Активные продажи
Стиль тигра

Компетенции менеджера по продажам

Коммуникативные:

- Умение задавать вопросы
- Умение слушать и слышать
- Умение поддержать 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

ЦИКЛ ПРОДАЖ

ПОДГОТОВКА

ПОИСК КЛИЕНТОВ

ХОЛОДНЫЕ КОНТАКТЫ

ЛИЧНАЯ ВСТРЕЧА

ВЫЯСНЕНИЕ ПОТРЕБНОСТЕЙ

ПРЕЗЕНТАЦИЯ

РАБОТА С ВОПРОСАМИ И ВОЗРАЖЕНИЯМИ

ЗАКЛЮЧЕНИЕ СДЕЛКИ

СОПРОВОЖДЕНИЕ

РЕКОМЕНДАЦИИ

ПОИСК КЛИЕНТОВ

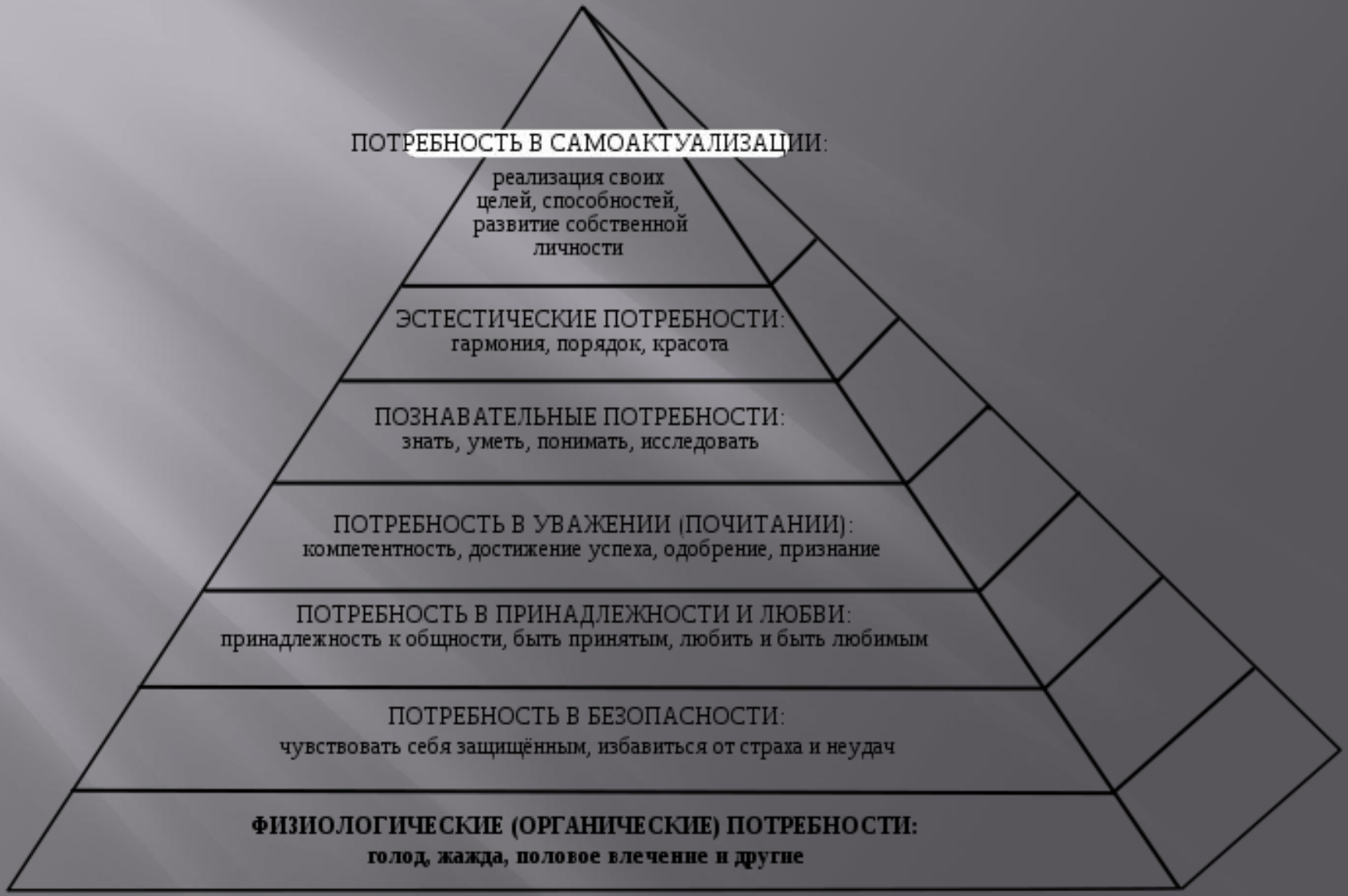
ПОДГОТОВКА

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
Правый фланг
Левый фланг
(c) 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-орентированность
- Возраст

ТТХ

- Функциональность
- Надежность
- Долговечность