

Основные вопросы Скрипты

Базовая схема продаж для Event и Проката

№ этапа	Описание этапа	Цель	Примечание
1	Приветствие. Здороваемся с клиентом по имени и представляемся.	Вежливое установление первичного контакта	
2 и 3	Выявление потребности и реальной боли	Понять, что <u>действительно нужно</u> клиенту. Выяснить главное – то, <u>что он ждет</u> от товара!	УТП должно быть <i>зеркалом потребности</i> . Выяснили, что нужен <u>квадрокоптер</u> с лучшим качеством съемки, – предлагаем именно такой и делаем на этой характеристике <u>главный акцент</u> .
4	Презентация продукта	Показать преимущества (в свете боли) + характеристики + полезные особенности товара/услуги. КП.	Цель менеджера – продать товар/услугу, но только с позиции закрытия боли и потребностей! Не <u>впаривать</u> все подряд, а точно закрывать боль + потребность!

5	Отработка возражений	Снять возражения с помощью конкретных фраз, не дать клиенту усомниться в качестве/надежности/цене/компании.	
6 (Прокат)	Закрытие сделки	С помощью СТА и закрывающего вопроса оформить сделку.	



Общие рекомендации для построения диалога



Диалогом должен управлять менеджер, а не клиент. Не клиент выпытывает у менеджера информацию, а менеджер поэтапно ведет клиента к закрытию заказа. В конце каждого предложения/блока информации лучше использовать открытый или закрывающий вопрос («Вы бы хотели печатать фотографии или достаточно отправки на электронную почту?», «Оформим аренду квадрокоптера?» и т. д.).

NO!

Лучше не использовать слово «нет» как утверждение. Даже если условного квадрокоптера X действительно нет в наличии, стоит сначала точно выяснить, что важно, а потом строить предложения с такой структурой: «Такая модель отсутствует, но раз вы хотите качественную съемку, вам подойдет квадрокоптер Y. Это сверхпопулярная модель как раз с функцией ____, которая вам нужна».

Важные особенности этапов по Прокату и Event'у



В прокате лучше стремиться к закрытию сделки день в день/на следующий день. По статистике, общение больше 1-2 дней редко приносит результат.



В event'е клиент "созревает" намного дольше. Не нужно любыми путями пытаться закрыть заказ в день обращения, а если не получилось это сделать – ставить на клиенте крест! Задача – оставаться с клиентом на связи, не топорно, а аккуратно напоминать об услуге, давать полезную информацию (дозированно), "угощать" скидками (если таковые появляются) и фото. Общение может продолжаться 3, 5, 7, 10 дней – и это нормально!



Event! Очень важно!

- Менеджер должен озвучить цену во время 1 разговора с клиентом!

Воронка продаж. Стадии.



Квалификация клиента по важности



Когда нужна техника?

Какой бюджет?

Когда состоится мероприятие
(для заявок по Event)



Особенности работы по направлению «Прокат»

На 1 странице вы изучили этапы продаж. В прокате они аналогичны Event. Разница в формате (сжатом диалоге), конкретных тезисах (будут ниже) и продолжительности общения. Рассмотрим все этапы на схеме.

Презентация. Скелет и ключевые моменты.

Каждый менеджер должен (независимо от типа клиента, хода диалога, обстановки и т. д.):



Рассказать о богатой комплектации



Объяснить, что при выдаче товара мы все расскажем, покажем, научим пользоваться техникой



Ориентироваться на шаблоны (не обязательно следовать им 1-1, но нужно стараться использовать главные тезисы!). *Шаблоны под каждый товар вы найдете ниже.*

Отработка типовых возражений

Возражение	Варианты ответа	Действия менеджера
У вас товары «сильно б/у»/сломанные/грязные/не все функции работают.	Вся техника после каждого клиента проходит полную техническую проверку. Мы вам дадим «чистую» и на 100% рабочую модель.	Можно отправить живые фотографии техники, чтобы клиент убедился
Я подумаю	Скажите, наше предложение вас не устроило из-за цены или по другим причина? Если вы расскажете, я уверена: мы найдем для вас правильный вариант под любой запрос.	Предложить скидку до 30% (внимание: скидку можно предлагать только как последний шанс закрыть сделку и только когда клиент точно собрался заканчивать беседу!).
	Позвольте узнать, над чем именно? Я могу предложить лучшие условия, если пойму, какие у вас сомнения.	
У других компаний дешевле/удобнее	Клиент, мы предлагаем очень богатую комплектацию (перечислить) и что самое важное – не берем залог (при аренде <u>электросамокатов</u> – берем)! Если вам кто-то предложил цену меньше с такими же опциями, скажите, кто. Если это так, мы сделаем вам эксклюзивное предложение!	Предложить скидку до 30% (внимание: скидку можно предлагать только как последний шанс закрыть сделку и только когда клиент точно собрался заканчивать беседу!).
Брошенная трубка	-	Перезвоните. Вдруг просто деньги на балансе кончились или сеть пропала.