

КУЛЬТУРА ПРОДАЖ

Как продавать лучше?

- Продажа- это процесс удовлетворения клиента за деньги.

Участники процесса:	
Продавец	Клиент
Продавцы делятся на:	
Подавец	«Пока не пнёшь не полетит»
Консультант (call центр)	Отлично знает продукт
PROдавец	Решает задачи клиента

Критерии результата?

Критерии результата

- ▣ 1. Договор заключен
- ▣ 2. Деньги на счету
- ▣ 3. Клиент получил услугу или продукт
- ▣ 4. Все потребности клиента удовлетворены

Этапы продажи

1. Подготовка	5. Предложение
2. Установление контакта	6. Работа с требованиями и возражениями
3. Формирование лояльности	7. Завершение сделки
4. Выявление потребностей	8. Технология увеличения продаж

Подготовка к продаже

Подготовка к продаже делится на :

Техническую:

1. Знание продукта

2. Информация о конкурентах

3. Знание рынка

4. Актуальные задачи

5. Материалы для продажи

Эмоциональную:

1. Эмоциональный настрой

2. Рабочий настрой

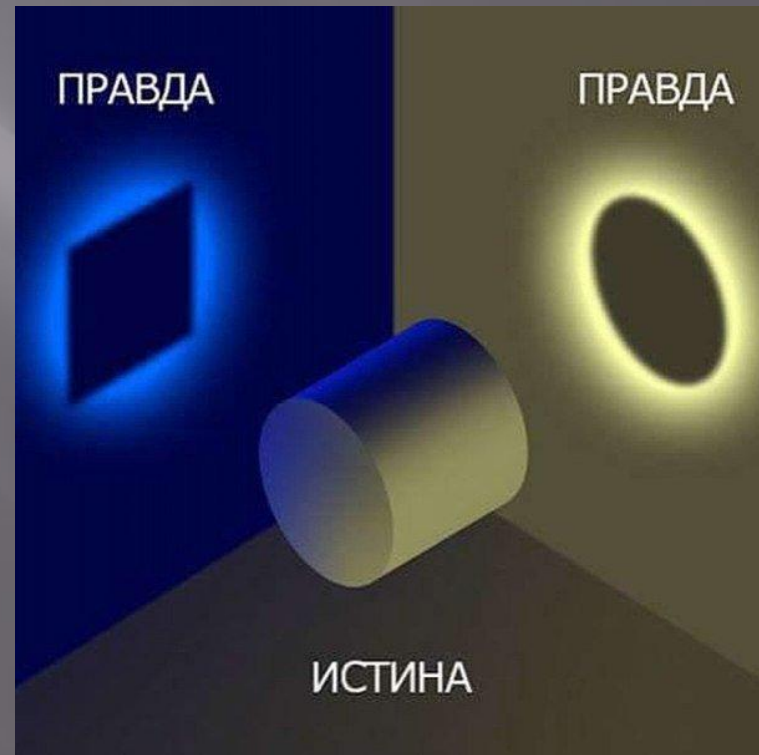
Лист сбора информации

Что нужно узнать?	Как это узнать?
Бюджет	
Категория услуги	
Критерии выбора	
Марка-идол	
Сценарий использования	

Осознанность в продажах

- ▣ Культура продаж- это вести себя так, как будто клиент видит, слышит и все ваши мысли приходят ему в мессенджере.
- ▣ 1. До звонка клиенту
- ▣ 2. Во время работы с клиентом
- ▣ 3. После конца рабочего дня
- ▣ 4. После закрытия сделки

- Объективная восприятие: видеть мир глазами клиента.



Настрой на работу

- ▣ Событие
- ▣ Оценка (выбор)
- ▣ Отношение
- ▣ Эмоции
- ▣ Реакции
- ▣ Поведение
- ▣ Результат

Установление контакта

- ▣ Контакт- установленный двухсторонний обмен информацией.
- ▣ При личном контакте:
 - ▣ 1. Логический (вербальный)
 - ▣ 2. Вокальный (аудиольный, паравербальный)
 - ▣ 3. Визуальный

Основные моменты При установлении контакта и общения с клиентом

- ▣ 1. Улыбка в голосе
- ▣ 2. Эмоциональная речь
- ▣ 3. Дать понять клиенту, что вы хотите помочь ему
- ▣ 4. Завершение монолога вопросом

Получение потребности

- ▣ Потребность – это точка соприкосновения компании и желания клиента.
- ▣ Выявления потребности- это процесс задавания вопросов направленный на получение позиций и интересов клиента.

Вопросы?

Типы вопроса	Как задавать?	Для чего?
Открытый (ответ, рассказ)	Расскажите; что; как; зачем; почему; когда; для чего и т.п.	Для получения информации
Закрытый (да или нет)	Да; нет	Для подтверждения
Альтернативный	Два варианта ответа	Дать выбор нужный нам
Еврейский	Нужное позитивное утверждение. «Не так ли?»; «Ведь так?»	Для убеждения

СПВК

- Свойство- это неотъемлемая характеристика услуги
- Преимущество- это, как работает свойство, что оно даёт
- Выгода – это то, что хочет клиент (удовлетворение его потребности)
- Контроль- это побуждение клиента дать обратную связь

Возражения. Требования

- ▣ Возражение- это сигнал от клиента, о том, что ему не хватает ценностей.
- ▣ Причины возникновения:
 1. Недоверие
 2. Непонимание
 3. Невозможность принятия решения

Как работать с требованиями?

- ▣ 1. Выявление истинного возражения (что больше всего смущает)
- ▣ 2. Присоединение (я вас понимаю)
- ▣ 3. Уточнение (открытый вопрос)
- ▣ 4. Аргументация + ценности
- ▣ 5. Контроль

Техники аргументации

- ▣ 1. Расчётный метод
- ▣ 2. Обратный метод
- ▣ 3. Капельный метод
- ▣ 4. Сравнение
- ▣ 5. Пример третьих лиц
- ▣ 6. ПолуНельсон

Типы сигналов интереса

- ▣ 1. Вопрос уточнения
- ▣ 2. Утверждение
- ▣ 3. Жест или мимика (при личной встрече)
- ▣ 4. Действие

Техника завершения продажи

Техника	Описание
Прямая	Я вам направляю договор на заключение?
Альтернативное завершение	Какая форма оплаты вам удобна?
Действие	Когда начинаем развозку? Когда заселение?
Критическая	Пока транспорт и общежитие свободно нужно брать
Экспертная	Я считаю, что этот вариант вам подойдет.
ПолуНельсон	Если я «выбью» для вас скидку, то мы заключаем договор?

Техника увеличения продаж

- ▣ 1. Какая была цель?
- ▣ 2. Какой результат достиг?
- ▣ 3. Что способствовало это результату?
- ▣ 4. Что я в следующий раз сделаю лучше?
- ▣ 5. Ставлю ли я цель на новую продажу?

кто хочет- ищет пути.

кто не хочет – ищет причины.