение товара со ссылки на потребность клиента, которую он озвучил ранее.	<i>Вы говорили, что хотели бы ... Так как для вас важно, чтобы ... Вы обращали внимание на ... Судя по вашим словам ... Я заметил, что вам нравится ...</i>
Свойство	Назови свойство товара, при необходимости дай пояснение.	<i>... поэтому обращаю ваше внимание на ... опираясь на это ...</i>
Польза	Расскажи, какую пользу получит клиент от этого свойства.	<i>... что позволит вам ... ... благодаря чему ... ... за счет этого вы получите ... ... это вам поможет...</i>

# Задание

- Пропишите 1 комплексное предложение продукта из вашего пространства.
- При формулировании предложения учитывайте принципы, которые рассмотрели ранее.

# Подведение к покупке

- **Сомнение** - это состояние неуверенности, при котором человек не может принять однозначное решение.

Шаг	Что делаем?
Выясняющий вопрос	При помощи <b>открытых вопросов</b> выясни, какие у гостя остались сомнения. <ul style="list-style-type: none"><li>• Что Вы об этом думаете?</li><li>• Что скажете?</li><li>• Какие вопросы у Вас появились?</li></ul>
Аргументация	Развей сомнения клиента, ответив на его вопросы. При аргументации ссылайся на потребности клиента (используй язык пользы).  Если развеять сомнения не удалось, предложи другой/дополнительный продукт или услугу.
Закрывающий вопрос	При помощи побуждающего <b>закрытого вопроса</b> предложи гостю совершить покупку. <ul style="list-style-type: none"><li>• Оформляем?</li><li>• Добавляем к покупке?</li><li>• Хотели бы оформить?</li></ul>



# Завершение контакта

После того, как гость собрался уходить:

1. Поблагодари гостя за уделённое время, интерес к пространству, приятный разговор;
2. Предложи посетить другие пространства, мастер-классы (в зависимости от того, чем гость больше интересуется).

**ПРИМЕР:** Спасибо Вам большое! Буду рад видеть снова! Также обратите внимание, что в зоне сборки ПК через 30 минут начнётся мастер-класс. Присоединяйтесь!

# Вопросы

1. Как установить контакт с гостем?
2. Что делать, если гость сказал, что хочет сам посмотреть?
3. Какие вопросы задавать гостю, если он уже пользовался товаром ранее?
4. Какие вопросы задавать приоритетнее?
5. Как сформулировать комплексное предложение для гостя?
6. Как попрощаться с гостем?

# Итоговая отработка

Спасибо за внимание!!!!!!