

Книга стажера



План ввода в специальность консультанта
мебельных продаж

Автор: Алексей Ткачев

День 1-й

Вопросы для самостоятельного обучения:

- Классификация мебели по функциональному назначению.
- Классификация мебели по стилю.
- Классификация мебели по ценам.

Классификация мебели по функциональному назначению.

- Гостиные (шкафы, витрины, тумбы под TV, полки).
- Спальни (кровати, шкафы, комоды, туалетные столики).
- Прихожие (шкафы, настенные вешалки, обувницы, зеркала).
- Детские (кровати, шкафы, столы, полки, стеллажи).
- Мягкая мебель (диваны, оттоманки, кресла, банкетки и т.п.).
- Кухни (совокупность шкафов кухонного назначения).
- Мебель для кухни (кухонные столы, стулья, табуретки).
- Офисная мебель (столы, шкафы, кресла, стулья, стеллажи).
- Мебель для дачи (диваны, кресла, шезлонги, столы, стулья).
- Малые формы (журнальные столики, пуфы, вешалки и т.п.)

Классификация мебели по стилю.

- Барокко.
- Рококо.
- Классицизм.
- Неоклассицизм.
- Ампир.

Классика

- Модерн (Арт-нуво).
- Ар-деко («Стиль Звезд»).
- Минимализм.
- Хай-тек (Стиль высоких технологий).

Современный стиль

- Африканский стиль.
- Деревенский стиль (Кантри).
- Прованс (разновидность Кантри).
- Японский стиль.
- Восточный (марокканский стиль).

Этно

Примечание: в настоящее время барокко и рококо часто называют одним словом винтаж, а классикой считают мебель, распространенную в СССР в послевоенные годы, вплоть до середины 80-х годов. Модерн часто путают с минимализмом.

Барокко.

Дворцовый стиль. Определяющими чертами стиля барокко являются роскошь и великолепие. В дизайне помещений изобилие везде, иногда с избытком: много декора, позолоты, картин, гобеленов, скульптур, зеркал, ковров и так далее. Мебель в дворцовом стиле характеризуется торжественностью и пафосом: здесь фасады и филленки столешниц украшены различными узорами, часто не прямоугольной, а изогнутой формы; карнизы также вычурные; на вершине шкафов, спинках кресел или кроватей имеются фронтоны; опоры фигуристые. Материалом для изготовления мебели чаще всего является массив дерева либо МДФ. Для украшения часто используется позолота, хрусталь и др.



Пример современной мебели в стиле барокко. Гостиная «Роза», фабрика «Интердизайн», г. Калининград.

Рококо.

На смену стилю барокко пришло новое веяние, названное рококо. В дизайне помещений также можно увидеть множество аксессуаров, избыток декора, мебели, тканых материалов. Цветовое настроение передают легкие пастельные и нежные оттенки. Актуальными цветовыми ансамблями являются: белое с зеленым, голубым или розовым, и, разумеется, позолота во всем. Мебельные модули воздушны, элегантны, роскошны в своем гармоничном сочетании. В мебельных силуэтах мы наблюдаем воздержание от прямых и симметричных линий, формы изгибисты и изящны.



Пример современной мебели в стиле рококо.
Спальня «Винтаж», фабрика «Интердизайн»,
г. Калининград.

Классицизм.

Этот стиль предпочитают надежные и консервативные люди. Основные черты классицизма проявляются в массивности мебели, ее респектабельности, симметричных деталях, прямых линиях и небольших декоративных элементах. Главным украшением фасадов является фактура древесины в ее естественном проявлении. Поэтому в отделке мебели мы видим вставки из ценных пород древесины с бронзовыми декоративными элементами. Обивка диванов, кресел и стульев часто бывает с цветочным орнаментом из дорогой ткани. Все углы мебели прямые, демонстративно подчеркнуты, выделены.



Пример современной мебели в стиле классицизм. Гостиная «Русь Петровская», фабрика «Мебель Черноземья», г. Воронеж.

Неоклассицизм.

Предшественником этого стиля является классицизм, от которого им был наследован архитектурный стиль и эстетическое направление.

Основными отличиями неоклассицизма от своего предшественника это легкость, изящность и прямолинейность. Неоклассицизм – это антитеза, то есть полная противоположность, стиля модерн, который в свою очередь слишком перенасыщен замысловатыми декоративными элементами, выглядит он конечно роскошно, но немного вычурно, хотя у всех вкусы разные. Новый стиль неоклассицизм обладает свойством строгого соблюдения правила золотого сечения пришедшего к нам из древних времен, по которому, кстати, были сооружены великие египетские пирамиды.



Пример современной мебели в стиле неоклассицизм. Гостиная «SHERLOCK», фабрика «Глазовская», Удмуртия, г. Глазов.

Ампир.

Дизайн мебели в стиле ампир сразу можно определить по тяжеловесности, он обладает четкостью форм и хитрой замысловатостью отделки. Цвета отделки мебели этого стиля, преимущественно темные. Эпоха античности, из идеала для подражания, превращается в эталон, который копируется до мельчайших деталей. Массивные формы, гладкие полированные поверхности, накладные детали из бронзы, глубокий черный цвет и обилие позолоты - основные характерные черты мебели в стиле ампир. Сиденья стульев и столешницы столов, не просто опираются на ножки, они покоятся на сооружениях, напоминающих скульптуры и архитектурные колонны. В декоре мебели значительное место занимает военная тематика: набалдашники напоминают наконечники пик и стрел, лавровые венки символизируют многочисленные победы имперской армии. После египетского похода в моду входят изображения сфинксов, пирамид и иероглифов.



Модерн (Арт-нуво).

Появился в начале XX в. Его характеризует функциональность, лаконичность и в тоже время оригинальность и необычность. В модерне преобладают плавные формы, удлиненные линии, очень напоминающие природные силуэты. В цветовом ряде стиля модерн преобладают мягкие желтые или зеленые тона светлых оттенков. В модерне как отдельное направление можно выделить кубизм. Мебель в стиле кубизм имеет четкие прямые формы, она очень хорошо вписывается в пространство рабочего кабинета.



Пример современной мебели в стиле кубизм.
Гостиная «Вега», фабрика «Интердизайн»,
г. Калининград.

Ар-деко («Стиль Звезд»).

Основными принципами стиля являются легкость и изящность с французским оттенком. Этот стиль делает акцент на элегантность. Здесь можно встретить только дорогие материалы, такие как ценные породы дерева, мозаика, металл (бронзовые предметы), лепнина, скульптуры и яркие интенсивные цвета. Любимой темой для вдохновения являются экзотические птицы и звери, женские силуэты. Каждый элемент стиля до конца продуман и необходим, рационально вписывается в общий дизайн помещения.



Пример современной мебели в стиле Ар-деко. Спальня «Элеганца», фабрика «Мебель Черноземья», г. Воронеж.

Минимализм.

Характеризуется простотой форм, одноцветностью, отсутствием орнаментов, декора и ненужных аксессуаров и делает акцент на самом главном. Если говорить непосредственно о мебели в этом стиле, то ее должно быть минимум. Дизайн предусматривает скрытые модули, платформы, выдвижные системы для хранения. Оптимальным тут становятся встроенные шкафы. Можно применять и мебельные конструкции-трансформеры. Например, кровать можно "спрятать" в подиуме, стол - за дверцами шкафа. Драпируется мебель монохромной тканью с контрастными яркими аксессуарами (мини-подушками и т.д.).



Пример современной мебели в стиле минимализм. Гостиная «Медея», фабрика «Столплит», Московская обл., округ Химки.

Здесь в интерьере мы видим много деталей из искусственных материалов, что очень созвучно технологическому стилю. К ним мы можем отнести и пластик, и акрил, и стекло, и металл, и зеркала, и различные металлические элементы. Мебель состоит из плоских глянцевых поверхностей, всегда ровных и гладких, углы прямые и линии четкие. Также в интерьере много хромированных элементов и подвижных деталей. Цветовая гамма состоит из монохромных оттенков белого и черного, иногда с примесью серебристого или металлического. На контрасте к этим цветам красные, синие, зеленые или желтые расцветки. Все поверхности обязательно должны быть блестящими, глянцевыми и переливающимися.

Хай-тек.



Пример современной мебели в стиле Хай-тек.
Гостиная «Марсель», фабрика «Столплит»,
Московская обл., округ Химки.

Африканский стиль.

Своей уникальностью и самобытностью он привлекает активных и энергичных людей. В декоре помещений много яркого, сочного декора: занавесок, пледов, статуэток зверей, ваз, подносов и всевозможных аксессуаров. Ковры с текстурой, имитирующей шкуры животных. Мебель массивная, выполненная из экзотических пород деревьев. Цвет мебели оригинальный и соответствует природной окраске материалов. Мебель должна быть простой и лаконичной, не создавая чувства загромождения. Уместно будет смотреться в африканском интерьере плетеная мебель.



Пример современной мебели из ротанга в африканском стиле от компании «Мик Мебель», г. Москва.

Деревенский стиль (Кантри).

Тяга к уюту и деревенской жизни – вот главные черты стиля кантри. Варианты стиля: русский, американский, английский, скандинавский, французский. Мебельные модули несколько массивны и грубоваты. В мебели этого стиля Вы не увидите никаких лакированных и глянцевых поверхностей, и каких-либо украшений. Обивка мягкой мебели в стиле кантри производится из простых натуральных тканей с характерным рисунком. Удачно вписываются в дизайн помещения кресла и небольшие диванчики. Комфорт и уют – вот главные требования при подборе мебели.



Пример современной мебели в деревенском стиле. Прихожая «Визит-1», фабрика «SV-мебель», г. Пенза.

Прованс (разновидность Кантри).

Если вы были хотя бы раз в деревне, то примерно представляете, как меблирован небольшой домик. Никаких современных шкафов-купе! Только «бабушкин» комод, тумба. Часто для украшения поверхности используется роспись. Как правило это мелкие или очень крупные цветочные и растительные мотивы. Все гармонично, воздушно, светло и приятно.



Пример современной мебели в стиле Прованс.
Гостиная «Прованс-1», фабрика «SV-мебель»,
г. Пенза.

В дизайне интерьера в японском стиле всегда много свободного места, это пространство проектируется просто, дизайн сдержанный, элегантный и функциональный. Одна из характерных черт японского стиля – это минимализм: в квартире минимум аксессуаров, только самые необходимые предметы, имеющие простые очертания и изготовленные из натуральных материалов. Для обеспечения свободного места в квартире японского стиля мебель практически отсутствует. Диваны приземисты, прямых форм, с низкими спинками, обивка из кожи, льна, хлопка. Шкафы-купе обычно встроенные, столы низкие. В интерьере встречаются различные иероглифы, ими украшают многие декоративные элементы дома, от шкафов-купе до светильников.

Японский стиль.



Пример современной мебели в японском стиле. Спальня «Сакура», фабрика «БТС», г. Пенза.

Восточный (марокканский) стиль.

В марокканском интерьере все пространство изобилует многочисленными аксессуарами (различными подушками, столиками, пуфиками). В цветовой гамме здесь предпочтительно использовать натуральные оттенки: светлые тона охры, терракота и песочные. Эти цвета будут красиво выглядеть в сочетании с ярко-зеленым, ярко-красным или ярко-синим. Мебель часто отделана сложными инкрустациями и замысловатыми восточными узорами. Люди, предпочитающие марокканский стиль, любят наслаждаться роскошью и приятным отдыхом.



Пример современной мебели в восточном стиле. Спальня «Сицилия», фабрика «Интердизайн», г. Калининград.

Классификация мебели по цене.

Официальной классификации по цене для мебели не определено, однако встречается такое разделение:

Мебель класса эконом

Мебель среднего класса

Мебель класса премиум

Мебель люксового класса

Мебель де люкс класса

Мебель класса эконом.

Для такой мебели берутся самые обычные материалы – ЛДСП, МДФ и т.д. Для ее создания используется фабричное однотипное производство. Набор практических удобств такой мебели минимален.

Гостиная «Белла»,
фабрика БТС, г. Пенза



Мебель эконом класса на фабриках редко производится на заказ, приобрести ее можно в любом магазине. К сожалению, многие производители попросту предпочитают экономить на производстве мебели, поэтому она не всегда получается качественной. Поэтому стоит обращать внимание на хороших производителей, которые уже не первый год на мебельном рынке.

Мебель среднего класса.

Такая мебель доступна практически каждому. Она на порядок лучше мебели эконом-класса. Она более надежна, разнообразна и даже в некоторых случаях креативна в производстве.

Спальня «Соната»,
фабрика «Витра»,
г. Томск.



Чаще всего она изготавливается из МДФ в сочетании с ЛДСП, в механизмах трансформации применяется сталь. Существуют и декоративные элементы из массива дерева, применяется дорогая фурнитура. Но это тоже фабричное производство, поэтому многие модели имеют стандартизированный декор. Ценовая категория такой мебели вполне доступна практически каждому.

Мебель класса премиум.

Мебель такого класса невероятно долговечна, надежна и комфортна. Для ее создания используются качественные натуральные материалы: ценные породы дерева, натуральная кожа.

Гостиная «Венето»,
фабрика «Пинскдрев»,
Республика Беларусь.

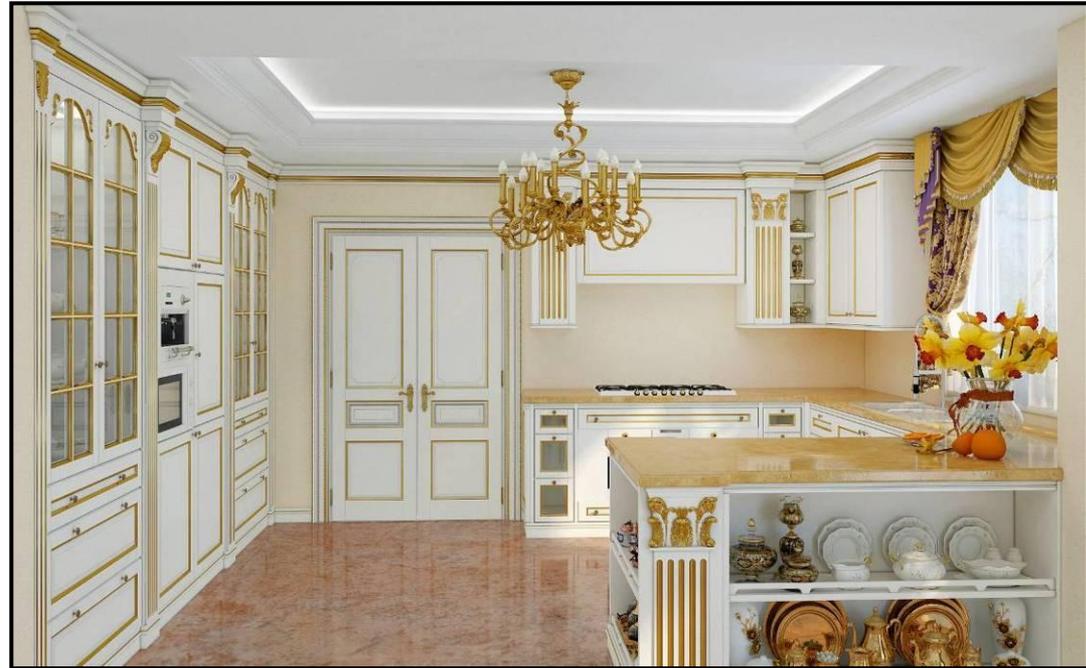


Над ее созданием трудятся профессиональные дизайнеры, поэтому вполне можно приобрести оригинальную мебель с красивым декором. Можно разработать собственный проект мебели, самостоятельно выбирая ткань и древесину. Ценовая категория может быть разной, ведь она зависит от степени популярности бренда и используемых материалов.

Мебель люксового класса.

Для создания мебели класса люкс используются редкие и качественные материалы. Ручная работа гарантирует создание уникальных предметов мебели.

Примечание: мебель данного класса в салоне не представлена



Кропотливый труд дизайнеров отвечает за создание настоящих произведений мебельного искусства. Такая мебель выпускается маленьким тиражом. Чаще всего она изготавливается на заказ. Ценовая категория достаточно высокая, а цены на порядок выше по сравнению с мебелью премиум-класса.

Мебель де люкс класса.

Это уникальная мебель, которая выпускается в единичном количестве. Как правило, в процессе ее создания участвует именитый дизайнер или фирма. Такую мебель может позволить себе далеко не каждый. Каждый экземпляр такой мебели уникален.



Примечание: мебель данного класса в салоне не представлена.

Задания для самостоятельной работы

1. Сделайте классификацию мебели в Вашем магазине (отделе) по стилю.
2. Сделайте классификацию мебели по цене.

Вопросы для закрепления материала

1. Какие основные стили мебели Вы знаете?
2. К какому обобщенному стилю можно отнести стиль Ар-деко?
3. В чем принципиальное отличие стилей барокко, рококо и ампир от классицизма и неоклассицизма?
4. В чем различие классицизма и неоклассицизма?
5. К какому обобщенному стилю можно отнести стиль Прованс?



День 2-й

Вопросы для самостоятельного обучения:

- Конструктивные особенности корпусной мебели.
- Конструктивные особенности мягкой мебели.
- Механизмы трансформации мягкой мебели.

Из чего состоит корпусная мебель.

Шкафы-купе, гардеробные, стенки и мебель под ТВ в гостиной, кровати, комоды, мебель в прихожую - это корпусная мебель. Как видно из названия, такая мебель состоит из корпуса, фасадов, фурнитуры и комплектующих.

Боковины шкафов, полки, дно и крышка (в совокупности – корпус) чаще всего изготавливается из ЛДСП – это недорогой и практичный материал, самый популярный в производстве корпусной мебели.

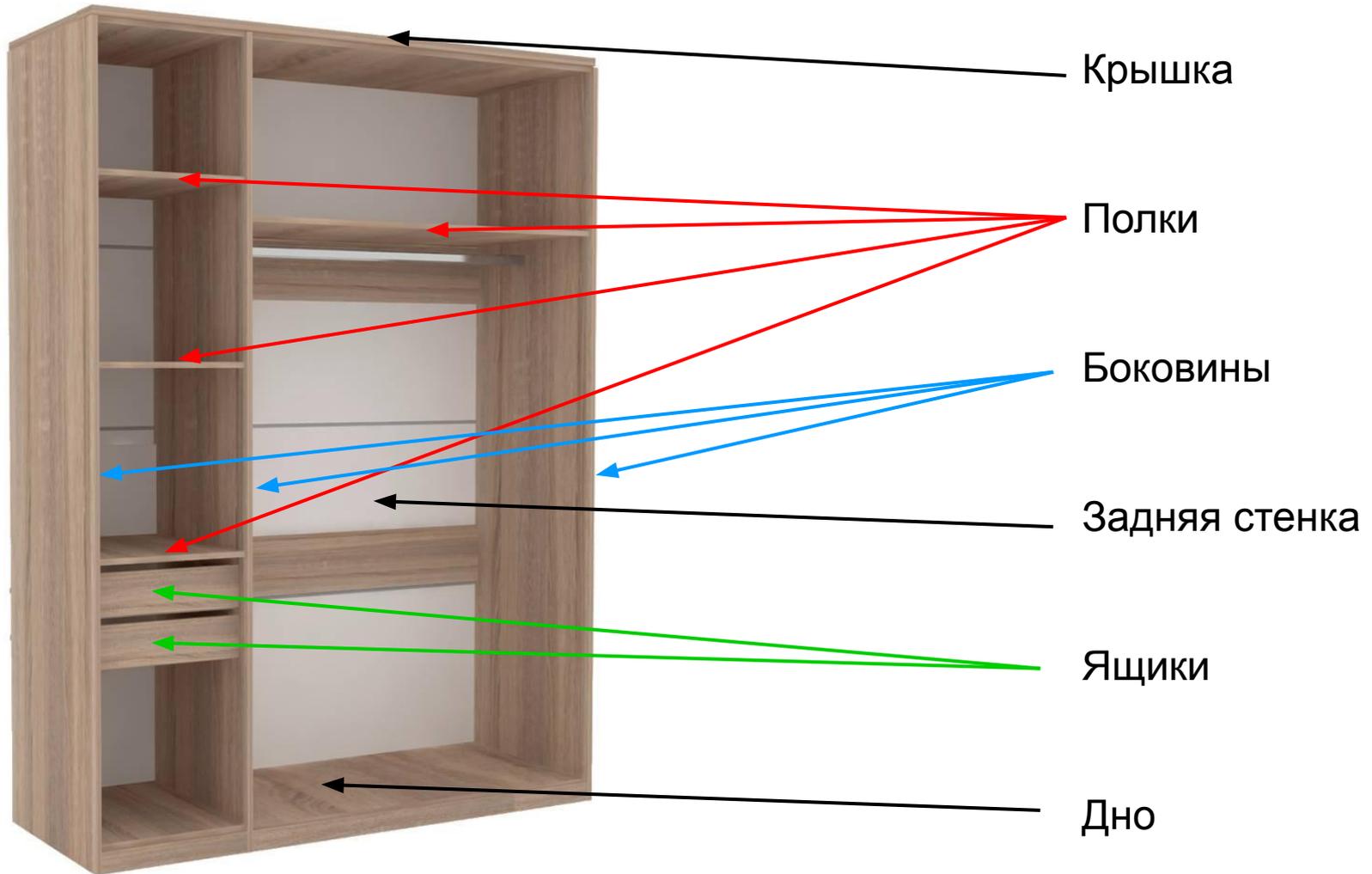
Материалы для изготовления фасадов имеют максимально широкий ассортимент. В производстве фасадов для шкафов и фасадов для кухонь используется массив дорогих пород дерева, МДФ в различном декорировании – крашенные фасады в эмали, фасады в пленке, в пластике, в акриле, в шпоне. Также используются готовые панели, стекло крашенное, фотопечать на стекле, зеркало простое, с пескоструйным рисунком, с витражом.

Пример корпусной мебели

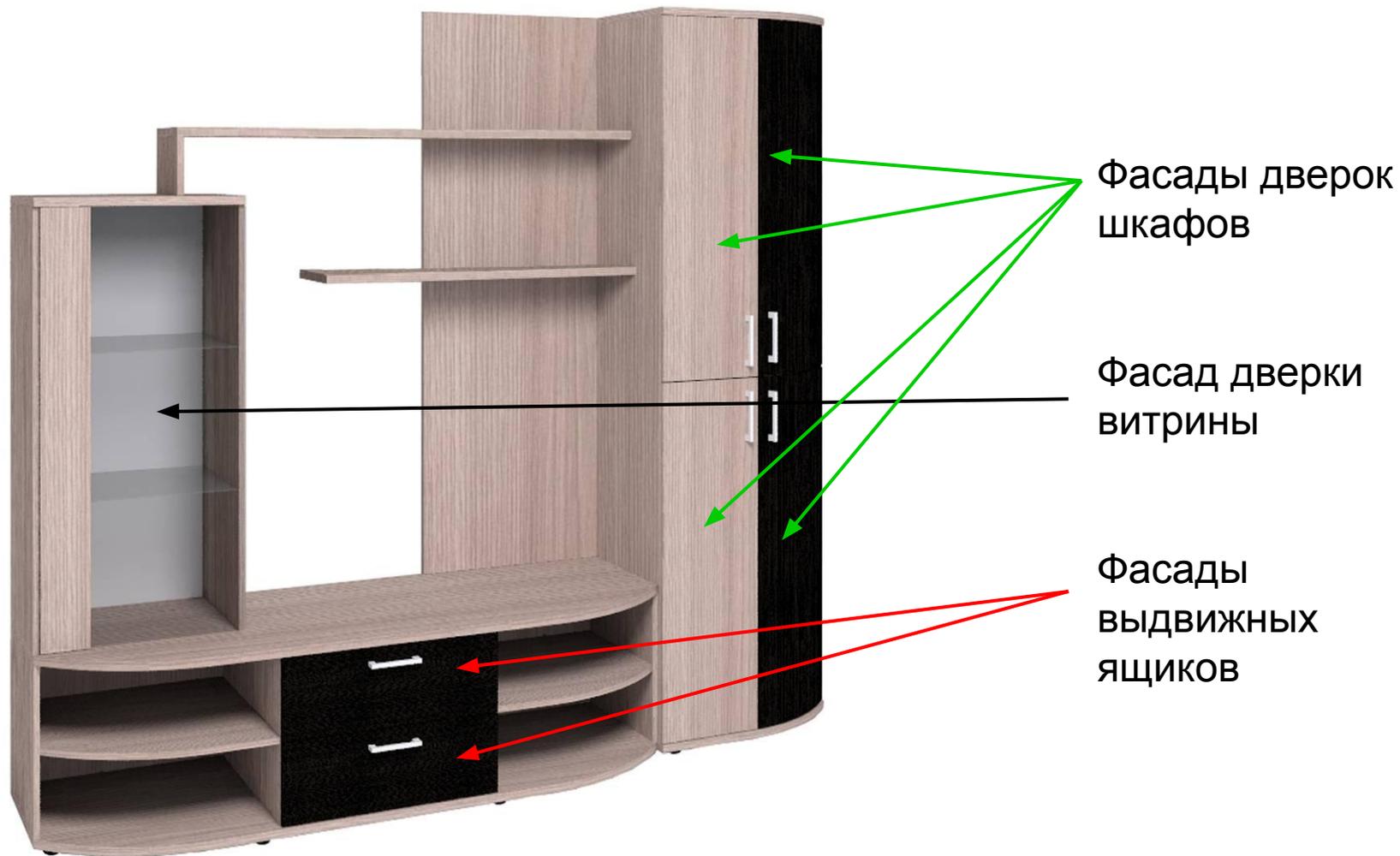


Гостиная «Вега», фабрика «ТриЯ», г. Волгодонск Ростовской области.

Корпус



Фасады



Фурнитура и комплектующие

- Ручки
- Ножки
- Петли
- Направляющие
- Газлифты
- Навесы
- Крепеж
- Стойки
- Боксы
- Подсветка
- Декор



Из чего состоит мягкая мебель.

Мягкая мебель — собирательное название комфортабельных мебельных изделий для сидения и лежания, имеющих мягкий элемент. К мягкой мебели относятся: диваны-кровати, диваны, кресла-кровати, кресла для отдыха, кушетки, тахты, скамьи, банкетки.

Основные составляющие мягкой мебели!

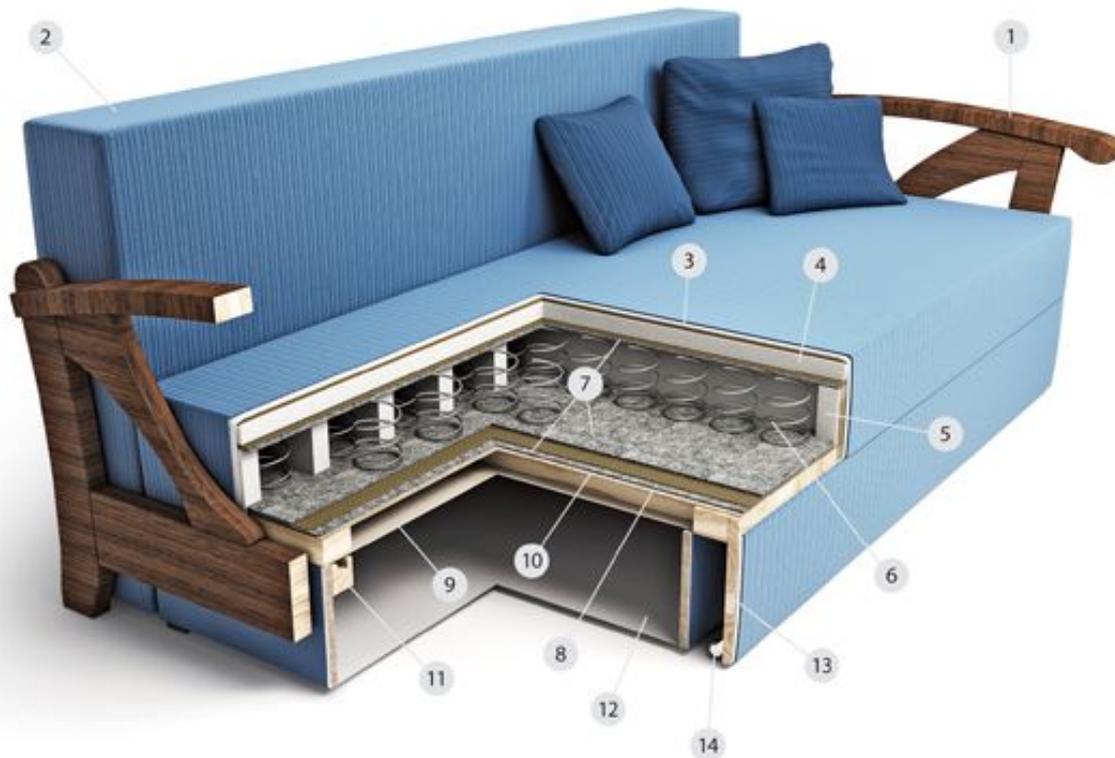
Каркас — выполняет несущую функцию, придаёт основной силуэт мягкой мебели. Материалы, используемые для изготовления каркаса: массивная древесина, фанера, ДСП, ДВП.

Мягкий элемент — способствует получению определённой мягкости в изделиях. В основном образован пружинными блоками, эластичными ремнями, настилочными материалами, синтепон, пенополиуретан — (поролон) и др.).

Облицовка — покрывает детали мягкой мебели с целью изменения их внешнего вида и улучшения свойств. В основном представлена обивочными тканями, натуральными и искусственными кожами.

Механизм трансформации — позволяют трансформировать мягкую мебель с компактного места для сидения в спальное место и обратно.

Пример конструкции дивана



1. Подлокотник
2. Обивочный материал
3. Слой синтипона или ватина
4. Поролон
5. Прокладки из пенополиуретана
6. Пружинный блок
7. Мешковина или войлок
8. ДВП
9. Каркас дивана
10. Флазелин
11. Рейка для роликов
12. Короб или ниша

Механизмы трансформации

«Книжка»

«Еврокнижка» («Кушетка»)

«Клик-Клак» («Клик-кляк»)

«Тик-Так»

Французская раскладушка

Пума

Американская раскладушка
(Седафлекс, Sedaflex)

Выкатной диван

Дельфин

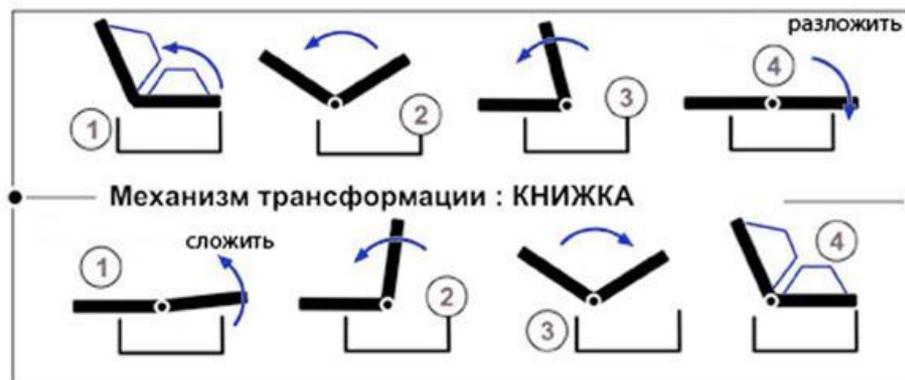
Аккордеон

Реклайнер

Книжка

Это механизм, который раскладывается откидыванием спинки назад (до щелчка) и незначительным выдвижением сиденья вперед.

Изготавливается с применением двух деревянных рам и пружинных блоков, что делает его в особенности долговечным и комфортным. Имеет два положения: «диван» и «кровать».



Еврокнижка

Альтернатива «книжке». Принцип работы: сиденье выдвигается вперед, а спинка опускается в образовавшееся пространство.

Достоинства: легкость трансформации, более ровное (в отличие от книжки) спальное место, повышенная надежность эксплуатации, возможность ставить диван вплотную к стене, наличие ящиков для белья, большая площадь спального места.



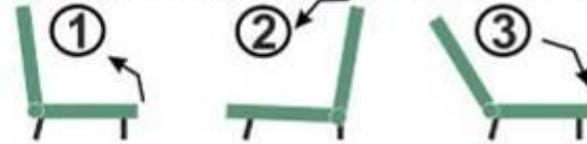
Клик-кляк

Это аналог «Книжки», с той разницей, что в конструкции Клик-Кляк предусмотрено дополнительное промежуточное положение спинки «Релакс» (иногда два положения), благодаря которому человек сможет располагаться в положении полусидя и полулёжа.

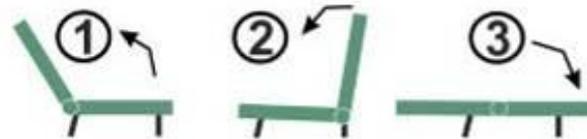
Достоинства: имеет три варианта положения (сидя, полусидя, лёжа); компактен; имеются ящики для белья; практически ровная поверхность спального места.

Недостатки: диван нельзя ставить вплотную к стенке из-за спинки, которая должна иметь запас пространства для раскладывания.

Трансформация механизма «КЛИК-КЛЯК»
порядок раскладывания в положение «релакс»:



из «релакс» в положение «лежа»:



Тик-так

Это альтернатива «еврокнижки». Принцип работы: сиденье не выдвигается вперед, а делает шаг вперед (не задевая пол), подушки спинки опускаются в образовавшееся пространство.

Достоинства: не задевает покрытие пола в момент трансформации в спальное место.

Надежность эксплуатации, возможность ставить диван вплотную к стене, наличие ящичков для белья.



Пума

Простой и удобный вариант для каждодневного использования. Сиденье состоит из двух отдельных частей, связанных пружинным механизмом. Если потянуть за верхнюю часть сиденья, она приподнимется, выдвинется вперед, и затем ее можно будет мягко опустить на имеющиеся в передней части ножки. Такой механизм позволяет не травмировать напольное покрытие, а в угловых моделях с механизмом «пума» обычно есть вместительный ящик для белья (в угловой части, под оттоманкой).



Французская раскладушка

Механизм трансформации тройного сложения.
Механизм «французская раскладушка» применяется обычно в мебели для гостей.

Достоинства: компактность в сложенном виде.

Недостатки: неровная поверхность при раскладывании;
необходимость снимать элементы перед трансформацией;
отсутствие ящика для белья, короткий срок эксплуатации (5 лет).



Американская раскладушка (Седафлекс)

Механизм трансформации двойного сложения, рассчитан на повседневное использование. Достоинства: прочность, удобство раскладывания, пригодность для повседневного применения.



Выкатной диван

Наиболее прочный механизм, рассчитанный на частые трансформации.

Достоинства:

наибольшая надёжность по сравнению с другими механизмами трансформации;
компактность; большое спальное место.

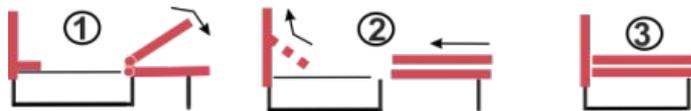
Недостатки: заниженная высота спального места, если спать перпендикулярно стене, то может ощущаться стык.

Трансформация механизма «выкатной»

порядок раскладывания:



порядок складывания:



Дельфин

Механизм трансформации, в основном для угловых диванов. «Дельфин» состоит из нескольких частей, одна из которых находится под сиденьем в особом выдвижном отсеке. Вторая часть содержится в особом выдвижном блоке, расположенном под сиденьем.

Достоинства: лёгкость трансформации, большое спальное место, ровная поверхность спального места.

Недостатки: требует прочной качественной древесины для изготовления дивана с таким механизмом.

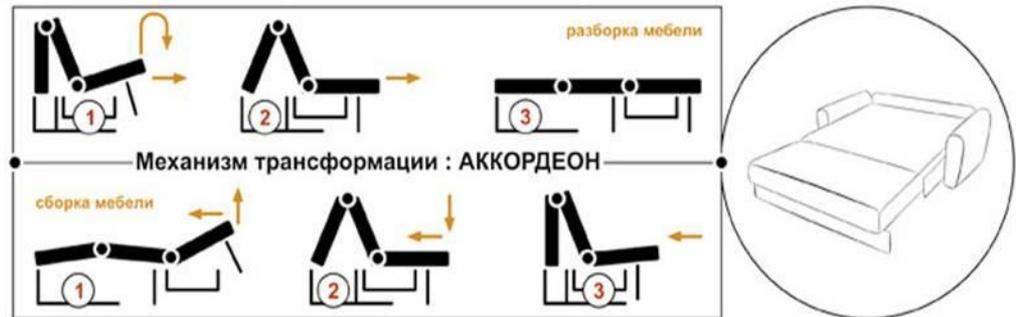


Аккордеон

Механизм по принципу «гармошки» подразумевает выдвижение вперед, за счёт этого даже при самом большом спальном месте, размер дивана остается небольшим, поэтому «аккордеоны» — самые популярные модели для малогабаритных помещений.

Достоинства: надёжность, большое спальное место, компактность, возможность установки бельевых ящиков.

Недостатки: требуется дополнительное пространство для трансформации.



Реклайнер

Это современный вариант высокомеханизированного кресла, у которого откидывается спинка в положение полулёжа и выдвигаются дополнительные подставки под ноги. Механизм трансформации кресла придаёт изделию повышенную комфортность. В диване используется путём объединения нескольких механизмов для кресел.

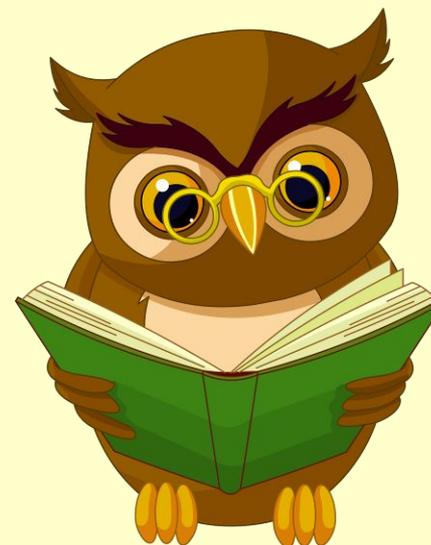


Задания для самостоятельной работы

1. Если в Вашем магазине (отделе) есть мягкая мебель, сделайте ее классификацию по механизмам трансформации.
2. Самостоятельно разложите и сложите представленные на выставке диваны.

Вопросы для закрепления материала

1. Из чего состоит корпусная мебель?
2. Из чего состоит мягкая мебель?
3. Какие механизмы трансформации диванов Вы знаете?
4. В чем различие между американской и французской раскладушкой как механизмами трансформации диванов?
5. В чем принципиальное отличие механизма «Еврокнижка» от механизма «Тик-так»?



День 3-й

Вопросы для самостоятельного обучения:

- Материалы для производства мебели на основе древесины.
 - Материалы для обивки мягкой мебели.
-

- **ЛДСП** – ламинированная ДСП (древесно-стружечная плита). Применяется для корпусов мебели и фасадов.
- **МДФ** – мелко-дисперсионная фракция. Применяется для изготовления фасадов.
- **ДВП** – древесно-волокнистая плита. Применяется для изготовления задних стенок мебели.
- **Фанера**. Применяют для изготовления элементов каркасов мягкой мебели.
- **Массив дерева** (массив из цельной древесины и массив из клееной древесины). Для фасадов и корпусов мебели. Часто для декоративных элементов фасадов из МДФ.
- **Шпон** – натуральный древесный материал, представляющий из себя тонкий слой срезанной древесины. Применяется для декоративной отделки фасадов из массива дерева.

Материалы для мебели на основе древесины



ЛДСП

В ее основе – спрессованные опилки и стружка, которые скрепляются с помощью формальдегидных смол. В продаже встречаются изделия от разных изготовителей, но качественная продукция обязательно трехслойная. В центре – сырье с более крупными фракциями, а для внешних слоев используются мелкие. ДСП, используемая для мебели, подлежит поверхностной отделке. Для ЛДСП она делается при помощи пленки (бумага + смола меламиновая). Такое покрытие впрессовывается в основу, поэтому образцы отличаются от обычной древесностружечной плиты большей прочностью и влагостойкостью.



Все ДСП подразделяются на классы. «Е1» отличается минимальным содержанием формальдегидов. Поэтому при выборе мебели для жилых помещений (особенно для детских комнат, спален) необходимо обязательно этот параметр уточнить по сопроводительной документации (сертификату). Класс «Е2» если и приобретать, то только для подсобных помещений, так как такая продукция более «вредная». Образцы «Е3» вообще запрещено использовать внутри строений, так как в их составе доля вредоносных смол достигает 30%.

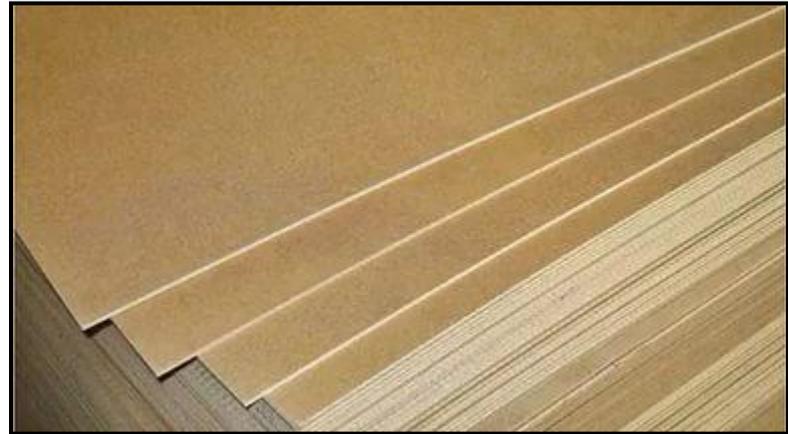
МДФ

Материал для изготовления плит из древесных волокон средней плотности, спрессованных под высоким давлением. В основе связующих веществ волокнистого материала используют карбидные смолы безопасные для человека. Такая плита получается довольно прочной и устойчивой к влаге, воздействию высоких температур. На ней не растет плесень и грибок, это делает ее гигиеничной и удобной при использовании в быту. МДФ – современное экологически безопасное сырье и может даже сравниться с натуральной древесиной.



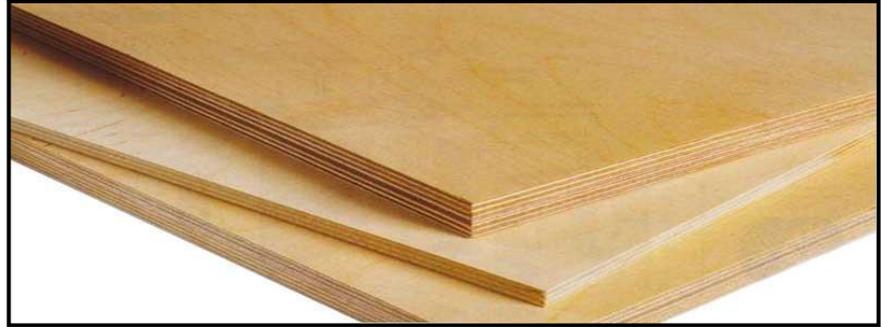
ДВП

Это тонкий листовый материал, изготовление которого происходит при помощи прессования древесной стружки с добавлением разного рода связывающих компонентов. Как правило, в последней ипостаси применяются синтетические полимерные смолы. В последние годы намного чаще используется облагороженная ДВП. При изготовлении таких панелей на их поверхность наносится многослойное покрытие. На первом этапе плита покрывается особым слоем грунтовки, создающим надежное основание. На нем печатается рисунок, имитирующий обычную поверхность дерева.



Фанера

Многослойный строительный материал, изготавливаемый путём склеивания специально подготовленного шпона. Количество слоёв шпона обычно нечётное, от 3 и более (трехслойная, пятислойная, многослойная). Для повышения прочности фанеры слои шпона накладываются так, чтобы волокна древесины были строго перпендикулярны предыдущему листу. Фанера из древесины как твёрдых, так и мягких пород выпускается нескольких типов и сортов, которые различаются назначением, сроком службы, внешним видом и стоимостью.



Массив

Термином «массив дерева» называются обработанные древесные полотна, доски и брусы, из которых делается изделие. Древесный массив может изготавливаться разными способами, но он ВСЕГДА делается из дерева, а не древесных отходов, как ДСП, ДВП. Изделия из массива дерева по праву считаются самыми качественными, экологически чистыми и дорогими. Изделия из цельного массива дерева стоят на вершине пирамиды престижности и цены. Массив из клееной древесины (клееный массив) называют мебельным массивом. Изделия из клееного массива дерева считаются менее престижным, чем из цельного массива. Цена их ниже, но они так же сделаны из дерева, а не древесных отходов, а по некоторым свойствам превосходят изделия из цельного массива. Оба вида массива делаются из натурального дерева и оба стоят на вершине иерархии материалов для изготовления мебели.



Шпон

Специфика этих листов древесины в том, что они нарезаются как можно более тонким слоем. Толщина шпона составляет от 0,5 миллиметра до 3-х. В мебельном деле и производстве строительных материалов его основное применение – в качестве покрытия, наклеиваемого на другой материал с целью придания ему вида натурального дерева. Также шпон – полуфабрикат для изготовления фанеры. Натуральным называется такой шпон, который не проходил обработки красителями или препаратами для имитации более ценных пород дерева. Этот шпон используется в том виде, в котором сошёл со станка. Другие виды шпона могут дополнительно окрашиваться, как в явно «синтетические» цвета, так и в цвета древесины другой породы. В натуральном шпоне особо ценится рисунок древесины, который остаётся неизменным в течение производства.



Материалы для обивки мягкой мебели

Тканые материалы:

- Жаккард
- Гобелен
- Велюр
- Шенилл
- Микрофибра



Уют

Нетканые материалы:

- Флок
- Экокожа
- Натуральная кожа



Легкий
уход

Статус

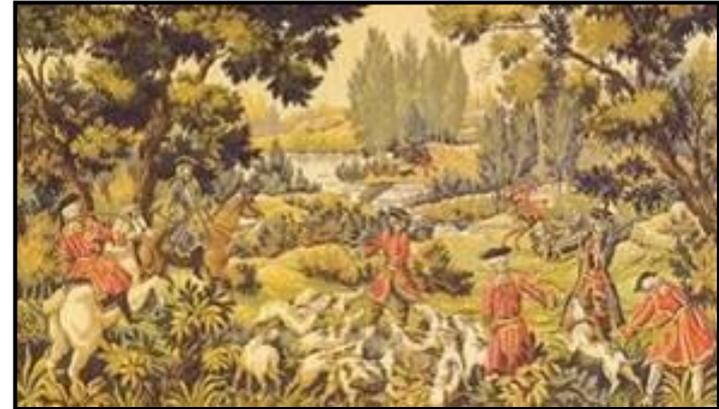
Жаккард

Отличительная черта – тканый, регулярно повторяющийся рисунок. Рельефный узор — благородный и изысканный. Нити для ткани могут использоваться разных материалов: натуральные, синтетические или смешанные. Эффектный вид изделия зависит и от освещения: ткань переливается, особенно красиво выглядит шелковый жаккард. Гладкий материал, который не имеет ворса. Применение в обивке мягкой мебели позволяет создать атмосферу уюта.



Гобелен

Гобелен отличается правильное переплетение пряжи с фигурой или орнаментальная композиция и множество различных оттенков и расцветок. Его можно стирать. Фактически это жаккард с сюжетным рисунком. Гобелен практичен, долговечен, приятен на ощупь. Способность ткани принимать практически любую форму, ее пластичность, позволяют использовать ее всюду: на мягкой мебели, стульях, стенах, в различных декоративных элементах.



Велюр

Бархатистая, приятная на ощупь, мягкая ткань. Ворс может быть расположен вертикально по всей ткани или на отдельных участках приглажен в одну сторону. Ворс отделяют тиснением, расчёсывают по трафарету или укладывают в виде разнообразных рисунков, поэтому велюр может быть гладким, фасонным, тиснёным. Велюр обладает очень высоким порогом стирания, любые загрязнения легко удаляются с поверхности ткани, что позволяет использовать эту ткань в течение долгих лет. Бархат – это велюр с очень коротким ворсом. Искусственный мех – это велюр с длинным ворсом.



Шенилл

Название ткани происходит от названия мохнатой нити, которая входит в состав ткани. Нить похожа на мохнатую гусеницу, имеет мягкую округленную поверхность. Шенилловая пряжа, для производства ткани, делается путем скручивания плотных нитей с нитью шенилла. В результате получается нерастяжимая нить, которая и определяет свойства будущей ткани. Шенилл- ткань с разрезным ворсом очень плотная и прочная. Ворс ткани может быть начесан на специальном станке. К шениллам можно отнести и рогожку.



Микрофибра

Современный аналог натуральной замши. Ткань имеет поверхность с низким ворсом ее структура состоит из множества микро пор. За счет микро пор ткань обладает высокими прочностными и эксплуатационными характеристиками. Как правило, микрофибру покрывают тефлоновой пропиткой для создания защитной пленки на поверхности ткани, что придает ей хорошие характеристики по устойчивости к истиранию и нагрузкам. Материал не выгорает, отталкивает грязь и жир. Микрофибра отлично подойдет для диванов с интенсивными нагрузками- в гостиной или детской комнатах



Флок

Это комбинированная ткань из полиэстера и хлопка, на которую наносят нейлоновый или капроновый ворс, используя электростатический способ. Таким образом получают искусственный бархат, довольно приятный на ощупь. В этом материале нет нитей, поэтому он относится к нетканым. Флок имеет хорошие потребительские характеристики и полностью отвечает требованиям, которые предъявляются к мебельным тканям. Он имеет хорошую прочность на разрыв, а также устойчив к истиранию. За ним не сложно ухаживать и он имеет хорошую степень водонепроницаемости.

Флок очень популярен у производителей. Большое количество всевозможных расцветок и рисунков позволяют применять его в интерьерах как классического, так и современного стилей.



Экокожа

Данный вид ткани очень похож на натуральную кожу, а по экологичности не уступает ей.

Получают этот материал путем нанесения пористого полиуретана на основу из хлопковой плотной ткани. В результате получают устойчивую к износу, температуре ткань с дышащей поверхностью, которая хорошо пропускает воздух, что способствует ее безупречной экологичности.

Фактура поверхности и по виду и по тактильным ощущениям напоминает натуральную кожу. Существенная разница только в цене. Экокожа дешевле натуральной кожи в несколько раз.



Натуральная кожа

Кожаная обивка – это признак достатка и престижа. Она способна влиять сразу на несколько чувств человека: зрение, обоняние и осязание. На современном мебельном рынке можно найти предложение мебели с обивкой из кожи для разных ценовых категорий. Кожа относится к натуральным материалам для обивки мягкой мебели. Она обладает хорошими потребительскими свойствами. Это достаточно эластичный материал, хорошо приспособляется к изменениям температуры. Кожаная обивка согревает в холодную пору, а в летнюю жару дарит приятную прохладу. Также кожа имеет высокие эстетические качества. Ее податливость при обработке позволяет нанести любой рисунок на поверхность, а также хорошо поддается покраске. Поэтому обивка из кожи может удовлетворить самый изысканный вкус.



Задания для самостоятельной работы

1. Если в Вашем магазине (отделе) есть мягкая мебель, осмотрите ее и постарайтесь самостоятельно разобраться – какая ткань применена в обивке. Уточните у более опытного коллеги, не ошиблись ли Вы.
2. Найдите на выставочных образцах корпусной мебели материалы, которые были рассмотрены в данном разделе.

Вопросы для закрепления материала

1. Какие материалы на основе древесины применяют при изготовлении мебели?
2. В чем принципиальное отличие МДФ от ЛДСП?
3. Где находит свое применение шпон?
4. В чем принципиальное различие между жаккардом и флоком?
5. Как отличить велюр от шенилла?



День 4-й

Потребительские свойства мебели

Функциональность

Эстетичность

Эргономичность

Безопасность

Надежность

Престижность

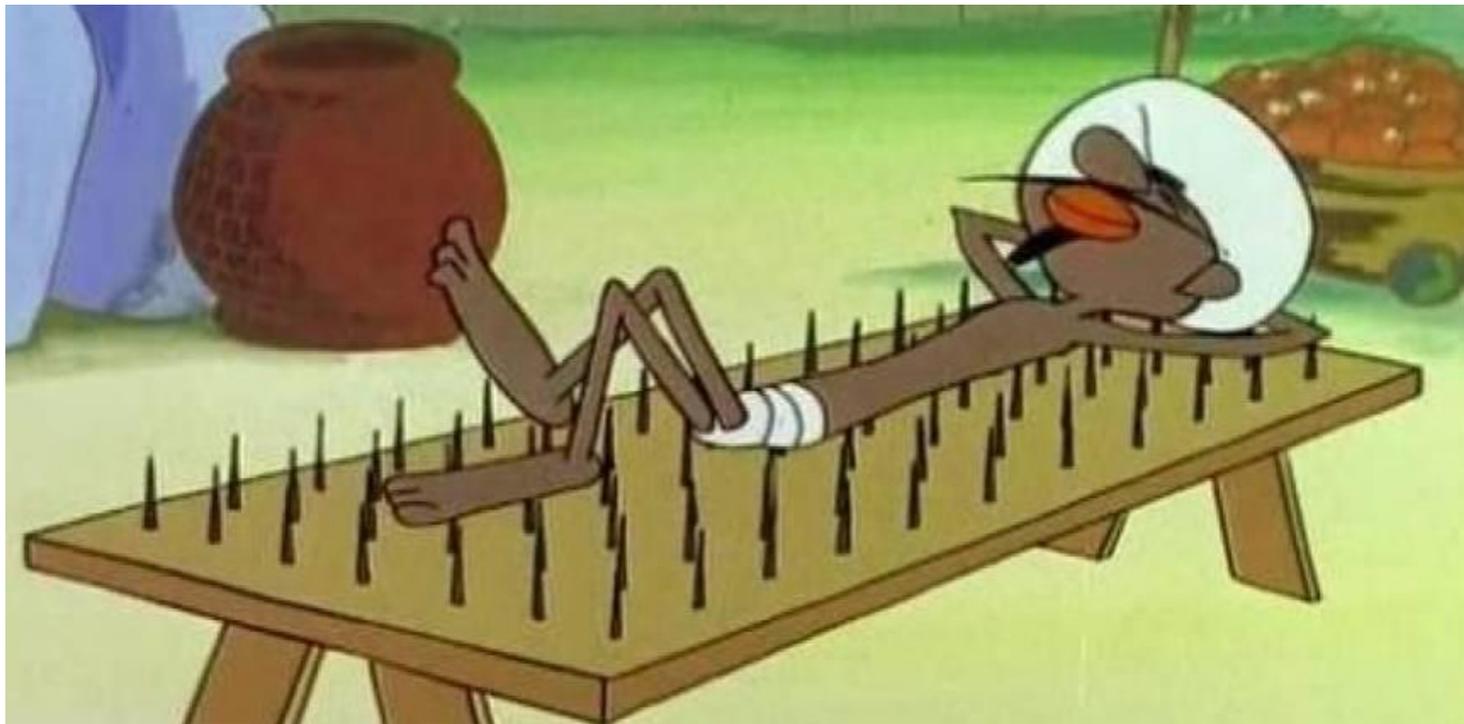
ПОЛЬЗА !!!



ВЫГОДА !!!

Функциональность

Функциональные требования предусматривают соответствие мебели ее назначению: соответствие ее размеров размерам помещений и вещей. Кровать мы покупаем для сна. Шкаф для хранения вещей и одежды.



Эстетичность

Это красота мебели по нашему восприятию и представлению. Выбирают то, что доставляет нам радость и наслаждение внешним видом!



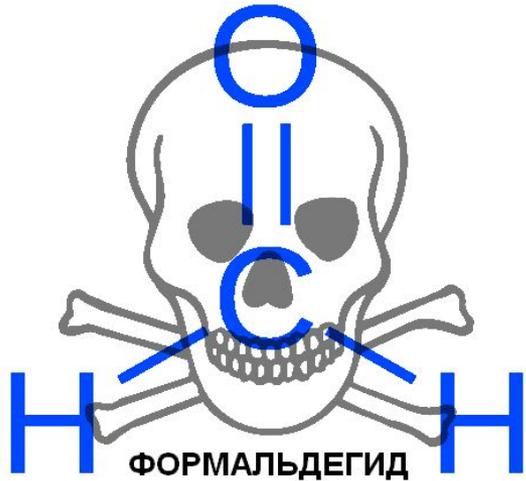
Эргономичность

Удобство пользования, комфорт. Насколько удобно нам пользоваться мебелью и осуществлять ее трансформацию. Насколько комфортно нам сидеть (лежать) на мебели для сна и отдыха. Мебель не должна оказывать отрицательного влияния на организм человека. Ее размеры должны соответствовать размерам человека, обеспечивать наименьшую утомляемость при работе и восстановление работоспособности во время отдыха и сна.



Безопасность

Экологическая безопасность материалов, применяемых в изготовлении мебели. Особенно это касается класса экологической безопасности ЛДСП. Не должно быть выделения токсичных веществ (формальдегид). Устойчивость мебели, отсутствие острых углов на детской мебели.



Надежность

Прочность.
Долговечность.
Ремонтопригодность.
Зависят от качества применяемых в изготовлении мебели материалов, технологии производства и контроля качества на предприятии.
Среди показателей качества могут быть: увеличенный фабрикой гарантийный срок и срок эксплуатации мебели.



Престижность

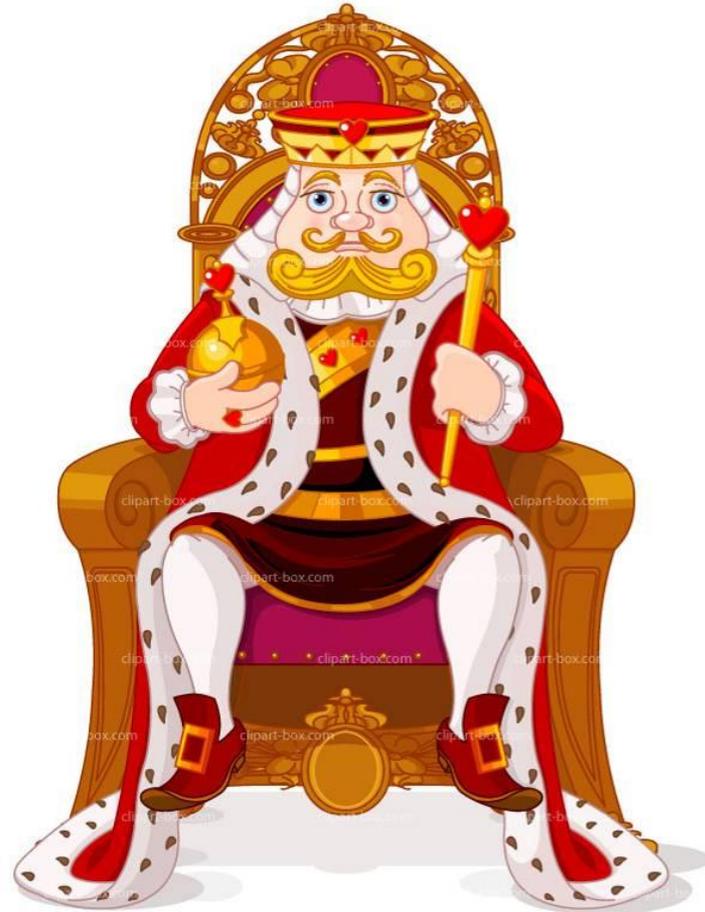
То, что вызывает восхищение окружающих и возвышает нас, подчеркивает наш высокий статус!

То, что повышает самооценку!

Это дорогие и натуральные материалы, применяемые при изготовлении мебели (массив дорогих пород дерева и натуральная кожа).

Это уникальные дизайнерские решения, индивидуальные разработки на заказ.

Это известные бренды.



Задания для самостоятельной работы

Выберите произвольно 10 образцов мебели на выставочной экспозиции. Определите потребительские свойства для каждого образца. Какие из них будут преобладать над другими?

Вопросы для закрепления материала

1. Какое потребительское свойство будет самым важным для человека, который хочет подчеркнуть свою значимость и статус?
2. Какое потребительское свойство будет самым главным для человека, который хочет максимальной экономии денег?
3. Расставьте по степени важности потребительские свойства для того, кто хочет сочетания цены и качества?
4. Когда при выборе мебели люди задумываются о безопасности?
5. Всегда ли при выборе мебели задумываются о ее надежности?



День 5-й

Вопросы для самостоятельного обучения:

- Особенности мебельных продаж.
 - Ошибки консультантов.
 - Этапы продаж.
-

Особенности мебельных продаж

- Постоянный рост требований покупателя в отношении качества предлагаемого сервиса.
- Привередливость покупателя в отношении представленного ассортимента.
- Необходимость привлекательной экспозиции для мотивации к покупке.
- Потребность в эффективной коммуникации консультанта с покупателями, основанной на техниках эффективных продаж.
- Необходимость отличаться от конкурентов!

Ошибки консультантов

- Убеждение о том, что кому мебель нужна, тот и так ее купит.
- Убежденность в том, что будут покупать только то, что будет дешевле.
- Привычка оценивать платежеспособность покупателя по внешнему виду.
- Установка на то, что покупатель сам способен разобраться и сделать выбор (не надо его трогать).
- Попытка навязывать покупателю свои предпочтения, не интересуясь его потребностями и ценностями.
- Привычка обвинять в неудачах всех кроме себя любимого.

Этапы продажи

Подготовка

Контакт

Выявление потребностей

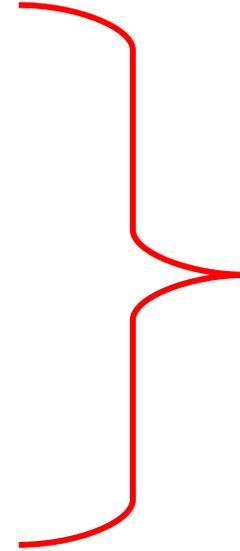
Презентация

Работа с возражениями

Сделка

Анализ

Послепродажное сопровождение



**Этапы продажи при
непосредственном контакте с
покупателем**

Подготовка

Цель этапа: подготовить себя и свое рабочее место к взаимодействию с покупателями.



- Вспомни, чему тебя учили!
- Подойди к зеркалу и посмотри на себя, как ты выглядишь.
- Проверь рабочее место! Ценники, каталоги, прайс-листы. Все в порядке?
- Будь позитивным консультантом. Все огорчения, обиды и расстройства оставь за пределами магазина.
- Настройся морально на успех!!!

Контакт

Цель этапа: создать у покупателя приятное первое впечатление о себе, вызвать интерес и получить право на взаимное общение.

Контакт позволит!

- Показать себя во всей красе!
- Поломать стереотипы покупателя о чрезмерно навязчивом сервисе и попытках «впаривания»! Будь отличным от обильной армии консультантов наших конкурентов!
- Продемонстрировать Вашу профессиональную компетентность и вызвать интерес к Вам со стороны покупателя.
- Доставит радость покупателю от общения с чрезвычайно приятным человеком.



Выявление потребностей

Цель этапа: разобраться с тем, какие потребности испытывает покупатель; показать свой профессионализм и добиться доверия. Выяснить, что ему можно предложить.



ПОМНИТЕ!!!

- На этом этапе 90% времени говорит покупатель, отвечая на вопросы консультанта.
- 10% времени говорит консультант, задавая вопросы для выявления потребностей.
- Важно не только уметь задавать правильные вопросы, но и уметь внимательно слушать и СЛЫШАТЬ своего покупателя!

Презентация

Цель этапа: демонстрация товара и предоставление информации о нем, на основе выявленных потребностей, побуждение к сделке.

Предлагаем не товар (диван, стенку, прихожую, кресло), предлагаем:



- Решение проблемы с комфортом и удобством.
- Возможность создать уют для каждого члена семьи.
- Возможность рационального использования жилого помещения.
- Возможность получать эстетическое наслаждение.
- Престиж, самовыражение и восхищение окружающих.
- Подчеркивание статуса.
- Возможность экономии денег.
- Возможность экономии времени.
- Иные выгоды и ценности покупателя.

Работа с возражениями



Цель этапа: развеять сомнения покупателя и убедить его в правильности решения о выборе понравившегося товара.

ОСОБЕННОСТИ ЭТАПА:

- Этот этап предполагает внутренние сомнения покупателя о правильности принятого решения сделать покупку. Причины сомнения могут быть различными (недоверие, недостаток информации, прочие причины).
- Этот этап может быть пропущен по инициативе покупателя, в случае если он сразу соглашается заключить сделку.
- Возражения как правило, не отказ от покупки, а просьба о дополнительной информации, которая поможет утвердиться в правильности решения о выборе.

Причиной возражения может быть неправильно выявленная потребность либо неубедительная презентация.

Сделка

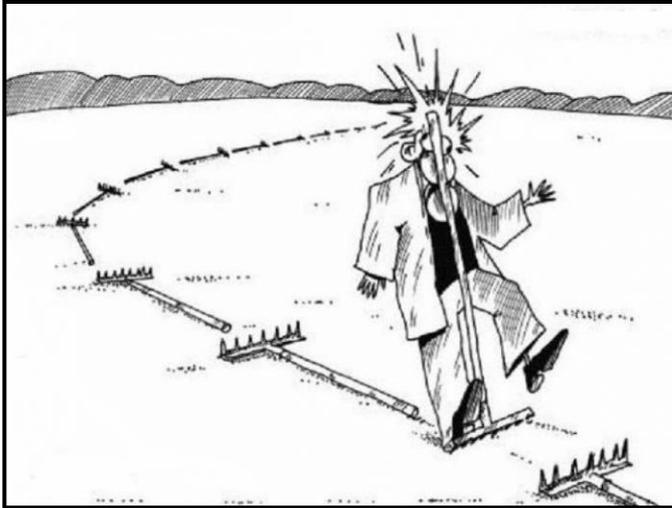
Цель этапа: побудить покупателя к принятию решения и реализация решения покупателя по приобретению выбранного товара.



ПОМНИТЕ!!!

- Этот этап показывает, насколько эффективны Вы были во время взаимодействия с покупателем.
- Состоялась сделка – Вы молодец! Если она не состоялась, это означает, что Вы что-то не доработали, Ваше общение с покупателем было недостаточно эффективно.
- В неудачах необходимо разбираться, а не винить окружающий мир.
- Побуждайте покупателя к сделке!

Анализ

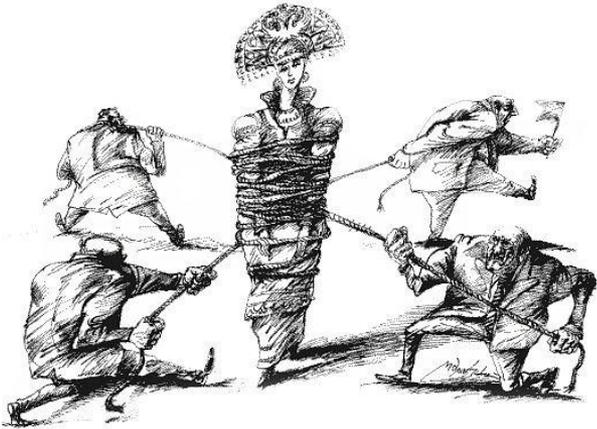


Цель этапа: разобраться в истинных причинах неудачи, с целью исключения повторения допущенных ошибок во взаимодействии с покупателем.

Если сделка не состоялась, то задайте себе вопросы и ответьте на них!

- Какие ошибки были допущены, при общении с покупателем?
- Какие этапы продаж были пропущены или на каких этапах не удалось достичь поставленных целей?
- Какими приемами эффективной коммуникации с покупателем можно было бы воспользоваться, если бы ситуация повторилась?
- Что можно было сделать лучше?

Послепродажное сопровождение



Цель этапа: подружиться с покупателем, «привязать» его к себе, мотивировать повторную покупку именно у Вас.

Действуйте следующим образом:

- Обязательно возьмите контактную информацию.
- После доставки и сборки позвоните – уточните: всем ли покупатель доволен?
- Периодически звоните покупателю и поздравляйте его (день рождения, 23 февраля либо 8 марта, наступающий новый год). При этом ничего не говорите о магазине и продажах.
- Не чаще чем 1 раз в год приглашайте его посетить магазин, сообщая о новых предложениях и акциях.

Задания для самостоятельной работы

Понаблюдайте за работой опытных консультантов. Определите этапы продаж во время их взаимодействия с покупателем. Бывают ли ошибки у «бывалых» консультантов, связанные с пропуском либо игнорированием отдельных этапов?

Вопросы для закрепления материала

1. Сколько этапов продажи Вы знаете?
Перечислите.
2. Какие этапы продажи происходят при непосредственной коммуникации консультанта и покупателя?
3. Допустим ли пропуск какого-либо этапа по инициативе продавца?
4. Какой этап продажи может быть пропущен по инициативе покупателя?
5. Что может послужить причиной возражений?



День 6-й

Вопросы для самостоятельного обучения:

- Контакт, как самый сложный и самый важный этап продаж.
 - Правила контакта.
 - Алгоритм контакта.
-

Почему самый сложный

Потому, что этап очень непродолжителен по времени, а успеть необходимо очень много:

- И создать первое благоприятное впечатление.
- И показать себя во всей красе.
- И заслужить симпатию покупателя.
- И получить право разговаривать с ним.

Почему самый важный

Потому, что с этого этапа начинается диалог с покупателем:

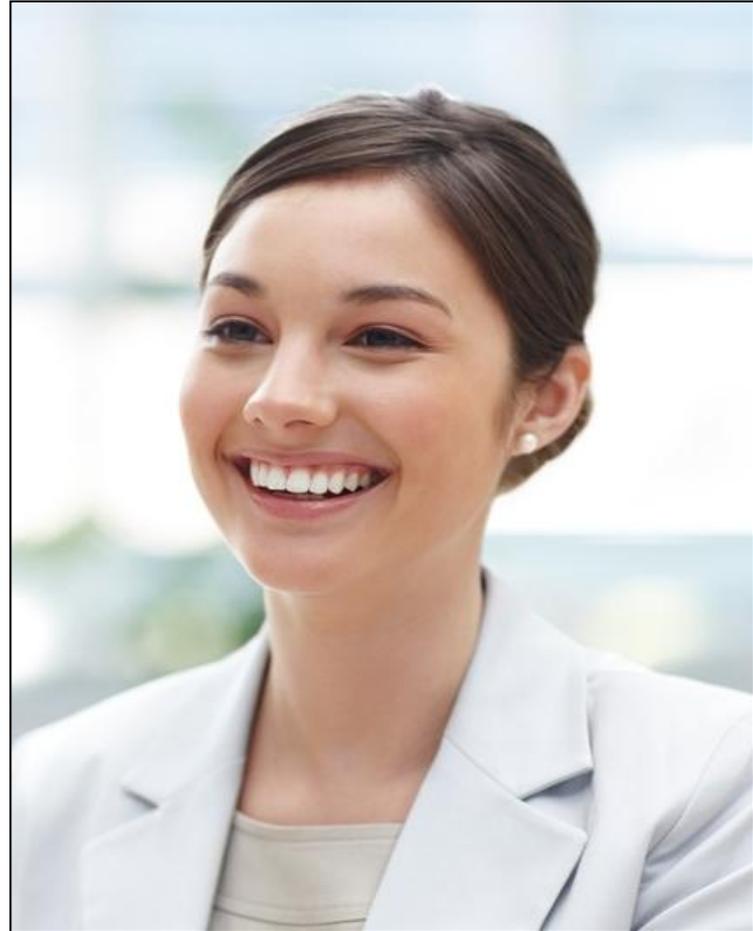
- Не получился диалог и дальше все пойдет наперекосяк.
- Не пожелал покупатель общаться с Вами, будут отговорки типа «пришел просто посмотреть».
- Не будет обоюдного общения, не будет ясна и потребность, не будет возможности сделать хорошую презентацию.

Правила контакта

- Контакт устанавливается не позднее 10-й секунды.
- Не менее 30 секунд нельзя говорить о продажах.
- Максимальный позитив в общении.
- Уверенность в себе.
- Присоединение к покупателю.

Начало – это уже половина всего!

Аристотель



Правило 10-й секунды

Контакт желательно устанавливать сразу, но не позднее 10-й секунды. Далее будет намного сложнее.

Когда начинается отсчет времени? Именно в тот момент, когда вы заметите покупателя, а покупатель увидит в Вашем лице консультанта.

10 секунд могут потребоваться Вам, чтобы подойти к покупателю на расстояние 3 – 5 метров и поприветствовать его.

Упустите эту возможность, потом могут возникнуть трудности.



30 секунд о продаже ни слова

Говорите о погоде, о настроениях, о симпатиях, делайте комплименты, говорите о чем угодно. Только молчите о продажах. Общайтесь с покупателем, не для продажи, а для взаимной симпатии. Не менее 30 секунд.

Нейтральные фразы общения:

- Спасибо, что зашли к нам!
- Вы наверное к нам в гости!
- Вы у нас впервые?
- Очень рады Вас видеть!
- Как долго я Вас ждала!



Правило позитива

Позитив это:

- Доброжелательность консультанта по отношению к покупателю.
- Улыбка на лице консультанта.
- Интонация голоса, демонстрирующая предельную приветливость.
- Контакт глазами.
- Открытые позы и добрые плавные жесты.
- Внимание к покупателю, стремление услышать его.
- Консультант и покупатель ну просто как две шоколадные палочки.



Правило уверенности

Уверенный продавец вызывает чувство доверия у покупателя, неуверенный продавец породит глубокие сомнения.

По продавцу часто оценивают и выставленный товар.

Слагаемые уверенности:

- Профессионализм, знание товара и техник продаж.
- Приобретенные практические навыки.
- Высокая самооценка.
- Умение управлять своими эмоциями.

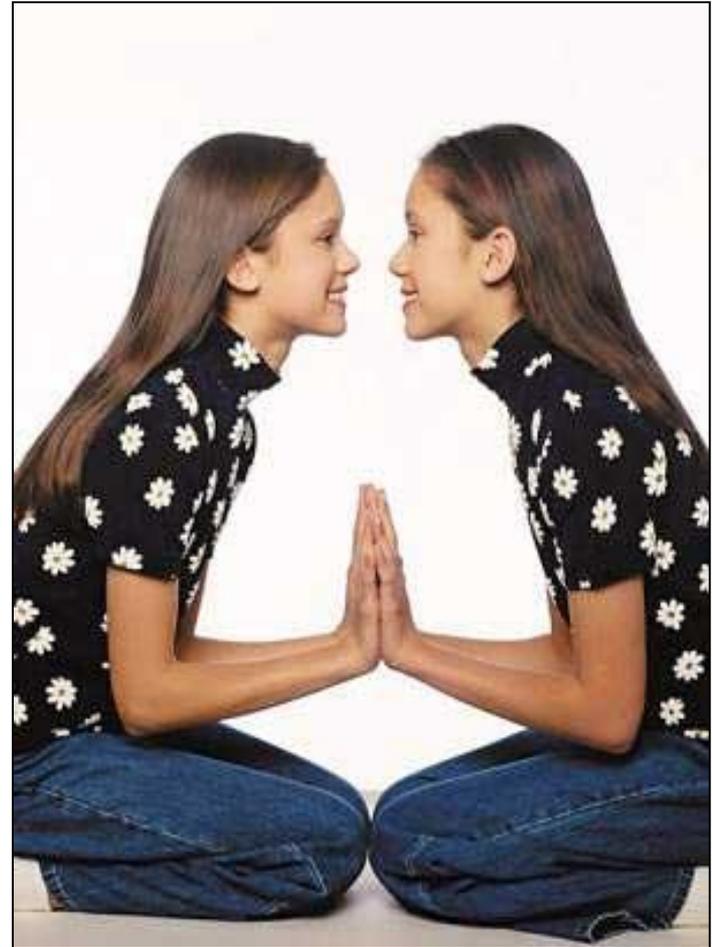


Правило присоединения

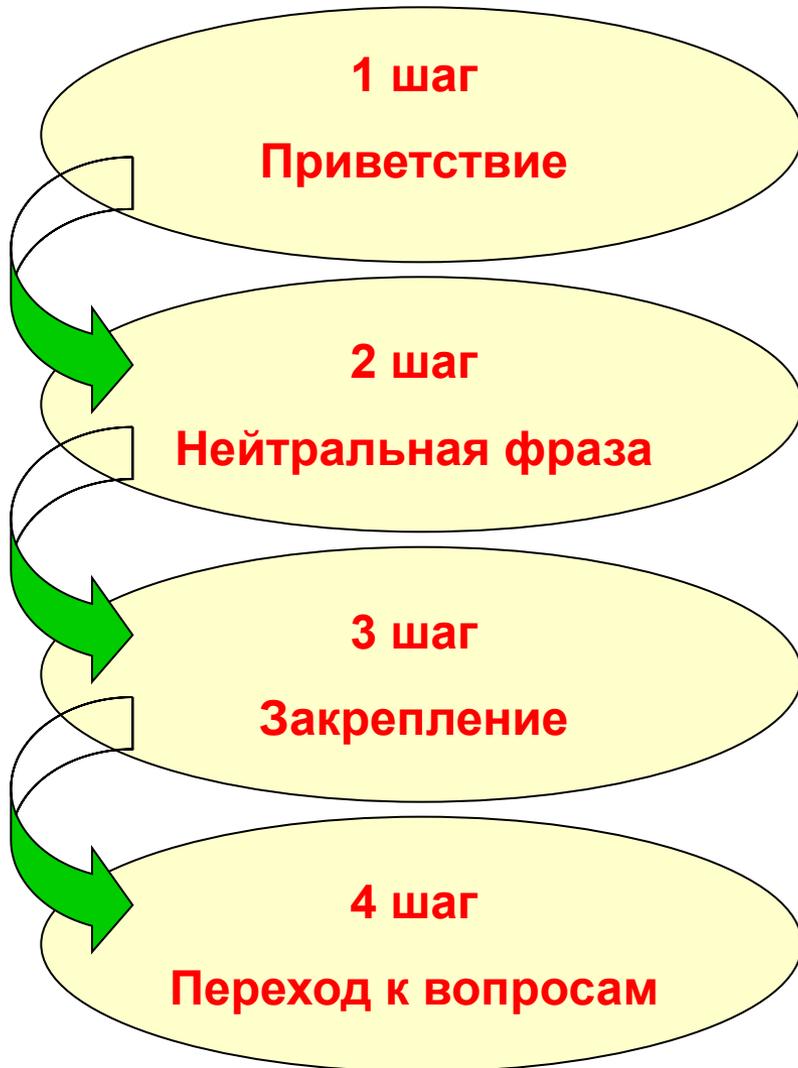
Основной принцип присоединения — подстроиться под такт и ритм вашего собеседника, который он уже создал. Следует стать ближе на уровне тела, дыхания, голоса, эмоций, лексики, убеждений и ценностей.

Нужно из категории «чужой» (в которой мы для покупателя состоим по умолчанию), перейти в категорию «свой» (то есть имеющий сходные ценности). Это необходимо, так как доверие к информации, поступающей от «своего», кардинально отличается от информации, которую дает «чужой».

Помните, что при отсутствии доверия уверенность и настойчивость чаще не убеждают, а раздражают.



Алгоритм контакта



Все начинается с простых и добросердечных фраз приветствия. Например: **Здравствуйте!** или **Добрый день!**

В этой фразе ничего нет о продаже, она нейтральна. Например: **Спасибо, что зашли к нам!** или **Вы наверное к нам в гости!**

Развиваем нейтральный диалог. Формируем позитив и приятное впечатление. Например: **Очень рады Вас видеть!** или **Гостям всегда рады!**

Постепенно переходим к выявлению потребностей. Например: **Какую мебель Вы хотели бы увидеть в первую очередь?**

Задания для самостоятельной работы

1. Выбери для себя нейтральную фразу. Поздоровавшись с покупателем, произнеси ее и развивай диалог. Помни при этом 5 правил контакта и выполняй их!
2. Обрати внимание на реакцию посетителей на Ваши слова. Всегда ли они находят отклик? Легко ли Вам устанавливать контакт?
3. Потренируйся устанавливать контакт, следуя алгоритму и соблюдая правила.
4. Выберите для себя не менее 3 различных нейтральных фраз для установления контакта. Отработайте их поочередно.

Вопросы для закрепления материала

1. Какие правила контакта Вы знаете?
2. Что включает в себя поведение консультанта в соответствии с правилом позитива?
3. От чего зависит уверенность консультанта в собственных силах?
4. Как Вы понимаете правило присоединения?
5. В чем заключается алгоритм контакта?



День 7-й

Вопросы для самостоятельного обучения:

- Выявление потребностей как самый продолжительный этап продажи.
 - Как возникают потребности.
 - Как мы узнаем эти потребности.
 - Типы вопросов.
 - Жизненная ситуация и вопросы, связанные с ней.
 - Вопросы о потребительских свойствах мебели.
 - Техника активного слушания.
-



Выявление потребностей – важный этап. Чтобы понять, какие потребности и мотивы у покупателя, мы задаем вопросы. Правильно выявленные потребности могут способствовать отсутствию возражений. По продолжительности это самый долгий этап – до 60% времени взаимодействия с покупателем.

Как возникают потребности



- Приобретение нового жилья.
- Рождение детей.
- Переезд на съемную квартиру.
- Обновление старой мебели.
- Изменение статуса.
- Другие ситуации.

Ощущения недостаточности чего-либо, проявляется в зависимости от ситуационных факторов.
Потребности порождают мотивы – это то, что заставляет принимать решение о покупке:

- Потребность в самореализации – Самореализация
- Потребность в уважении – Престиж
- Потребность в общении – Комфорт
- Потребность в безопасности – Безопасность
- Базовые потребности – Экономия

Это предварительное мысленное представление покупателем того, что он хочет, и за чем он пришел. Это совокупность критериев, по которым он будет делать свой выбор. Как правило, это:

- Эстетичность, – каким он видит облик своего выбора (стиль, материалы внешнего оформления, цвет, форма).
- Функциональность, - с какой целью он собирается выбирать мебель.

Как узнать о потребностях

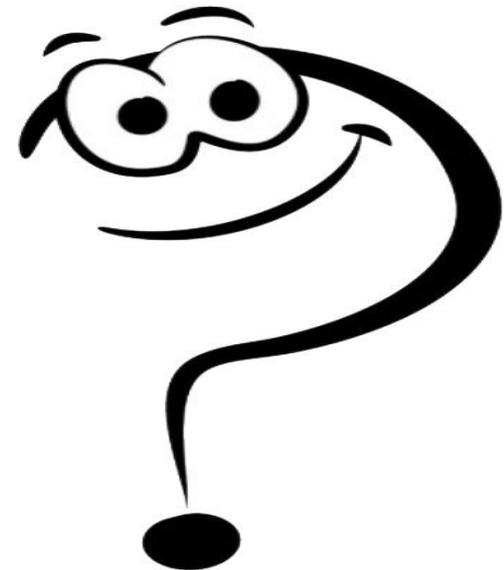
В момент установления контакта консультант даже и не предполагает, какой у покупателя набор этих «хотелок». Он не пытается, как экстрасенс отгадать их. Он просто задает вопросы. Внимательно выслушивает ответы. Уточняет. Снова задает вопросы. Как результат:

- Консультант четко представляет, что хочет покупатель, и зачем он пришел.
- Консультант имеет возможность показать покупателю конкретный образец в соответствии с его пожеланиями, а не водить его по залу, работая экскурсоводом и создавая кашу в голове своего клиента.
- Покупатель будет чувствовать, что его мнение важно, что ему не будут ничего навязывать и «впаривать».
- Отвечая на вопросы, покупатель сам разберется в тех деталях, которые раньше могли оказаться для него незначительными. Четко станет понимать: что же ему необходимо.
- В идеале будут одинаковые картинки «хотелок» в голове консультанта и покупателя, что сделает максимальной вероятность сделки (при наличии товара).

Основа успешности этапа:

- Умение задавать вопросы.
- Умение хорошо слушать (техника активного слушания).

Успешные продавцы задают на 63% больше вопросов (исследования на основе продаж в течение 12 лет в 23 странах с участием 10000 продавцов – проводились в 70-е годы прошлого века).



Типы вопросов

Открытые вопросы

На эти вопросы нельзя ответить кратко, словами ДА или НЕТ. Открытые вопросы позволяют получить более развернутую и подробную информацию о потребностях. Они мотивируют покупателя к разговору. Открытые вопросы являются предпочтительными для этапа выявления потребностей.

Закрытые вопросы

На эти вопросы можно ответить кратко, словами ДА или НЕТ. Закрытые вопросы являются предпочтительными для уточнения деталей и подробностей на этапе выявления потребностей. Уместно задавать закрытые вопросы при резюмировании.

Альтернативные вопросы

В альтернативных вопросах предлагаются уже готовые варианты ответов (2 или более). Остается только выбрать желаемый ответ. Данные вопросы можно задавать в случаях, когда покупатель не может найти ответ на поставленный вопрос. Задавая альтернативный вопрос консультант помогает покупателю.

Вопросы о жизненной ситуации

Помогут разобраться в потребностях вопросы по следующим направлениям:

- Для кого он будет выбирать мебель (для себя любимого или кого-то из родных и близких).
- Какую мебель он планирует покупать (диван, шкаф, кухня, что-то другое, несколько предметов мебели или гарнитур).
- Для каких целей он приобретает мебель (обустройство, замена устаревшей мебели, оборудование рабочих мест, что-то другое).
- Где эта мебель будет стоять.
- Какие характеристики мебели для него важны: внешний вид, престиж, надежность, удобство, долговечность, доступная цена.

Очень важно для продавца понять какую сумму денег покупатель планирует потратить на приобретение мебели. Здесь важно проявлять тактичность. Прямые вопросы типа «Какую сумму денег Вы готовы потратить?» недопустимы!

Вопросы о потребительских свойствах

Функциональность

Для какой цели покупаете диван (зачем)? Кому? Какой механизм трансформации предпочтителен? Какая необходима форма дивана? Какие должны быть габаритные размеры?

Эстетичность

Какой стиль будет предпочтительнее для Вас? Какая расцветка предпочтительнее для Вас? Что скажете о дополнительных элементах декора на фасадах? Будет ли сочетаться Ваша мебель с цветом ламината и обоев?

Эргономичность

Вы для кого выбираете диван? Какая степень упругости для Вас предпочтительнее? Какая посадка во время отдыха для Вас более привычная? Вы пользуетесь подлокотниками? Как часто диван будет раскладываться?

Безопасность

Что Вам известно о понятии – безопасность мебели? Важно ли для Вас применение экологически безопасных материалов? Не смущает ли Вас обилие стеклянных дверок на фасаде?

Надежность

Является ли надежность мебели важным критерием Вашего выбора? Что скажете? Для Вас важен срок эксплуатации мебели? Что можете сказать об увеличенном гарантийном сроке? Для Вас важно, чтобы мебель служила Вам долго?

Престижность

Для Вас имеет значение бренд? Какое значение при выборе мебели Вы уделяете престижности? Вы предпочитаете импортную мебель или мебель российского производителя? Важно ли для Вас восхищение Ваших гостей?

Техника активного слушания

Приемы активного слушания:

- Присоединение (смотри раздел о контакте).
- Обязательный контакт глаз.
- Поддакивание.
- Дословное повторение.
- Уточнение.
- Интерпретация (если я Вас правильно понял, то ... ?).
- Резюмирование (таким образом Вам необходимо ... ?).

Будьте внимательны к словам покупателя и покупатель почувствует доверие к Вам. Он увидит в Вас профессионала!



Задания для самостоятельной работы

1. Подумайте, какие вопросы Вы будете задавать, чтобы понять, каким бюджетом будет ограничена покупка. Помните, что напрямую задавать вопрос о том, сколько покупатель планирует потратить **категорически запрещается!**
2. Потренируйтесь разговаривать вопросами со своими коллегами. Просто задавайте им вопросы!

Вопросы для закрепления материала

1. Что является причиной возникновения потребностей у покупателя?
2. Каким образом консультант выявляет потребности покупателя?
3. Какие вопросы называют открытыми и когда их задают?
4. Какие вопросы называют закрытыми и когда их задают?
5. Какие вопросы называют альтернативными и когда их задают?



День 8-й

Вопросы для самостоятельного обучения:

- Презентация товара как этап продажи.
 - Правила презентации.
 - Алгоритм презентации.
 - Пример эффективной презентации.
 - Как лучше сказать о цене.
-



Презентация потребует от консультанта умения говорить. Говорить уверенно, красиво, убедительно!!!

Правила презентации

- Краткость – не более 5 минут. Не тяни кота за хвост – покупатель может устать слушать и убежать!
- Обязательный акцент на преимуществе товара и выгоду для покупателя.
- Уверенность изложения - говорите легко, красиво и уверенно и убедительно! Тренируйте свое ораторское мастерство.
- Ясность и простота (не умничай, скажи много усилий надо, чтобы диван разложить?).
- Сопровождение – демонстрация товара (попроси потрогать, открыть, разложить, предложи посидеть, полежать).
- Употребляй слова: ваш диван, ваш шкаф и т.д. Используй ключевые слова: «Ваш диван позволит ... вы сможете ...», «Это позволит вам ...», «Этот ... даст Вам возможность ...», «Вы всегда сможете ...».
- Своё личное отношение к продукту не подчёркивается.
- Название фирмы – производителя обычно называют в конце презентации.
- О цене не говорим!!! Она на ценнике!!!

Алгоритм презентации

1. В чем суть презентации - товар (его краткое описание).
2. Выгоды покупателя (какие потребности покупателя будут удовлетворены). Не менее 3 выгод.
3. В чем уникальность предложения (что покупатель получит в будущем – акции, гарантия, сервисное обслуживание и т.п.) или «Почему необходимо купить у нас и сейчас?». Не менее 3 причин купить у вас. Предупреждение о более дешевых недолговечных подделках.
4. Условия реализации предложения (порядок оплаты, рассрочки, кредит и т.д.).
5. Предложения по увеличению чека (сопутствующие товары – полочка, тумбочка, журнальный столик, пуфик и т. п.) и пробное побуждение к сделке.



Пример эффективной презентации

Пример презентации спального гарнитура «Лаура»:

Вот Ваш замечательный спальный гарнитур.

Кровать, шкаф, комод, прикроватные тумбочки. *Это суть предложения.* Откройте шкаф, прилягте на кровать, почувствуйте себя в окружении роскоши.

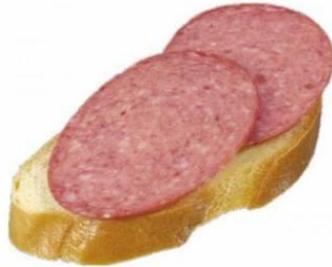
Выбирая «Лауру», Вы получаете радость от покупки и неповторимый, престижный интерьер Вашей спальни. Вы получаете возможность почувствовать себя в роскошных апартаментах, что подчеркивается оригинальным дизайном спальни. Гарнитур пользуется популярностью не только в России, но и за ее пределами. *Это выгоды от приобретения, то за что человек отдает 400 000 рублей.* Эту спальню можно увидеть в Йошкар-Оле только у нас. Наш салон работает непосредственно с фабрикой,

изготовителем гарнитура. Именно поэтому, имея определенные договоренности с производителем, мы можем предложить такую низкую цену и гарантийные обязательства. Доставка и сборка будут для Вас бесплатными. Кстати сегодня скидка на эту коллекцию 50%. Вы получите серьезную экономию!»

Это о нашей уникальности. Вы можете рассчитаться удобным для Вас способом. Как Вам будет удобнее? Наличными или пластиковой картой? *Это порядок оплаты.* Будем оформлять? Кстати заодно и матрац подберем! *Пробное побуждение к сделке и попытка увеличения чека.*

Как сказать о цене

Метод бутерброда



Называется выгода,
а только потом цена.

Ваш диван всегда
позволит разместить
на ночь Ваших
гостей всего за 9 999
рублей.

Метод сэндвича



Называется выгода,
затем цена, затем
снова выгода.

Радость, наслаждение
интерьером обойдется всего
в 86000 рублей. Этот
выбор выгодно
подчеркнет Ваш статус
и вызовет восхищение
Ваших гостей.

Метод деления цены



Хорошо работает,
когда покупатель
делает большую
покупку.

Фактически, если
разделить стоимость
гарнитура на 12
месяцев, Вы платите
всего 12 000 рублей в
месяц.

Задания для самостоятельной работы

1. Подумайте, какие выгоды и ценности получит покупатель от приобретения мебели, которая выставлена на Вашей экспозиции!
2. Найдите уникальность Вашего предложения по каждому предмету мебели, выставленной на экспозиции.

Вопросы для закрепления материала

1. Какие правила эффективной презентации Вы знаете?
2. Какие навыки важны для продавца на этапе презентации?
3. Алгоритм презентации?
4. Как Вы понимаете побуждение покупателя к взаимодействию с мебелью?
5. Какие Вам известны способы позитивного доведения стоимости мебели?



День 9-й

Вопросы для самостоятельного обучения:

- Возражения и когда они возникают.
 - Причины возражений, открытые и скрытые возражения.
 - Что нельзя делать при обработке возражений.
 - Алгоритм работы с возражениями.
 - Пример работы с возражениями.
-



Возражения – это субъективные взгляды клиента, мешающие ему сделать покупку. Как правило – возражение это форма вопроса! Вопросы к себе - правильно ли я поступлю, если отдам за это... свои деньги? Звучит возражение как правило, как утверждение – «Это дорого», «Меня смущает качество», «Мне надо подумать» и т.д.

Причины возражений

- Покупатель не получил необходимую информацию.
- Покупатель Вам не доверяет.
- Покупатель сомневается, в его голове «каша».
- Покупатель имел негативный опыт.
- Консультант не правильно понял потребности клиента и пытается предложить то, что не устраивает покупателя.
- Консультанту не удалось на этапе презентации показать покупателю все выгоды от приобретения товара.

ВОЗРАЖЕНИЯ БЫВАЮТ:

- **Объективные и открытые.** Покупатель говорит, что шкаф не подходит. Размер шкафа по длине 2,8 метра, а место где планируется его поставить всего 2,75 метра. С этим ничего не поделать. Вопрос: как получилось, что покупателю предложили такой шкаф?
- **Скрытые.** Покупателя приняли за состоятельного человека и предложили мебель класса Премиум. С одной стороны покупатель не может потратить таких денег на мебель, С другой стороны ему неприятно сообщать об этом консультанту. Покупатель говорит – я должен подумать и взвесить. Вопрос: почему покупателю была предложена мебель класса «Премиум»? И более сложный вопрос: как узнать, что скрывается за возражением – мне надо подумать?

ЗАПРЕЩАЕТСЯ!!!

- Проявлять недовольство и нервозность (слова, взгляд, мимика, поза, жесты).
- Перебивать клиента.
- Спорить с клиентом.
- Доказывать, что клиент неправ.
- Использовать слова: нет, это не так, не согласен, вы не правы и т.п.



Алгоритм работы с возражениями

1. **Выслушивание.** Внимательно слушай и не перебивай. Покажи заинтересованность и радость от возражения. Когда возражают – это здорово. Намного хуже, когда молчат и уходят. Если человек возражает, значит он заинтересован в диалоге. Укрепите его в правильности решения о покупке.
2. **Уточнение и диагностика (можно сделать перевод во встречный вопрос).** Постарайтесь понять, что это за возражение, открытое или скрытое. Это можно сделать с помощью уточняющих вопросов. Резюмируйте возражение.
3. **Принятие стороны оппонента или формула согласия (согласие, но не в вопросе возражения).** Самый сложный шаг. Нам надо произнести фразу согласия – да, я согласен (согласна), но при этом согласие должно быть в отношении того, с чем можно согласиться. **Например: Нам говорят, что это очень дорого. Мы соглашаемся, что покупатель должен знать, за что он платит деньги.**
4. **Комплимент.** Комплимент всегда уместен. Доброе слово и кошке приятно!
5. **Аргументация (имейте боезапас).** Здесь мы приводим аргументы (их должно быть не менее 3-х, но можно и больше), которые делают возражение несостоятельным.
6. **Закрытие вопроса.** Закрытие осуществляется универсальной фразой – «Я ответил (ответила) на Ваш вопрос?».

Пример обработки возражения

Пример обработки возражения по качеству по пунктам алгоритма:

- 1. Покупатель говорит** – Я слышал, что мебель этой фабрики недолговечна. Она часто ломается даже в период гарантийного срока. Очень много было плохих отзывов об этих диванах. **Скрытое возражение.** Покупатель не в полной мере доверяет консультанту и хочет получить дополнительное подтверждение правильности своего выбора. **Консультант** внимательно выслушивает и не перебивает (Выслушивание).
- 2. Консультант** – Вы действительно уверены, что слышали подобную информацию именно об этой фабрике (Уточнение)? **Покупатель (неуверенно)** – Кажется, да. **Консультант** – Если я Вас правильно понимаю, это единственное что Вас смущает? **Покупатель (уже уверенно)** – Да!
- 3. Консультант** – Я абсолютно с Вами согласна! Для покупателя очень важно выбрать качественную мебель и получить удовлетворение от покупки (Согласие). Здесь для консультанта чрезвычайно важно произнести слова – я с Вами полностью (абсолютно) согласна. Причем консультант соглашается не с предметом возражения, а с тем, что для покупателя это важный вопрос. Произнося формулу согласия консультант полностью избегает ситуации спора или попыток доказать свою правоту.
- 4. Консультант** - Это даже хорошо, когда покупатель задает такие вопросы (Комплимент)!
- 5. Консультант** – Мне очень приятно, что я могу развеять Ваши опасения. С этой фабрикой мы работаем напрямую около 10 лет, и за все время не было ни одной претензии по качеству. В изготовлении данной модели применяются только качественные материалы и фурнитура, на производстве уже более 2 лет действует европейская система контроля. Уверенная в качестве выпускаемой продукции, фабрика установила серьезный гарантийный срок на все свои изделия. Действительно на рынке иногда появляются подражания данной модели, сделанные в кустарных условиях. Об этих подражаниях, Вы, наверное, и слышали (Аргументация).
- 6. Консультант** – Я ответила на Ваш вопрос (Закрытие). **Покупатель** – Да!

Задания для самостоятельной работы

1. Продумайте и подготовьте формулы согласия по наиболее частым возражениям (по цене, по качеству, по предложениям конкурентов).
2. Подготовьте не менее пяти аргументов по обработке наиболее часто встречающихся возражений.

Вопросы для закрепления материала

1. Что такое возражения и почему они возникают?
2. Чем отличается открытое возражение от скрытого?
3. Что запрещается делать при обработке возражений?
4. Как обработать возражения по алгоритму?
5. Можно при принятии стороны оппонента согласиться по существу возражения?



День 10-й

Вопросы для самостоятельного обучения:

- Сделка – как заключительный аккорд в коммуникации с покупателем.
 - Алгоритм сделки.
 - Признаки готовности покупателя к сделке.
 - Волшебное слово консультанта и важность его применения.
-

Сделка является заключительным этапом непосредственной коммуникации консультанта и покупателя. Результат сделки (состоялась или нет) показывает профессионализм и состоятельность консультанта.



Алгоритм сделки

- Диагностика готовности клиента к совершению сделки. Вопросы клиента иссякли. Клиент Вас услышал. Его устраивает Ваше предложение. Он увидел свои выгоды и интересы.
- Побуждение к сделке. Хорошо работает вопрос, дающий выбор без выбора. Например: Вам удобнее рассчитаться наличными или по карте? Вам удобнее оплатить Ваш выбор сразу или желаете внести залог?
- Резюмирование сделки. Уточнение порядка заключения договора, сроков и условий доставки и т.д. Обязательно взять контакты!!!
- Благодарность за покупку.
- Compliment.
- Прощание.

**Помните: Хорошо
попрощаешься, быстрее
поздороваясь!!!**

Довольный клиент расскажет о Вас
4-м своим знакомым. Недовольный
будет говорить 12-ти!!!



Признаки готовности покупателя к сделке

Важно уловить момент, когда покупатель готов к сделке, готов, чтобы в необходимый момент предложить оформить ее. На эту готовность могут указывать следующие признаки:

- Покупатель начинает сам нахваливать товар, который мы ему презентуем.
- Покупатель интересуется формой оплаты.
- Покупатель интересуется сервисными услугами.
- Покупатель не хочет уходить от модели, встает и снова садится на диван, закрывает и снова открывает дверки шкафа.

Это говорит о том, что пора делать предложение о покупке, пока клиент "горячий" (а он может остыть).



Волшебное слово консультанта

Помните, что покупателя необходимо подталкивать к покупке! Побуждайте его!!!

Произносите волшебное слово консультанта:

**«БУДЕМ
ОФОРМЛЯТЬ!!!»**



Задания для самостоятельной работы

1. Обратите внимание на покупателя после произнесенного Вами волшебного слова.
2. Попробуйте в процессе взаимодействия использовать альтернативный вопрос: «Вам удобнее рассчитаться наличными или будете оплачивать картой?». Обратите внимание на реакцию и ответ покупателя.

Вопросы для закрепления материала

1. Назовите действия консультанта по алгоритму сделки.
2. Какие признаки готовности покупателя к сделке Вы знаете?
3. Как звучит «волшебное слово» консультанта?



Успешных продаж!!!

