Добро пожаловать !

Дорогой коллега!

Мы рады приветствовать Вас в Компании !

Главной ценностью нашей Компании является дружная энергичная команда профессионалов!

Благодаря профессионализму и энтузиазму своих сотрудников Группа компаний СКС более успешно развивается, легко адаптируется в сложных и постоянно меняющихся условиях современной жизни и уверенно занимает передовые позиции.

Вас ждёт увлекательная работа со множеством интересных и перспективных задач, способствующих Вашему развитию и развитию Компании!

С любым вопросом Вы всегда можете обратиться к своему непосредственному руководителю, специалисту отдела персонала, либо к сотруднику по телефону.

Будьте профессиональны, эффективны, ориентируйтесь на клиента, цените время, и успех Вами обязательно будет достигнут!

Наша миссия – счастливый клиент!

Наш девиз – быть первыми, лучшими во всем, предвосхищать будущее, действуя на шаг вперёд!

Мы постоянно совершенствуемся.

В основе нашей Компании лежат взаимное уважение и доверие.

Наш основной приоритет - довольный Клиент.

Знакомство

«Расскажи про соседа»

Разбиваемся на пары. Вы общаетесь 3-5 минут и каждый представит своего партнера, расскажет, есть ли у него опыт в продажах

Цель продаж

Что такое «Правильные продажи?»

Каждый из нас ежедневно по несколько раз принимает участие в процессе продаж, как минимум, в качестве клиента. И каждый из вас с позиции клиента точно знает, какими должны быть правильные продажи.

Поэтому мы сейчас ВМЕСТЕ сформулируем все основные принципы и этапы продаж. Вспоминая, анализируя и систематизируя информацию.

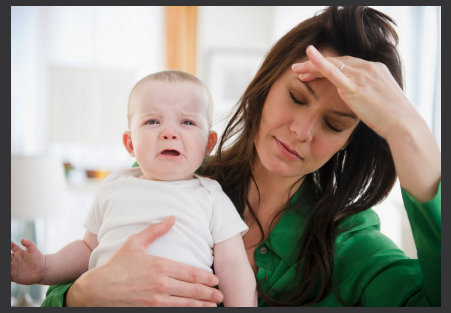
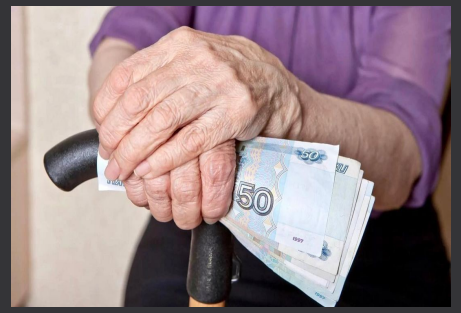
Какова главная цель продавца и покупателя?

Что выберете ВЫ, совершая покупку?

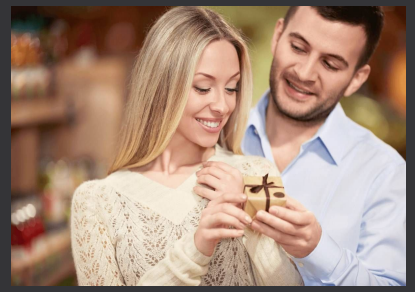
Что выбирает каждый покупатель???

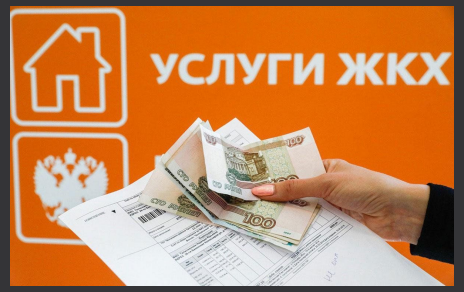
Портрет клиента СКС Ломбард

Кто эти люди? За какими эмоциями они приходят?

С какими эмоциями они должны уйти?





Именно эти эмоции ему и нужно дать, когда он к нам приходит. Уделить ему внимание, проявить ЭМПАТИЮ!!! Искренне помочь решить его проблему!!!
Запомните, в большинстве случаев запомнятся не ваши слова, а эмоции, которые испытал человек!

Этапы продаж

1 ЭТАП – Приветствие, установление контакта.

Как с вами должны поздороваться, когда вы приходите?

Мы даем клиенту почувствовать его значимость, что мы его заметили.

2 ЭТАП – Выявление потребностей.

Как выявить потребность?

Преимущество работы в ломбарде – человек уже готов к покупке/продаже. Клиент уже имеет представление, зачем он здесь.

Закрытые и открытые вопросы.

Закрытые и открытые вопросы

- ОТКРЫТЫЕ ВОПРОСЫ

Что? Где? Когда? Как? Расскажите? Какие? Кому? ...

На них мы получаем более развернутые ответы. Они самые информативные!!

Например, для кого подбираете украшение?

- ЗАКРЫТЫЕ ВОПРОСЫ

«Да» или «Нет». Или предоставляется выбор.

Носят уточняющий характер и подводят людей к более конкретным ответам.

Например, вас интересуют золотые или серебряные браслеты?

Когда применять закрытые вопросы:

1. Клиент не хочет отвечать на открытые вопросы:

- клиент не разговорчив, замкнут
- у него мало времени
- не доверчив и сознательно дает мало информации

2. Клиент очень болтлив, но не дает полезной информации

- закрытые вопросы смогут удержат в нужном русле.

Старайтесь задавать меньше вопросов, на которые можно ответить НЕТ !!!

При общении включайте **шутки** в разговор, если они уместны. Растопите лед.

Чтобы человек раскрепостился и не чувствовал себя, как на допросе. Добавляйте эмоции в свои вопросы и **активное слушание.**

- Печальная история.
- Здорово! Какой отличный повод сделать подарок!

Чем больше вы включаетесь эмоционально в общение с клиентом, тем точнее сможете выявить потребности – тем меньше потом будет возражений!!!

3 ЭТАП – Презентация.

Задавая вопросы и слушая, вы ПОНЯЛИ, ЧТО хочет клиент.

Дальше презентацию строим исходя из ЕГО системы ценностей.

Например:

Если подбирает украшение себе, то смотрите, какой стиль одежды предпочитает человек. Что носит, золото или серебро, с камнями или без и тд.

Если берет в подарок, то кому, по какому случаю, какой возраст и тд.

Не стоит слишком много говорить и расхваливать свой товар. Предложили – смотрите и слушаете ответную реакцию. Смотрим на КЛИЕНТА!!

Считываем его невербальные сигналы.

4 ЭТАП – Работа с возражениями.

А) Принятие.

Выслушать возражение и принять его. КОМПЛИМЕНТ сделать за возражение! Привести личный пример.

- Хорошо, что вы это сказали…

- Я бы на вашем месте так же думал…

- Приятно иметь дело с человеком, который вдумчиво выбирает.

Например, клиент говорит – нужно подумать. - Я бы удивился, если бы вы сразу согласились.

Б) Присоединение.

- Именно поэтому…

- Согласитесь, что…

- И при этом…

- Однако..

НИКАКИХ «НО» !!!

На данном этапе можно задавать уточняющие вопросы.

В) Аргументы, устранение причины возражения

Возражение – это НЕ отказ. Наоборот, это источник новой информации о клиенте. Значит, ему можно что то предложить, если снять его вопрос.

Ни в коем случае нельзя спорить с клиентом!!!

Возражение «Это дорого»

Здесь нам надо продать разницу в цене.

У каждого товара/услуги есть свои плюсы и минусы.

Лично ВЫ за что готовы заплатить больше?? В каких случаях??

Наводящий вопрос: Скажите, а с чем вы сравниваете?

Например:

- У вас украшения дороже. – А с кем вы сравниваете? – «Название»

- Да, согласна с вами. Вижу, вы хорошо изучили этот вопрос! Я бы сам поступил так же на вашем месте. Однако, в отличие от другой сети мы гарантируем качество наших украшений….

Или:

- У конкурентов дают больше за это украшение. – Да, вы совершенно правы, там предлагают большую цену. При этом там и процентная ставка больше. А значит вам придется заплатить бОльшую Комиссию, когда будете выкупать украшение. И обойдется вам в итоге все еще дороже.

Выясните, с чем сравнивает клиент. Некоторые пытаются сравнивать **только цены**. Тут можно сравнить свойства, преимущества, другие выгоды.

Возражение «Я пока просто смотрю»

Например:

- Отлично! Какие именно украшения вас интересуют? У нас сейчас хороший выбор колец с драгоценными камнями. Можно подобрать в любом ценовом диапазоне.
- Отлично! Обратите особое внимание на…

Не ленитесь показать клиенту украшения, рассказать про акции и тп. Даже если вы знаете, что он сейчас не будет ничего покупать.

Он запомнит эмоции, качество обслуживания и если далее возникнет потребность, он придет сразу к нам!

5 ЭТАП – Завершение продажи.

Когда вы получаете невербальные сигналы, что клиент уже готов сделать выбор, либо слышите, что возражения иссякли, можно завершать продажу.

Например:
Альтернативное завершение - вы берете и кольцо и браслет?

Прямое завершение - я сейчас вам пробью украшение. Или: Я за пару минут все вам оформлю, можно ваш паспорт?

ГРУППА КОМПАНИЙ

Спасибо за внимание!!!