

Активные продажи

Стиль тигра



Компетенции менеджера по продажам



Коммуникативные:

- Умение задавать вопросы
- Умение слушать и слышать
- Умение поддерживать разговор

Социальные:

- Умение держать внешний вид.
- Умение Демонстрировать уверенность
- Умение проявлять интерес

Профессиональные:

- Знать цикл продаж
- Следовать циклу продаж
- Умение убеждать
- Знание продукта, рынка, клиента
- Умение работать с возражениями

Теория продаж

□ ПРОДАВЕЦ ПРОДАЕТ

1) СЕБЯ

2) ФИРМУ

3) ТОВАР



ПОДГОТОВКА

ПОИСК КЛИЕНТОВ

ХОЛОДНЫЕ КОНТАКТЫ

ЛИЧНАЯ ВСТРЕЧА

**ВЫЯСНЕНИЕ
ПОТРЕБНОСТЕЙ**

ПРЕЗЕНТАЦИЯ

**РАБОТА С ВОПРОСАМИ
И ВОЗРАЖЕНИЯМИ**

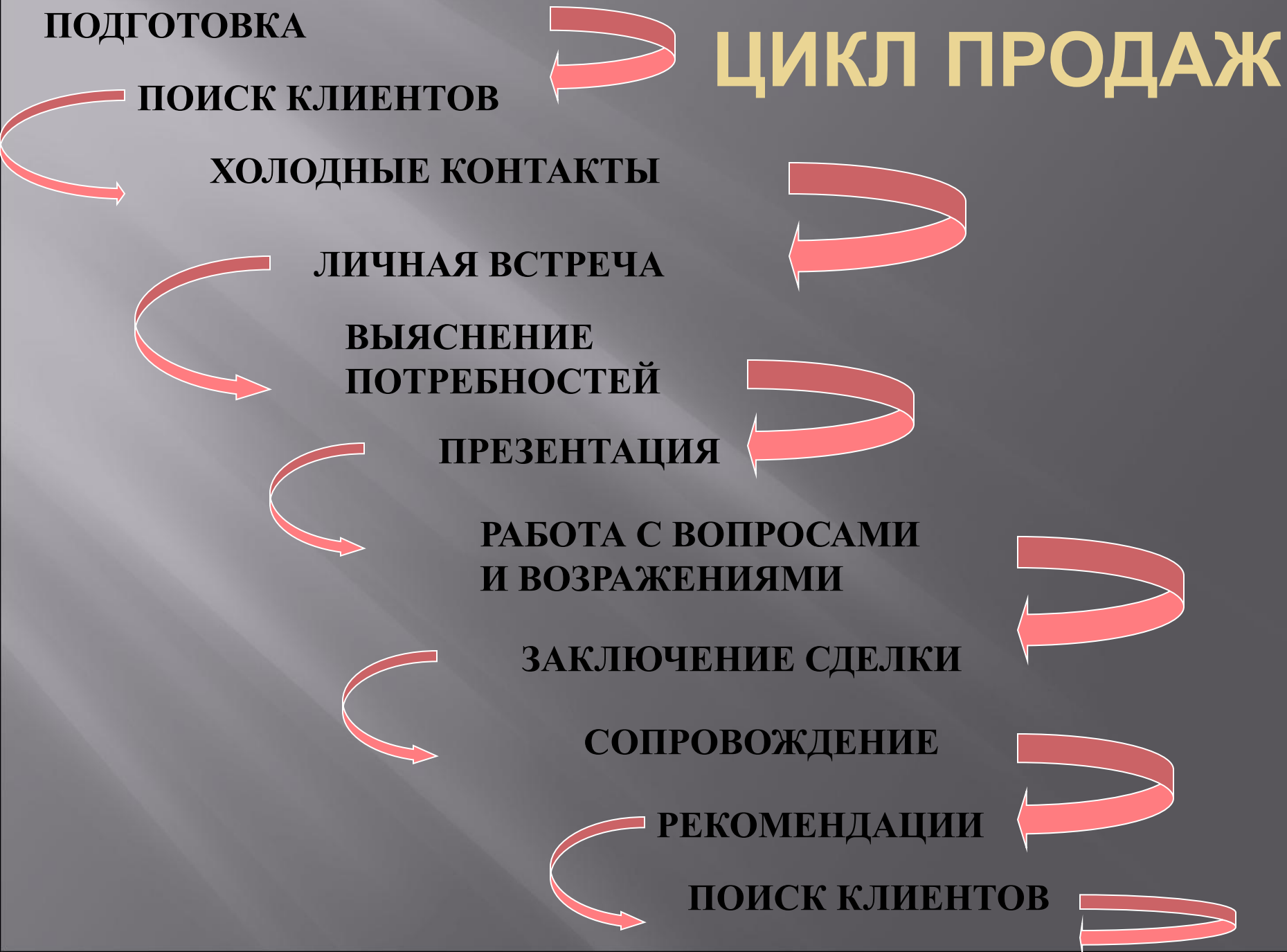
ЗАКЛЮЧЕНИЕ СДЕЛКИ

СОПРОВОЖДЕНИЕ

РЕКОМЕНДАЦИИ

ПОИСК КЛИЕНТОВ

ЦИКЛ ПРОДАЖ



ПОДГОТОВКА

СТРОЙ И ЕГО ЭЛЕМЕНТЫ

Строй - установленное Уставом размещение военнослужащих, подразделений и частей для их совместных действий в пешем порядке и на машинах.



Интервал - расстояние по фронту между военнослужащими (машинами), подразделениями и частями.



Шеренга - строй, в котором военнослужащие размещены один возле другого на одной линии на установленных интервалах.
Линия машин - строй, в котором машины размещены одна возле другой на одной линии



Ширина строя - расстояние между флангами

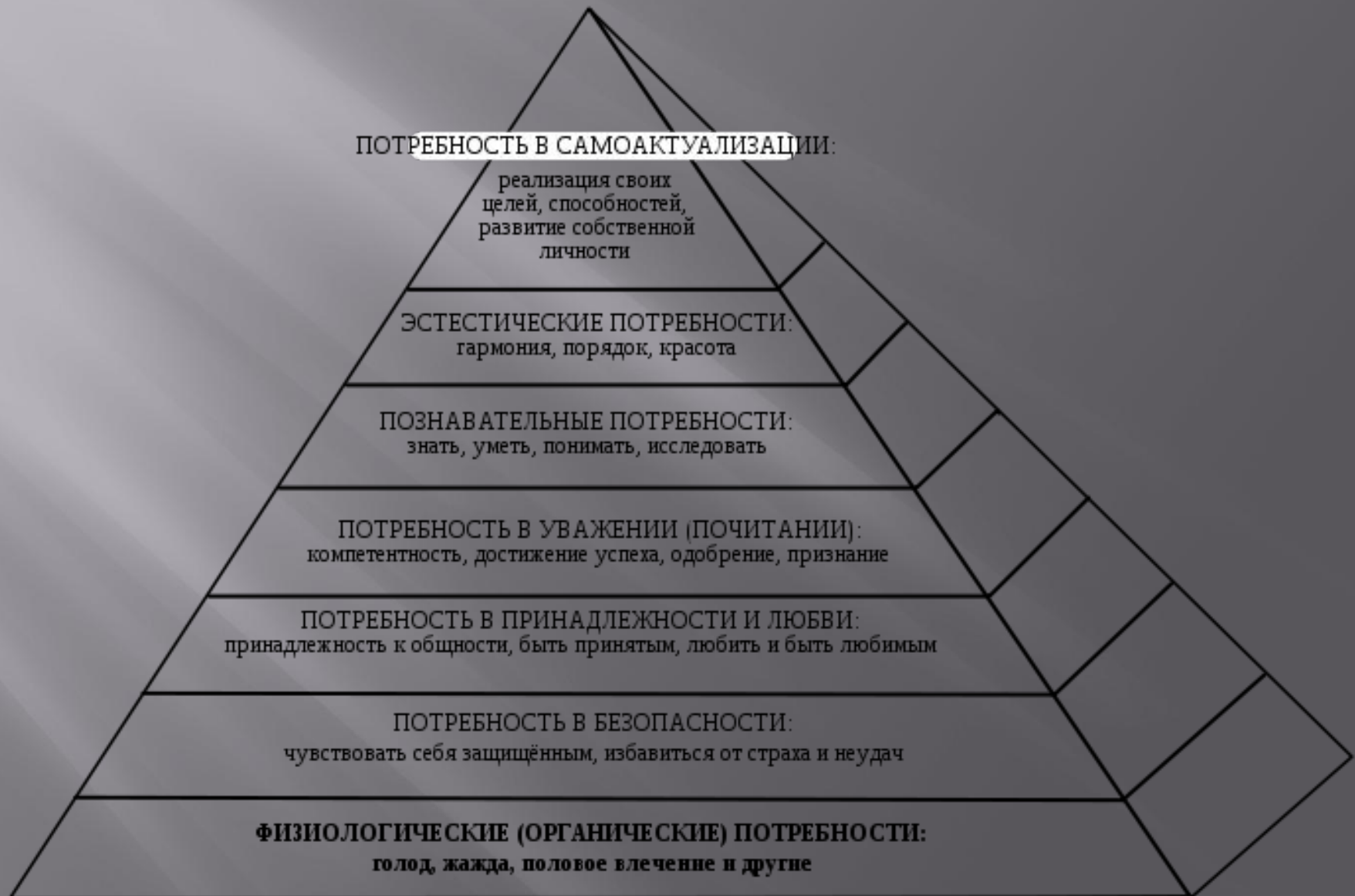


(с) mev
<http://chenado.net>

Подготовка бывает

- **ПСИХОЛОГИЧЕСКАЯ** (Потому что я лучший, и я лучший потому что)
- **БРЕНД**
- **ИЗУЧЕНИЕ ПРОДУКТА (ТТХ)**
- **ИЗУЧЕНИЕ СИТУАЦИИ НА РЫНКЕ (ЦЕНЫ, СПРОС)**
- **ОПРЕДЕЛЕНИЕ ПОТРЕБНОСТЕЙ** (Какие потребности удовлетворяет ваш продукт)
- **СЕРВИС** (Количество филиалов, скорость обслуживания)
- **ОТЛИЧИЯ**

Потребности



Что такое «отличие» для
продаж?

**ЭТО
ПРЕИМУЩЕСТВО!**

Где искать отличия?

- ▣ ТТХ
- ▣ Цена
- ▣ Сервис
- ▣ Бренд
- ▣ Дизайн
- ▣ Эргономика

С чем сравнивать?

- С продуктами удовлетворяющие схожие или такие же ПОТРЕБНОСТИ

Цена

ВЫСОКАЯ

- ▣ Качество
- ▣ Хороший сервис
- ▣ Надежность
- ▣ Имидж
- ▣ Оригинальность

НИЗКАЯ

- ▣ Экономия
- ▣ Эксперимент
- ▣ Конкурентно
способность
- ▣ Массовость

БРЕНД (торговая марка)

- ▣ Первенство на рынке
- ▣ Специализация
- ▣ Традиции
- ▣ Разнообразие выпускаемой продукции (опыт из других сфер)
- ▣ Клиенто-ориентированность
- ▣ Возраст

ТТХ

- ▣ Функциональность
- ▣ Надежность
- ▣ Долговечность