



**Активные продажи.  
Взгляни по-новому**

Дистанционный тренинг

# Тренер: Соколов Павел

- ✓ Работаю в рознице более 10 лет (в Билайн с 2015г.)
- ✓ До розницы успел попробовать себя в управлении франшизой и отделами HIFI (открытие новых точек, общение с поставщиками, набор персонала и т.д.)
- ✓ Проработал 2-3 года на «холодных» продажах в call-центре.



# Результаты обучения

- ✓ Понимание Стандарта продаж, значение его эффективности в работе с клиентом
- ✓ Знание эффективных инструментов на этапах “формирование потребности” и “презентация комплексного решения” и умение применять их на практике
- ✓ Анализ своего уровня владения Стандартом, понимание основных зон роста

# Карта тренинга

1. Знакомство и обмен «фишками»
2. Стандарт продаж: (Зачем? Что в итоге? Как? Выгоды!)
3. Результаты по Стандарту продаж
4. Правила для улучшения эффективности продажи
5. Какие есть инструменты на этапах?
6. Практика
7. Итоги

# Договоренности



# Знакомство

1. Опыт работы в Компании
2. Моя супер-фишка в продажах – это...
3. Сегодня я хочу научиться / узнать / попробовать

**Запиши всё в одном предложении**



# Стандарт продаж



№	Этап	Действия сотрудника	1	2	3
1	Установление контакта	Отреагировал на появление Клиента в Офисе продаж в течение 10 секунд			
		Поздоровался и уточнил каким оператором пользуется Клиент: "Добрый день! Каким оператором Вы пользуетесь?"			
2	Формирование потребности обязательными фокусами*	Предложил акционное предложение "Для абонентов Билайн у нас уникальные скидки на Samsung" (для НЕ абонентов обязательные слова: <u>скидка</u> , <u>смартфон</u> / название любой акционной модели (Сасмунг, Хонор, Хиаоми и т.д.)			
		Предложил персональное предложение (абоненту Билайн) "Для вас есть персональные предложения, давайте проверим какие"			
		Предложил установить приложение «Мой Билайн»			
		Предложил выгодный тарифный план и перейти с сохранением номера (не абоненту Билайн) "Подключайтесь к Билайн/Переходите в Билайн и общайтесь с близкими всего за XX рублей в месяц без ограничений"			
2	Формирование потребности дополнительными фокусами	Предложил не менее 2х продуктов из списка: аксессуары/настройки, опцию "Дели ВСЕ/Дели ГИГИ", Домашний интернет/Билайн ТВ, Карту Билайн/Альфа, подписку Яндекс.			
3	Презентация комплексного решения	Рассказал о продукте: перечислил его характеристики и выгоды (Вопрос оценивается положительно, если сотрудник рассказал о характеристиках тарифа или смартфона, которым заинтересовался клиент. При рассказе о ТП необходимо подробно рассказать о списании АП и пакете минут)			
		Подкрепил свой рассказ демонстрацией продукта/услуги			
		Предложил оформить покупку			
4	Работа с возражениями	Отреагировал на возражение, дал аргументированный ответ на возражение			
		Еще раз предложил оформить покупку			
5	Завершение контакта	Выразил надежду на дальнейшее сотрудничество и попрощался			
*Если клиент сразу озвучил вопрос, сначала реши его и сделай кросс-продажу, а затем работай по скрипту					

# Скрипт





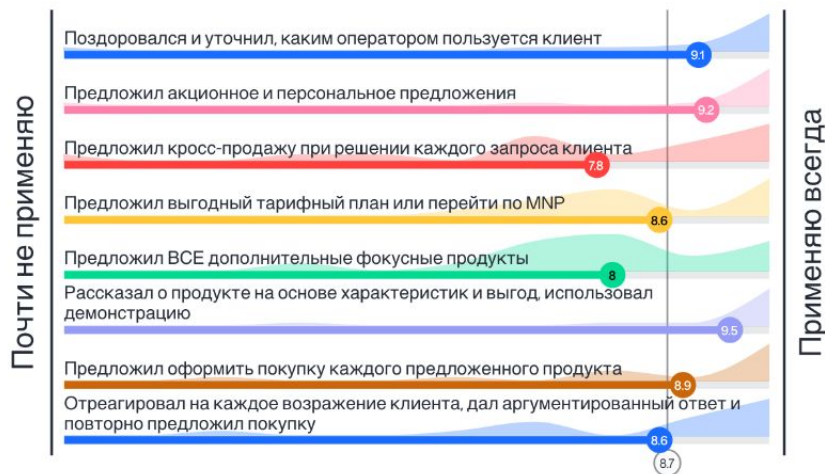
# Важность стандарта продаж

-  Знаешь инструменты, которые могут воздействовать на разные группы Клиентов. Из-за этого не теряешь прибыль там, где «не профессионал» потеряет
-  Можешь выбирать более эффективные инструменты в разные моменты диалога с Клиентом, что придаёт общению гибкость и лёгкость

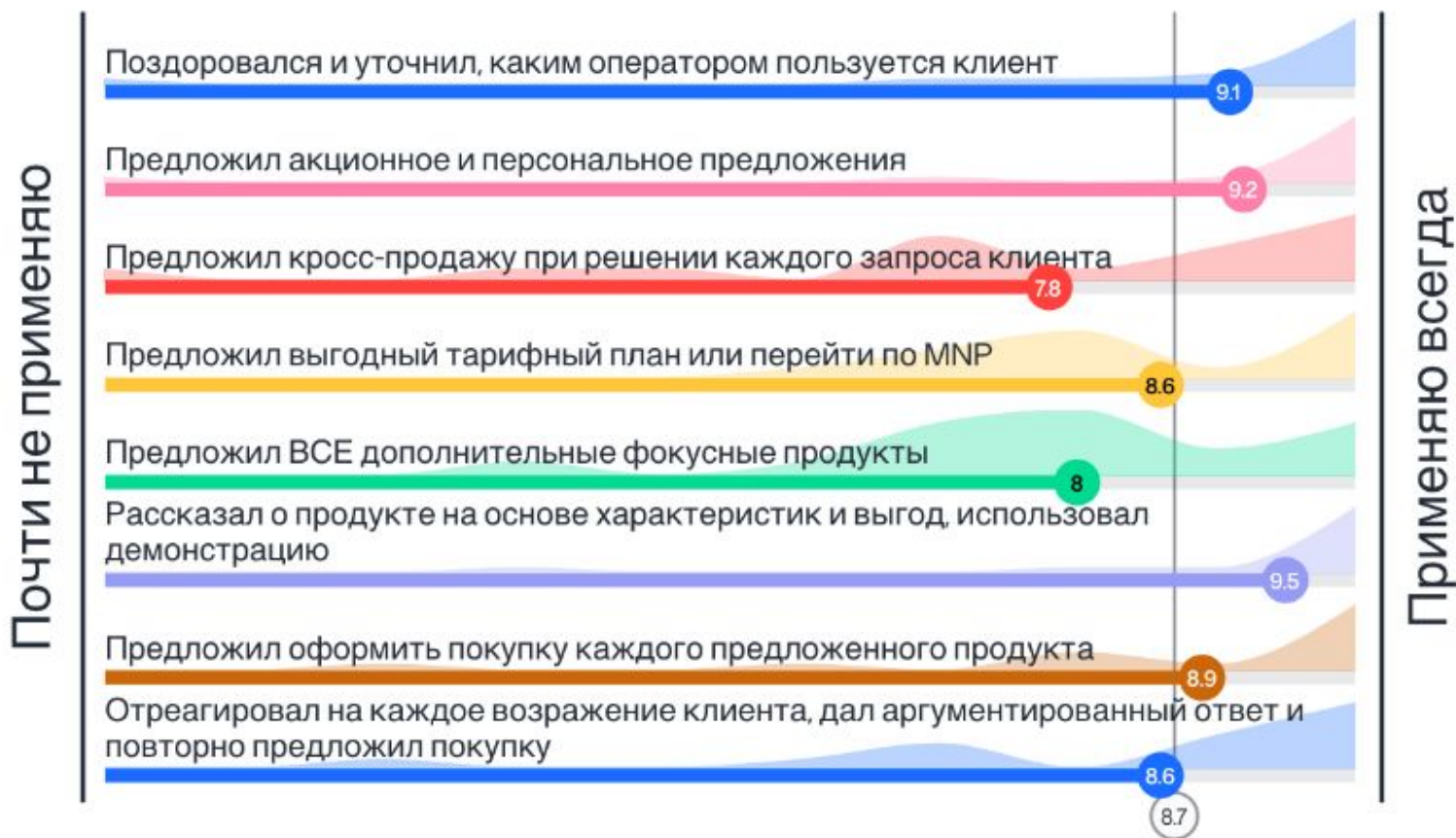
# Результат своей оценки

1. Перейти на сайт: [menti.com](https://www.menti.com), использовать код: 2464146
2. Оценить себя по применению каждого из пунктов Стандарта продаж в диалоге с КАЖДЫМ клиентом:

Оцени свои результаты по Стандарту продаж (от 1 до 10, где 10 - применяю с каждым клиентом):



# Результат своей оценки



# Результаты проверки

**Большая Москва**

**84%**

## Москва

**Установление контакта**

**96%**

**Формирование потребности**

**77%**

**Презентация комплексного решения**

**86%**

**Работа с возражениями по комплексному решению**

**72%**

**Завершение взаимодействия**

**85%**

Пр  
Инф  
актуализир  
до пров  
результата  
или прове  
поку  
филиала  
последни

# Правила продажи на 100%

- ✓ **Максимально заинтересуй Клиента, избегай формальности!**

Фокусные продукты – помощники в Формировании и Предложении Комплексного решения для Клиента. Они идеально подходят для начала диалога и для формирования интереса (привлечь внимание, расположить к себе) – «треугольник», обязательных действий, для решения его вопроса и формирования потребности в комплексе продуктов

# Правила продажи на 100%

✓ Уделяй внимание к мелочам!

В словах Клиента, его внешнем виде и в предметах, которые у него находятся – всегда содержится очень много информации. Используйте её для формирования Потребности в кросс-продаже и Комплексе решений для него! Наблюдайте и внимательно слушайте Клиента

# Правила продажи на 100%

- ✓ Предлагай «безграничное» количество продуктов!

Количество продуктов в комплексе неограниченно: на любой запрос есть кросс-продажа, и любой продукт Компании может стать её частью. Наверняка, каждый из вас может привести свой пример продажи одному Клиенту большого количества продуктов Компании за раз. При этом важно, чтобы комплексное решение было построено **на основании потребности**, которую ты сформировал.

# Правила продажи на 100%

✓ **Подбирай и презентуй продукт логично!**

Важно подбирать и предлагать продукты для комплекса, учитывая их «сочетаемость» между собой и опираясь на сформированную потребность Клиента.

Обрати внимание, что наш подход показывает другую сторону продаж – **ориентация на сформированную потребность и профиль клиента!**



# Правила продажи на 100%

✓ **Всегда предлагай оформить покупку!**

Это позволит подвести итог и понять, готов ли Клиент купить предлагаемый продукт. А он поймёт, что презентация продукта завершена и можно принять решение о покупке

# Правила продажи на 100%

- ✓ **Делай кросс-продажу уже во время решения запроса клиента**

Это сложный этап и требует от тебя максимального мастерства и навыка в продажах. Но он позволит тебе поднять твои результаты на новый уровень!

# Максимально заинтересуй Клиента

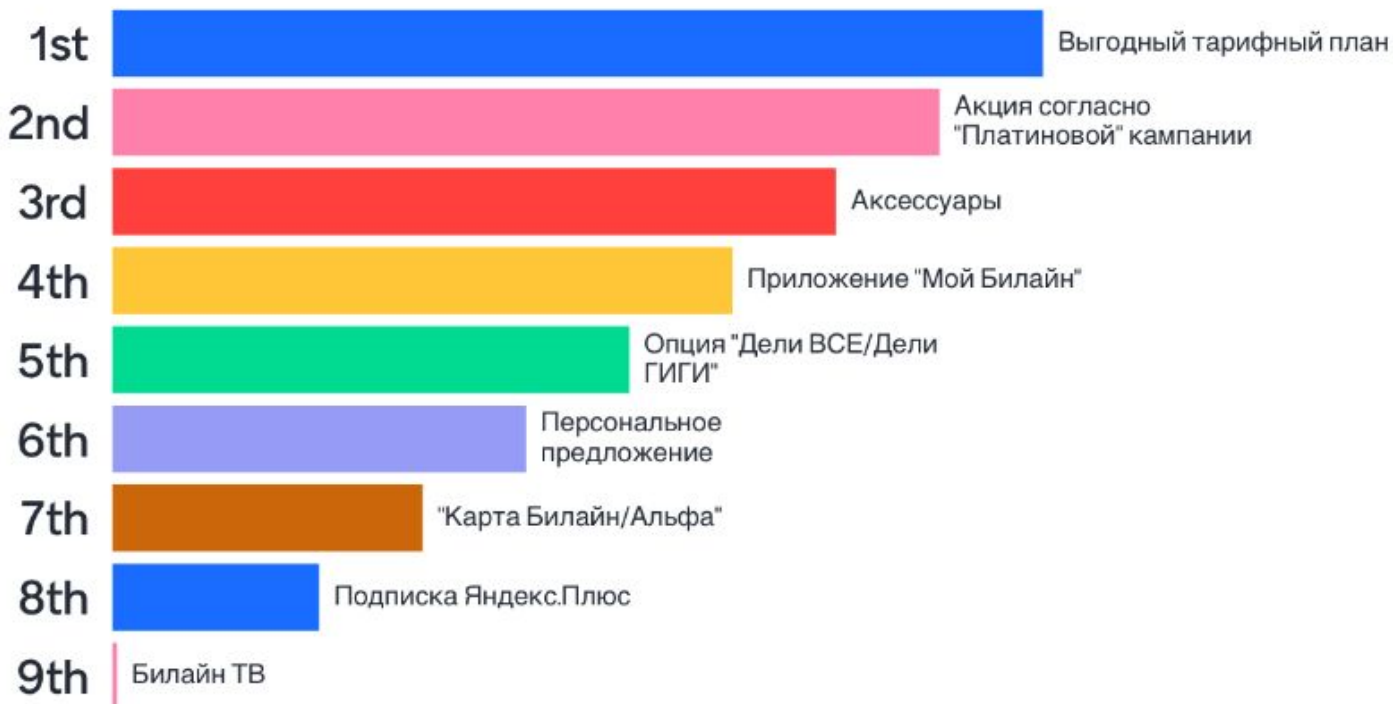
## Инструмент «Формируй потребность логично»

- ✓ Объединиться в 3 команды:
  1. Клиент – абонент Билайн (88 66 75 2)
  2. Клиент – не абонент Билайн (51 65 40 9)
  3. Клиент сразу озвучил запрос (26 29 56 4)
  
- ✓ В командах зайти на сайт [menti.com](https://www.menti.com) и проставить последовательность предложения фокусных продуктов согласно запроса Клиента – 5 минут.

# Максимально заинтересуй Клиента

Инструмент «Формируй потребность логично»

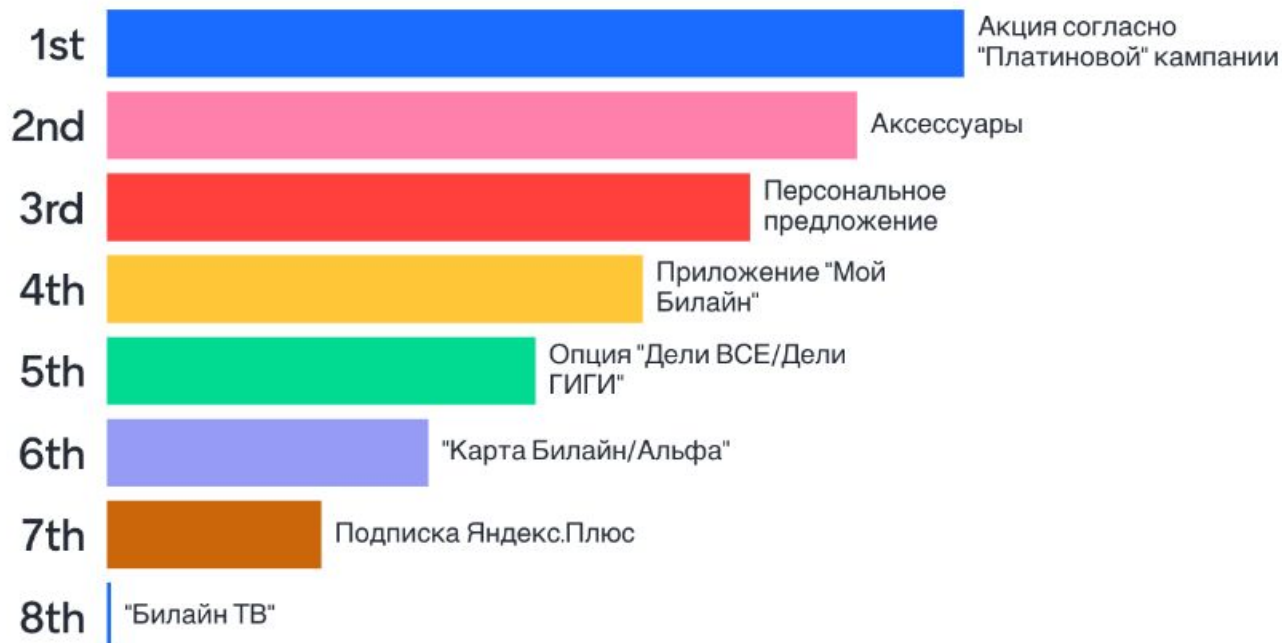
Порядок предложения продуктов для НЕ абонента Билайн:



# Максимально заинтересуй Клиента

Инструмент «Формируй потребность логично»

Порядок предложения продуктов для абонента Билайн:



# Максимально заинтересуй Клиента

Инструмент «Формируй потребность логично»

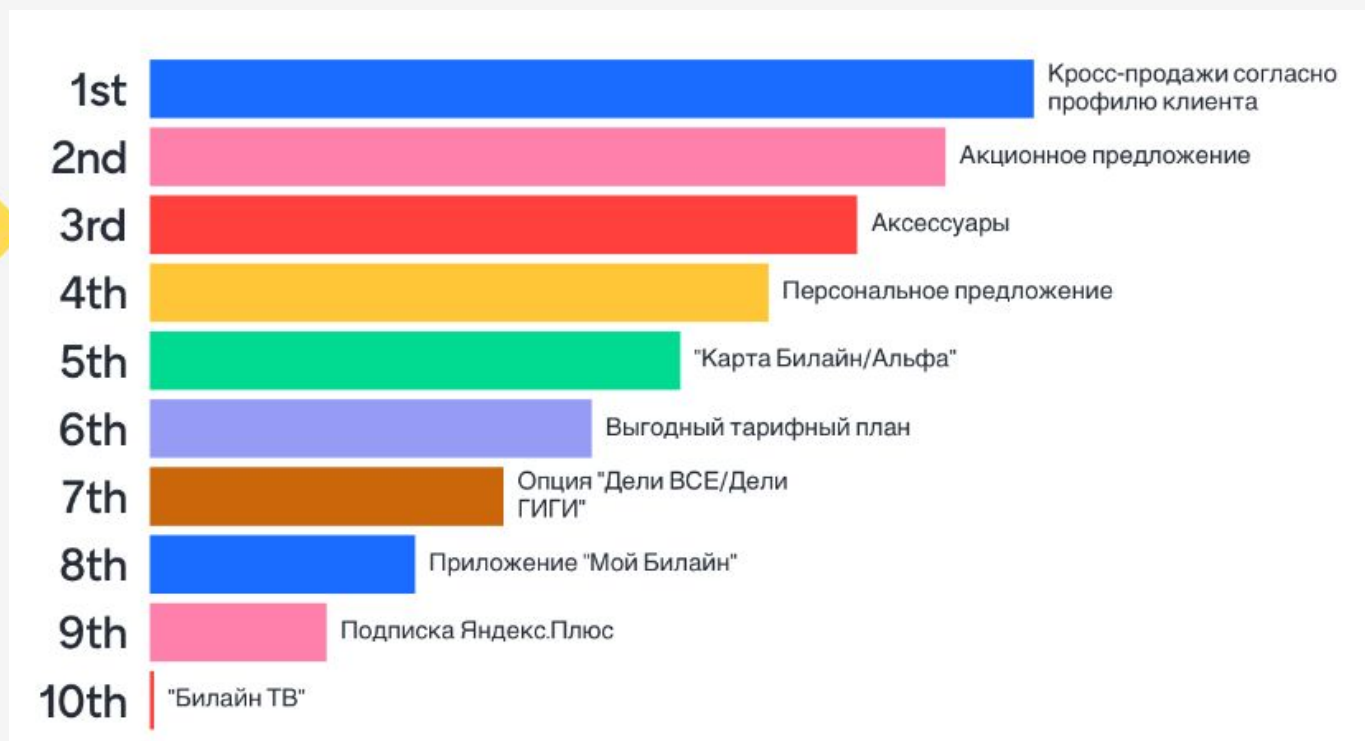
Порядок предложения продуктов:

Абонент Билайн	НЕ Абонент Билайн
Смартфон	Тарифный план, Дели ВСЕ/Дели ГИГИ
Персональное предложение	Yandex, Мой Билайн, Билайн ТВ
Аксессуары, настройки, страховки, Карта Билайн	Смартфон
Дели ВСЕ/Дели ГИГИ	Персональное предложение
Yandex, Мой Билайн, Билайн ТВ	Аксессуары, настройки, страховки, Карта Билайн

# Максимально заинтересуй Клиента

Инструмент «Формируй потребность логично»

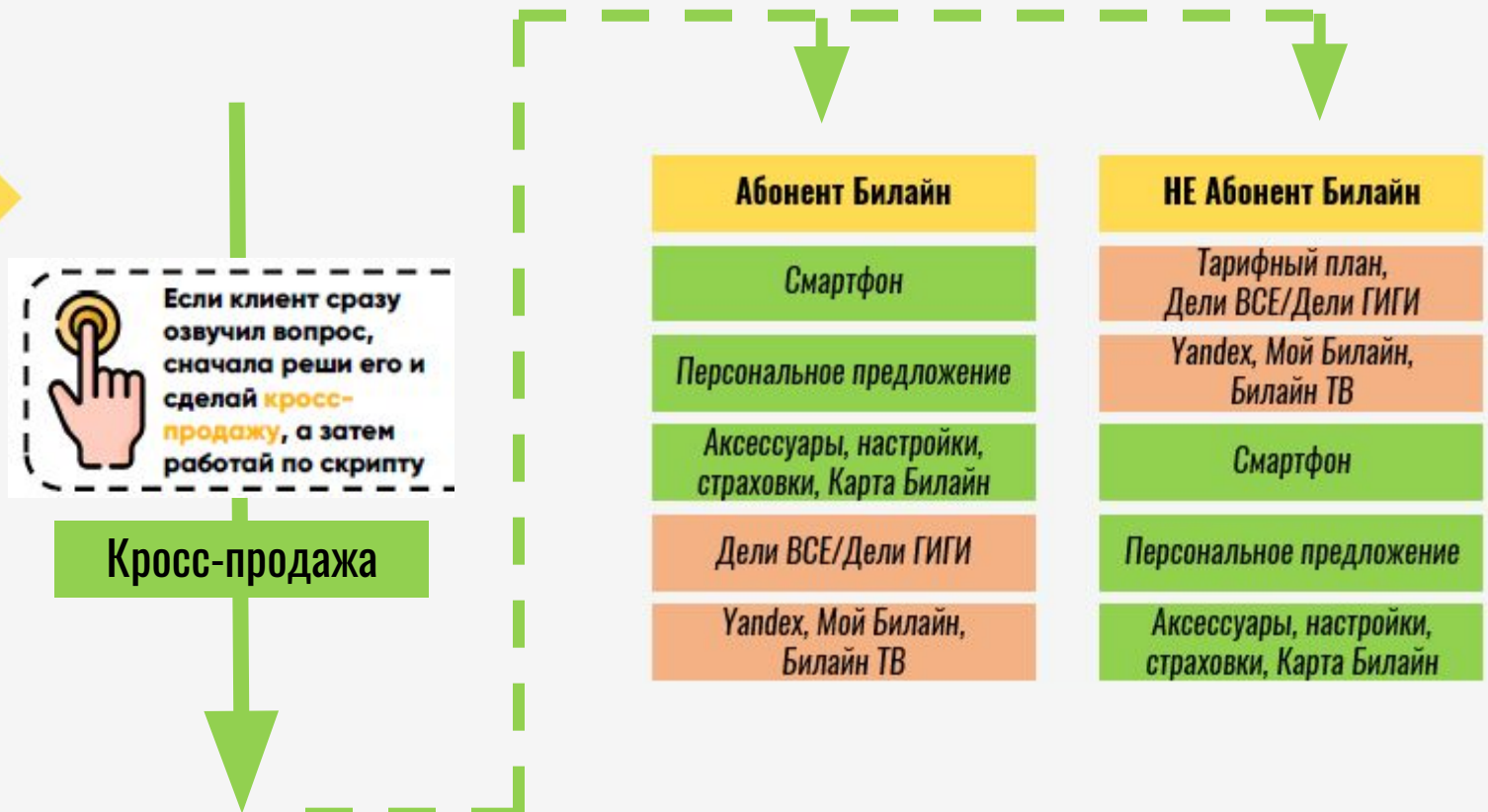
Если клиент сразу озвучил свой запрос:



# Максимально заинтересуй Клиента

Инструмент «Формируй потребность логично»

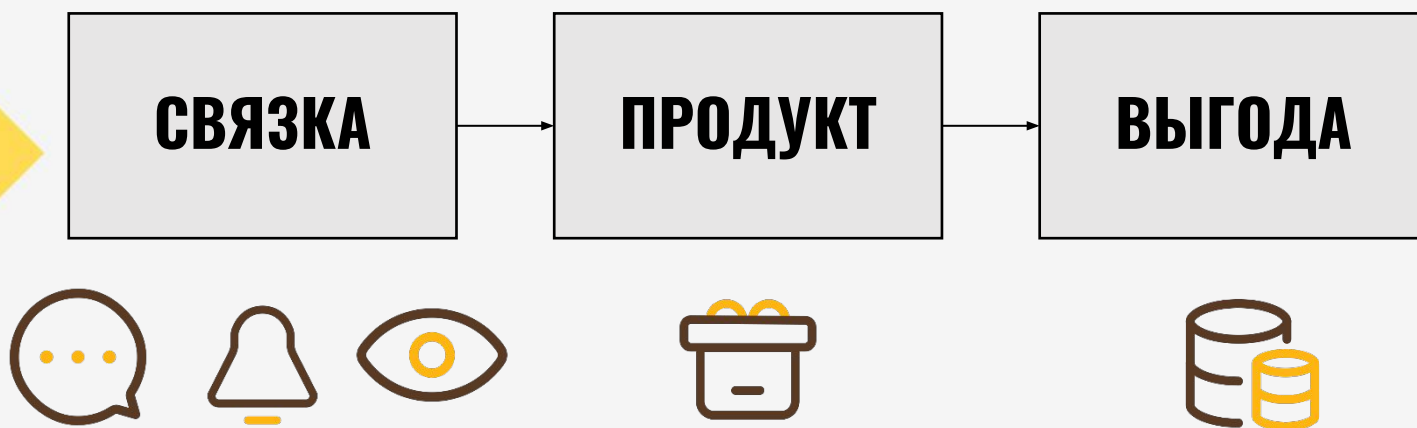
Если клиент сразу озвучил свой запрос:





# Максимально заинтересуй Клиента

Инструмент «Используй фразы-предложения»



# Максимально заинтересуй Клиента

Инструмент «Используй фразы-предложения»

❖ **Связка** – это то, что связывает предыдущую информацию с тем, что мы собираемся предложить.

На основе получаемой информации, связки делятся на различные виды:

## 1. Связка-Предыстория

*“Вы говорили, что много общаетесь с вашими Клиентами”*

## 2. Связка-Зацепка

*“А вы уже используете наш домашний интернет бесплатно?”*

## 3. Связка-Маячки

*“Вижу, вы часто выезжаете за город...”*

# Максимально заинтересуй Клиента

Инструмент «Используй фразы-предложения»

❖ **Продукт** – это то, что мы предлагаем Клиенту.

В нашем случае продуктом выступает «Фокусное предложение».

Например, «...Персональное предложение предоставляет скидку до 30% на услуги связи и до 10000 на смартфоны...». При этом важно соблюсти баланс и не «перегрузить» Клиента информацией, так как наша основная цель в этот момент – заинтересовать Клиента, а если мы её достигнем, то на 99% сможем достичь и результата – продажи

**В этой части важно кратко раскрыть «механику» предлагаемого продукта (как он работает).**

# Максимально заинтересуй Клиента

Инструмент «Используй фразы-предложения»

❖ **Выгода** – это то, что получает Клиент от использования данного продукта с точки зрения потребностей.

*Например, «...вы будете пользоваться услугами связи и при этом существенно сэкономите».*

*Важно не путать выгоду с “механикой” предложения.*

# Максимально заинтересуй Клиента

Инструмент «Используй фразы-предложения»

## ❖ Связка – Продукт – Выгода

**Пример:** Вижу у вас совсем не осталось места на телефоне, что приводит к его медленной работе. Для этого у нас есть карта памяти, с которой у вас будет больше возможностей для сохранения важных вам фото и файлов.

# Упражнение «Банк фраз»

- ✓ Объединиться в 3 команды.
- ✓ Задача: Составьте фразу-предложение (связка – продукт – выгода, где связка 1 и 3 команды – это предыстория, связка 2 команды – маячки) на следующие продукты:
  1. «Карта Билайн»
  2. «Платиновая акция»
  3. «Персональное предложение»
- ✓ *Время на подготовку: 5 минут*

# Максимально заинтересуй Клиента


## Инструмент «Используй вопросы-зацепки»

Максимально заинтересовать клиента неожиданным вопросом, на который он скорее всего ответит «Да!» или попросит уточнить информацию, а потом использовать фразу-предложение по сформированной предыстории.

Например, «**А вы уже оплачиваете баллами?**»

# Упражнение «Зацепи!»

Составьте индивидуально «вопросы-зацепки»  
на следующие продукты – 5 минут:



«Мне нужно  
переоформить sim-карту  
на дочь. Она уезжает в  
другой город учиться ...»



Планшет и  
Skype

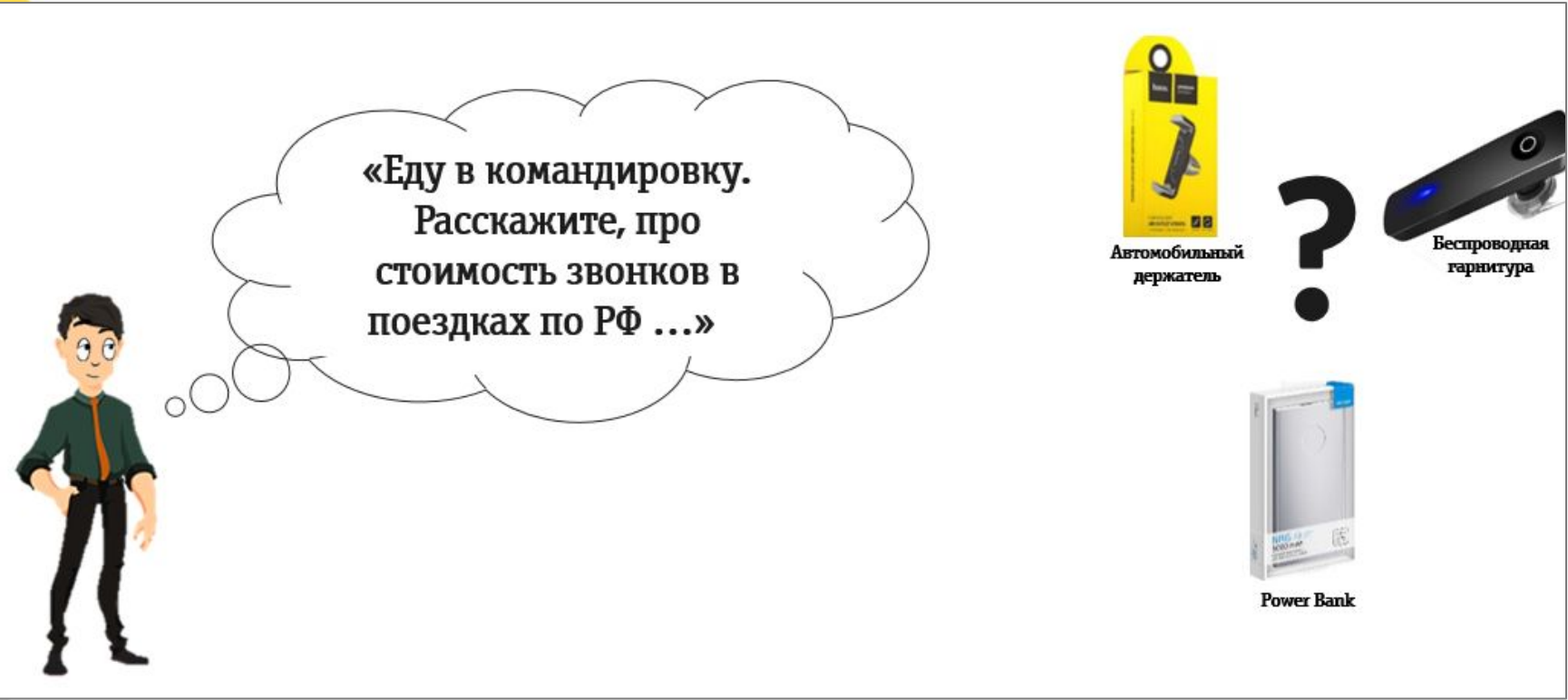


Наушники



# Упражнение «Зацепи!»

Составьте индивидуально «вопросы-зацепки»  
на следующие продукты – 5 минут:



«Еду в командировку.  
Расскажите, про  
СТОИМОСТЬ ЗВОНКОВ В  
поездках по РФ ...»



Автомобильный  
держатель



Беспроводная  
гарнитура



Power Bank

# Уделяй внимание мелочам

**Важно уметь не только слушать, но и слышать Клиента, считывать информацию по маячкам.**

Чтобы было легче сформировать Комплексное решение для Клиента, предлагая продукты нашей Компании.

Отталкиваясь от маячков (и профиля клиента в целом), легко предложить Клиенту практически любой продукт. Однако, важно чтобы предложение было **логичным и интересным** для Клиента. Как раз сейчас предлагаю разобраться с тем, как это делать.

# Подбирай и презентуй продукт ЛОГИЧНО

**Индивидуальная работа: самостоятельно  
ознакомиться с инструментами презентации – 2  
минуты.**

Рассказал о продукте: перечислил его характеристики и выгоды

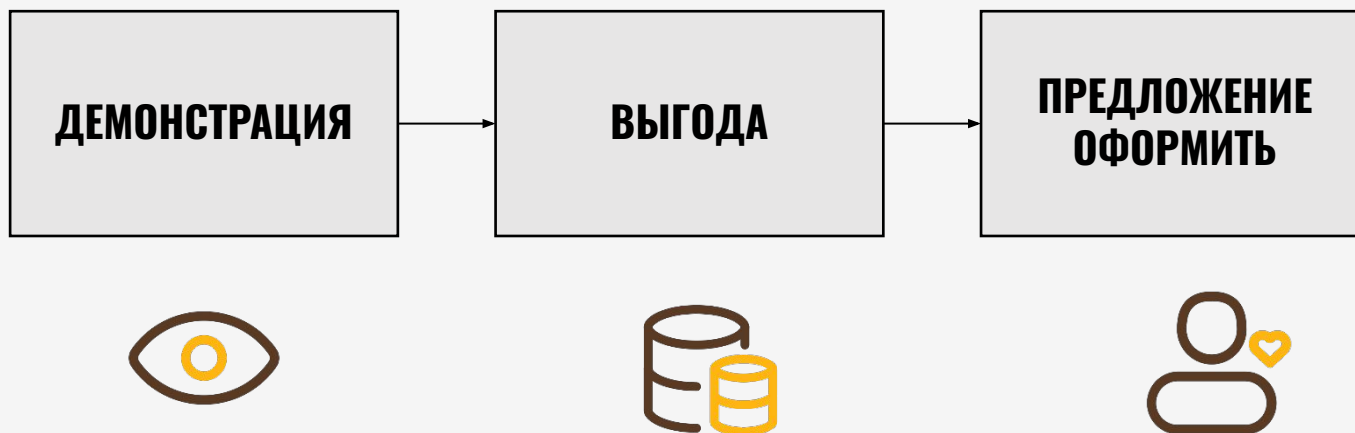
(Вопрос оценивается положительно, если сотрудник рассказал о характеристиках тарифа или смартфона, которым заинтересовался клиент. При рассказе о ТП необходимо подробно рассказать о списании АП и пакете минут)

Подкрепил свой рассказ демонстрацией продукта/услуги

Предложил оформить покупку

# Подбирай и презентуй продукт логично

Цель: Рассказать о комплексном решении таким образом, чтобы клиент понял, что это ему нужно и **захотел купить**.



# Подбирай и презентуй продукт логично

Важно добавлять в презентацию соответствующие продукты, которые позволят сделать использование характеристики более выгодным для Клиента – создадут **комплексное решение!**

«Смартфон»		«Мобильная связь»	
Характеристика и Возможность		Характеристика и возможность	
Дисплей		Минуты	
Камера		Интернет	
Корпус		Цена	

# Подбирай и презентуй продукт логично

Важно добавлять в презентацию соответствующие продукты, которые позволят сделать использование характеристики более выгодным для Клиента – создадут **комплексное решение!**

«Смартфон»		«Мобильная связь»	
Характеристика и Возможность	?	Характеристика и возможность	?
Дисплей		Минуты	
Камера		Интернет	
Корпус		Цена	

# Подбирай и презентуй продукт логично

Важно добавлять в презентацию соответствующие продукты, которые позволят сделать использование характеристики более выгодным для Клиента – создадут **комплексное решение!**

«Смартфон»		«Мобильная связь»	
Характеристика и Возможность		Характеристика и возможность	
Дисплей	Стекло	Минуты	Мой Билайн
Камера	Карта памяти	Интернет	Приложение для общения
Корпус	Чехол	Цена	Дели ВСЕ

# Подбирай и презентуй продукт логично

*Формирование потребности:*

*Предложение смартфона по акции*

*Презентация смартфона:*

*Предложение демонстрации*

*Характеристика смартфона-выгода-продукт 1*

*Характеристика смартфона-выгода-продукт 2*

*Характеристика смартфона-выгода-продукт 3*

*Предложение оформить покупку смартфона*

*Презентация продукта 1*

*Предложение оформить покупку продукта 1*

*.....(аналогично для 2 и 3 продукта)*



# Упражнение «Сценки с решением»

- ✓ Объединиться в 2 команды.
- ✓ *Задача: подготовить сценки Специалист-Клиент с идеальной презентацией продукта и Комплексного решения для него. Презентация должна быть построена по инструментам эффективной презентации и с построением Комплексного решения, но занимать не более 3 минут.*
- ✓ *Время на подготовку: 5 минут*
- ✓ **Кейсы на *menti.com***
  - *Команда 1 (26 43 51 0)*
  - *Команда 2 (23 44 40 7)*

# Всегда предлагай оформить покупку

1. “Остановимся на этом тарифе?..”
2. “Подключим данную услугу?”
3. “Вам на 16 или на 32?” / “Вам чёрный или белый?”
4. “На каком смартфоне Вы остановились?” (если выбор между несколькими продуктами)
5. Метод “3-х Да!”:  
Вас устраивает чёрный?  
Дисплей комфортный и яркий, как вы хотели?  
Возьмёте?

# Всегда предлагай оформить покупку

1. “Остановимся на этом тарифе?..”
2. “Подключим данную услугу?”
3. “Вам на 16 или на 32?” / “Вам чёрный или белый?”
4. “На каком смартфоне Вы остановились?” (если выбор между несколькими продуктами)
5. Метод “3-х Да!”:  
Вас устраивает чёрный?  
Дисплей комфортный и яркий, как вы хотели?  
Возьмёте?

**Важно! Предложение – это вопрос и предполагает ответ Клиента!**

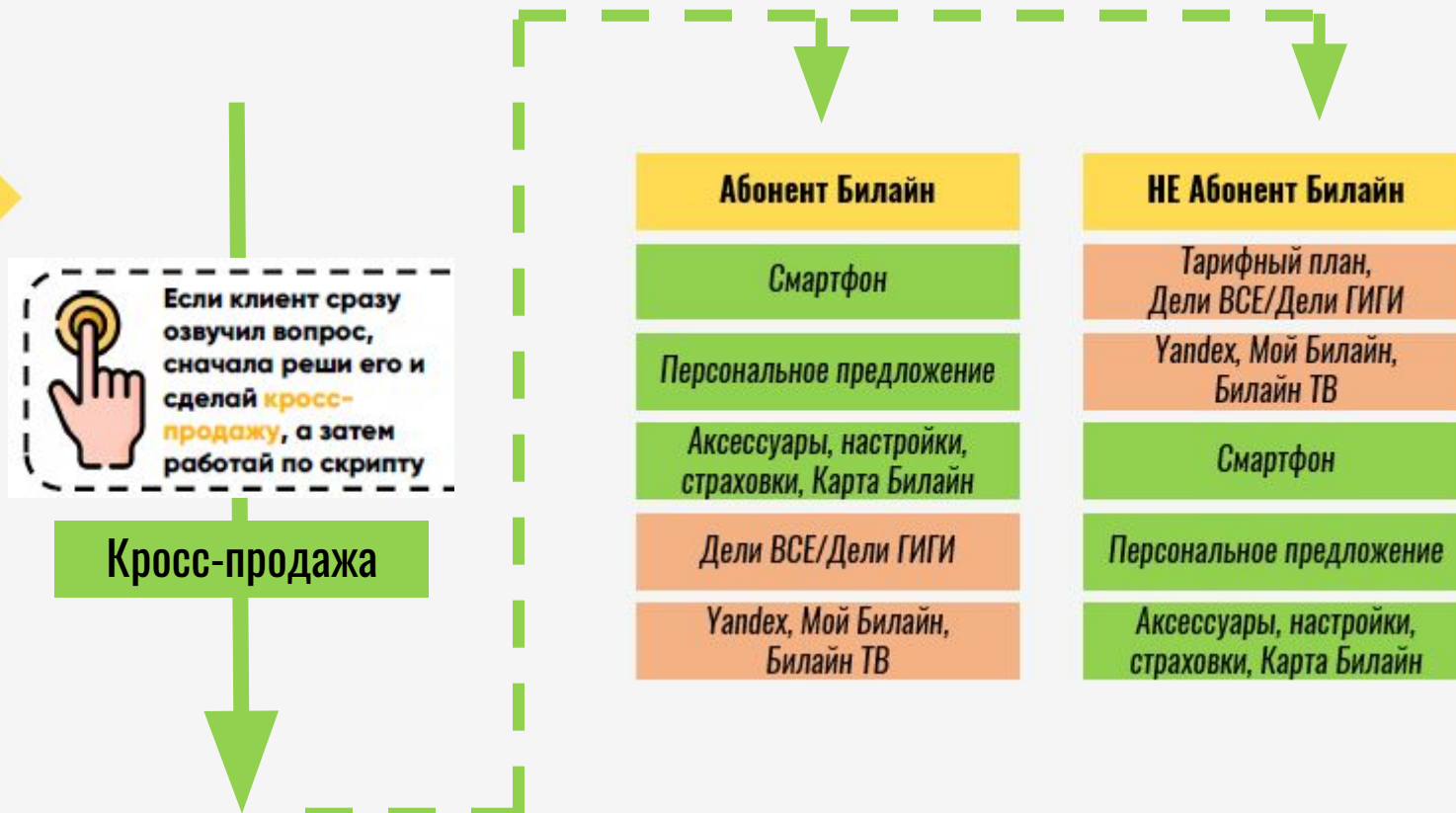
# Упражнение «Побудь специалистом»

- ✓ Объединиться в пары.
- ✓ **Задача:** отработать все полученные за день знания и навыки. Каждый участник группы должен побывать в роли «Клиента-наблюдателя» и «специалиста».
- ✓ **«Клиент-наблюдатель»:** играет реалистично (не слишком «мягко» и не «жестит»), выдаёт информацию из кейса не всю сразу. Также оценивает работу «специалиста» по чек-листу и дать ему обратную связь.
- ✓ **«Специалист»:** должен максимально придерживаться Чек-листа «Стандарт продаж» и использовать все его инструменты.
- ✓ 1 ролевая игра – 7 минут, ОС от «наблюдателя» – 3 минуты. На каждую ролевую игру будет свой кейс.

# Максимально заинтересуй Клиента

Инструмент «Формируй потребность логично»

Если клиент сразу озвучил свой запрос:



# Упражнение «Побудь специалистом»

## ✓ Кейс для клиента

**Кейс 3.** Ольга, 48 лет: Хочет отправить денежный перевод брату, который учится в другом городе. Интересуется акциями, так как скоро праздники и надо присмотреть подарки семье. Слушает музыку. В руках ключи от машины.

## ✓ Чек-лист для наблюдателя

Действия сотрудника	Да/Нет
<i>Предложил кросс-продажу под профиль клиента</i>	
<i>Предложил все обязательные Фокусные продукты</i>	
<i>Использовал «Язык выгод» при предложении</i>	
<i>Использовал все типы «Связок» при предложении Фокусных продуктов</i>	
<i>Продемонстрировал работу продуктов, предложил воспользоваться</i>	
<i>Предложил Комплексное решение</i>	
<i>Предложил оформить покупку каждого Фокусного продукта</i>	

Кейс

# Упражнение «Побудь специалистом»

## ✓ Кейс для клиента

**Кейс 2.** Алексей, 28 лет: Хочет посмотреть смартфон, который рекламируют по телевизору. Предыдущий смартфон разбился, когда катался на велосипеде. Ведёт активный образ жизни. В салоне рядом с ним также его дочь – Лена 5 лет, которая бегает вокруг отца.

## ✓ Чек-лист для наблюдателя

Действия сотрудника	Да/Нет
<i>Предложил кросс-продажу под профиль клиента</i>	
<i>Предложил все обязательные Фокусные продукты</i>	
<i>Использовал «Язык выгод» при предложении</i>	
<i>Использовал все типы «Связок» при предложении Фокусных продуктов</i>	
<i>Продемонстрировал работу продуктов, предложил воспользоваться</i>	
<i>Предложил Комплексное решение</i>	
<i>Предложил оформить покупку каждого Фокусного продукта</i>	

# Упражнение «Побудь специалистом»

## ✓ Кейс для клиента

**Кейс 6.** Михаил, 19 лет: хочет заменить SIM-карту. Интересуется мобильными Online-играми, такими как Lineage. Слушает современную музыку и выкладывает фотографии в Instagram. Пользуется смартфоном Huawei 2015 года. Интересуется новинками, так как завтра у него день рождения.

## ✓ Чек-лист для наблюдателя

Действия сотрудника	Да/Нет
<i>Предложил кросс-продажу под профиль клиента</i>	
<i>Предложил все обязательные Фокусные продукты</i>	
<i>Использовал «Язык выгод» при предложении</i>	
<i>Использовал все типы «Связок» при предложении Фокусных продуктов</i>	
<i>Продемонстрировал работу продуктов, предложил воспользоваться</i>	
<i>Предложил Комплексное решение</i>	
<i>Предложил оформить покупку каждого Фокусного продукта</i>	



# Мои итоги

1. Мои эмоции на конец обучения
2. Инструменты, которые возьму в работу
3. Мои выгоды от Стандарта продаж

**Запиши всё в одном предложении**

# Вопросы и предложения



**Высоких вам продаж и  
лояльных Клиентов!**

