



**Тренинг по работе с клиентами
«Эффективная работа Мерчендайзера»**

Уважаемый руководитель!

Данная презентация является обязательной для обучения каждого нового сотрудника в течении 1ого месяца работы.

Для того, что бы обучение прошло эффективно:

1. Заранее обговорите с сотрудником дату и время предстоящего обучения
2. Подготовьтесь к предстоящему обучению: изучите/повторите презентацию и учебные материалы
3. Во время обучения приводите примеры из собственной практики и обращайтесь к опыту сотрудника
4. После проведения очного обучения запланируйте и обязательно проведите с сотрудником полевое обучение по пройденным темам

Дополнение:

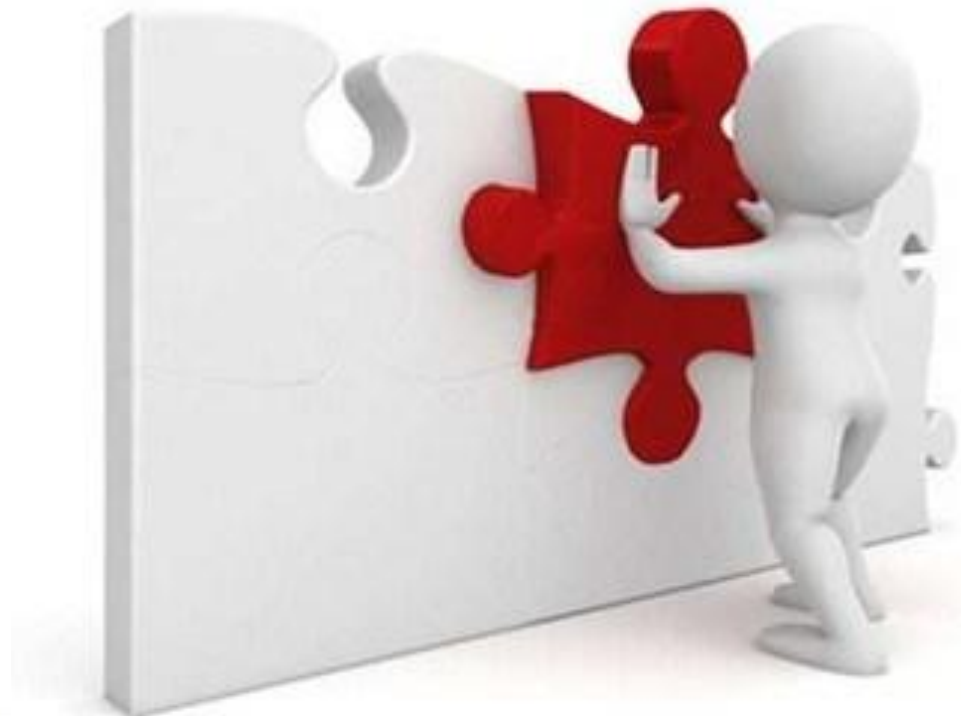
1. В презентации предусмотрены задания для сотрудника, которые вы можете выполнять с сотрудником сразу, либо давать их как домашнее задание с последующим обсуждением
2. Сама презентация довольно объемная, поэтому рекомендуем делить обучение на несколько частей (в зависимости от опыта и компетенций сотрудника)
3. При возникновении вопросов – обращайтесь в отдел обучения и развития

С уважением,
Отдел обучения и развития

«Merchandising» - планирование и стимулирование сбыта.

Опытные специалисты определяют понятие Мерчендайзинг как, так называемое правило пяти «Н»:

- продвижение **Н**еобходимого товара
- в **Н**еобходимом количестве
- в **Н**еобходимое время
- в **Н**еобходимом месте
- по **Н**еобходимой цене



Иными словами эффективный мерчендайзинг, можно определить как:

100%

представленность

100% времени

в 100% точках

Что обеспечиваем ?

ЗАПАС

1. Все SKU матрицы в наличии
2. Обеспечь товарный запас
3. Выполняй ротацию сроков /FIFO/

РАСПОЛОЖЕНИЕ

4. Продукт легко доступен покупателю
5. Соблюдай условия хранения
6. Выкладывай товар по категориям

ПРЕДСТАВЛЕННОСТЬ

7. Выкладывай товар лицевой стороной к покупателю
8. Все ценники актуальны, акционные ценники выделены
9. SKU матрицы и акционные SKU выкладывай мультифейсингом

ВАЖНО! ПРОЙДИ КУРСЫ НА ПОРТАЛЕ ОБУЧЕНИЯ И РАЗВИТИЯ

1. «БАЗОВЫЕ ТЕРМИНЫ И ПРАВИЛА МЕРЧЕНДАЙЗИНГА»
2. «СТАНДАРТЫ ВЫКЛАДКИ МИРАТОРГА»

Мерчендайзер – незаменимый сотрудник Мираторга, который обеспечивает рост продаж из торговой точки.

Для достижения своих целей (**KPI**) Мерчендайзеру необходимо ежедневно во время визитов в торговую точку взаимодействовать с клиентами.

Этот тренинг содержит в себе информацию и инструменты, которые помогут сделать работу с клиентами эффективнее.



1

Подготовка

Подготовка включает в себя:

1. Определение **SMART** – целей на день и на визит к каждому клиенту
2. Актуализация маршрута
3. Подготовка всех инструментов (планшет, POSM и т.д...)
4. Аккуратный внешний вид
5. Внутренний настрой и т.д.



Пример формулировки **SMART-целей**:

1. Я хочу...**ЧТО?**
2. в количестве...**СКОЛЬКО?**
3. за счёт чего...**КАК ВЫПОЛНЮ?**
4. это позволит мне...**ПОЧЕМУ ВАЖНО?**
5. сделаю это за...**КОГДА ЗАКОНЧУ?**



S M A R T

Specific
Конкретная

Measurable
Измеримая

Achievable
Достижимая

Relevante
**Согласованная с
с целями должности**

Time limite
**Огранич.
во времени**

Примеры формулировки SMART-целей

Пример 1: «Я хочу продать в ИП Новиков (**что?**) куриные крылья охлаждённые в п/у 400 г в количестве (**сколько?**) 1 коробка – 12 вложений, (**за счёт чего выполню?**) в данной торговой точке есть потенциальный покупатель на этот продукт, буду использовать акцию по снижению цены, это (**почему важно?**) согласуется с бизнес-целями отдела на текущую неделю, (**когда закончу?**) . Сделаю это в текущем визите.

Пример 2: «Я хочу сделать выкладку по стандартам мерчендайзинга Мираторга на третьей полке снизу в холодильном шкафу магазина, потому что продажи охлаждённой продукции (курица, говядина) с этой полки, по моему опыту, увеличатся в среднем на 15-20% за счёт лучшей видимости и доступности, что позволит мне выполнить план по данной категории (фокус месяца), сделаю это за 15 минут в текущем визите. Третья полка снизу – лучшая полка в данном магазине!» И данная цель является промежуточной, так в данной точке цель максимум – выложить продукцию корпоративном блоком.



Напишите и обсудите с руководителем
по 2 примера целей на день и на визит
при помощи техники SMART



2

Установление
контакта

Цель установления контакта с клиентом –
создать обстановку доброжелательности, доверия,
взаимного интереса

Зачем?


Установленный контакт с клиентом, позволит Вам
намного легче решать рабочие вопросы !



ТЕХНИКИ УСТАНОВЛЕНИЯ КОНТАКТА

ВЕРБАЛЬНЫЕ

НЕВЕРБАЛЬНЫЕ

- **Располагайтесь на одном уровне в пространстве с клиентом** 
- *Если клиент стоит – то мы так же стоим, если клиент сидит – то рекомендуем предварительно спросив, присесть.*
- **Находитесь в открытой позе. Ладони держите открытыми, не скрещивайте руки, ноги**
- *Когда собеседник не видит наших рук, он на интуитивном уровне не доверяет нам. Если на первых порах держать ладони открытыми будет сложно, можно что-либо держать в руках (телефон, ручку, pos-материалы и т.д.)*
- **Доброжелательно улыбайтесь**
- *Улыбка должна быть естественной. Фальшивую улыбку люди чувствуют, и соответственно это не способствует установлению контакта*
- **Смотрите на собеседника**
- *При этом старайтесь смотреть в воображаемый треугольник между лбом и глазами - это позволит избежать эффекта сверливого взгляда.*
- * **Для просмотра подробной информации выберите/кликните на окна**
- **Одевайтесь аккуратно, соответственно обстановке**
- **«Вербальные» и «Невербальные» техники установления контакта**
- *Применяйте технику «Угу, ага»*

ТЕХНИКИ УСТАНОВЛЕНИЯ КОНТАКТА

ВЕРБАЛЬНЫЕ

- Приветствие
- Представление «Я-Компания-Цель визита»
- Обращение по имени/ имени и отчеству к собеседнику
- Уместный комплимент
- «Малый разговор»
- «Активное слушание»

НЕВЕРБАЛЬНЫЕ

- Улыбка
- Контакт глаз
- Расположение в комфортной зоне
- Открытая поза
- Аккуратный внешний вид

- **Поприветствуйте клиента**

- *Добрый день! - Здравствуйте!*

- **Представьте себя и компанию, назовите цель визита**

- *Марина, представитель компании Мираторг, пришла для выкладки товара*

- **Обращайтесь к собеседнику по имени/имени отчеству**

- *Мария Ивановна, подскажите, пожалуйста*

- **Скажите уместный комплимент**

- *В Вашем магазине всё практично и удобно, работать с Вами – одно удовольствие!*

- **Заведите разговор на отвлеченные темы (техника малого разговора)**

- *Как Вам погода на улице?*

- **В течении всего общения применяйте техники активного слушания**

- *Задавайте уточняющие вопросы*

- *Не забывайте «кивать» головой во время разговора*

- *Применяйте технику «Угу, ага»*

- **Располагайтесь на одном уровне в пространстве с клиентом**

Если клиент стоит – то мы так же стоим, если клиент сидит – то рекомендуем предварительно спросив, присесть.

- **Находитесь в открытой позе. Ладони держите открытыми, не скрещивайте руки, ноги**

Когда собеседник не видит наших рук, он на интуитивном уровне не доверяет нам. Если на первых порах держать ладони открытыми будет сложно, можно что-либо держать в руках (телефон, ручку, роз-материалы и т.д.)

- **Доброжелательно улыбайтесь**

Улыбка должна быть естественной. Фальшивую улыбку люди чувствуют, и соответственно это не способствует установлению контакта

- **Смотрите на собеседника**

При этом старайтесь смотреть в воображаемый треугольник между лбом и глазами - это позволит избежать эффекта сверливого взгляда.

- **Одевайтесь аккуратно, соответственно обстановке**

Как мы и говорили ранее, нам с Вами ежедневно необходимо устанавливать контакт и тесные взаимоотношения с разными людьми.

Понять с кем и по каким вопросам можно взаимодействовать внутри торговой точки поможет

Карта контактов



Должность	Взаимодействие
Охранник	оформить пропуск и получить бейдж
Продавец	выложить продукцию, сделать ценники
Начальник секции	определить основные и дополнительные места продаж
Товаровед	сделать заказ
Приемщик	помощь в приемке товара (принять товар быстрее)
Начальник мясного отдела	выложить продукцию, сделать заказ
Директор	все вопросы

Помните!

Установление хороших взаимоотношений со всеми сотрудниками торговой точки позволит Вам легче решить большинство рабочих вопросов!

«Вода камень точит»



Если с первой встречи установить позитивные отношения не получилось, не расстраивайтесь!

Помните,

«Вода камень точит»

Будьте доброжелательны!

Используйте техники установления контакта во время каждого визита и ваш собеседник пойдет вам на встречу!



Ответьте на вопросы:

- Какую первую фразу вы говорите при встрече с клиентом?
- Что следует после приветствия при встрече с новым/малознакомым клиентом?
- Как располагаться в пространстве, если собеседник стоит?
- Какой вопрос позволяет понять, как собеседник хочет, что бы вы к нему обращались?
- По каким вопросам можно взаимодействовать/обращаться к директору магазина?



3

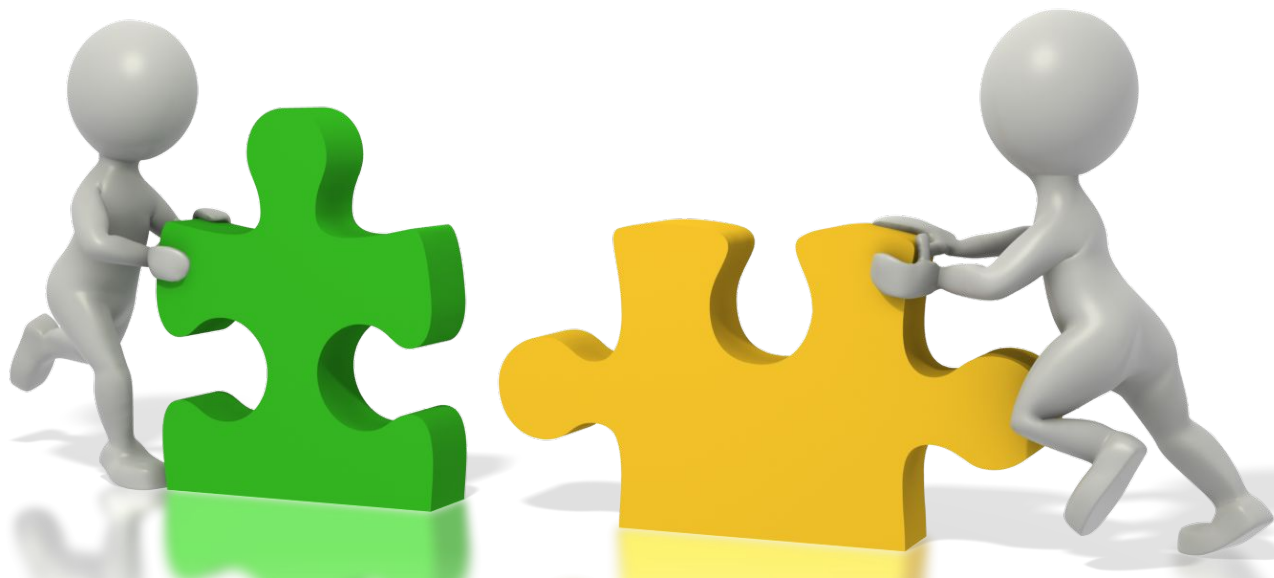
Аргументация

В нашей работе мы довольно часто презентуем клиентам:

- будь это заказ, который необходимо сделать
- презентация продукции, которая уже заведена в матрицу, но Клиент по каким то причинам раньше ее не заказывал
- информация о расширении выкладки, в связи с проходящей акцией и т.д.

Для того, что бы успешно аргументировать клиенту, предлагаем Вам вспомнить/изучить довольно простую, но очень эффективную технику

«Свойства-Выгоды»



Свойства – это характеристики товара или предложения.

С их помощью можно описать товар/предложение (качества, характеристики товара):

- Размер
- Вкус
- Запах
- Упаковка (полиэтилен, картон,)
- Максимальная скорость (290км/ч)
- Срок годности
- Гарантия
- Производитель
- Активная рекламная поддержка по телевидению и т.д.



Выгоды – это ценности, которые приносит контакт с товаром или предложением

Это все то, что предоставляет ценность для клиента (то, что получит клиент):

- Прибыль
- Объем продаж
- Отсутствие проблем
- Увеличение среднего чека
- Лояльность Покупателей
- Имидж
- Настроение
- Удовольствие
- Положительные эмоции и т.д.



Как отличить СВОЙСТВА от ВЫГОД ?

Для того, чтобы отличить Свойства от Выгод, достаточно посмотреть на ситуацию с точки зрения Клиента и задать себе вопрос:

«Ну и что?»



Свойства:

- **Вес упаковки** / 0, 25 кг, 0,75 кг /
- **Вид упаковки** / вакуумный пакет, фирменный пакет, лоток, лоток ГЗМС, термоформаж /
- **Срок годности** / 15 суток, 7 суток /
- **Рекламная компания** / TV, Радио / и т.д.

Выгоды:

- **Прибыль** / в деньгах, в % прироста /
- **Свободное место в холодильниках**
- **Благодарность покупателей** / за широкий ассортимент и возможность выбора, за высокое качество продукции на полках /
- **Положительные эмоции** / от приятного общения с вежливым и внимательным мерчендайзером Мираторга /
- **Увеличение среднего чека** / за счёт покупки премиальных продуктов / и т.д.

Примеры:

- Я предлагаю заказать 2 коробки «бедро куриное охлаждённое в лотке» весом 750 г, которых вам хватит до следующего планового заказа и к понедельнику Вам будет легче произвести учёт товара
- Мария Ивановна, давайте выложим в три фейса акционный товар, он к четвергу распродается и Вы успеете заказать к выходным еще товар
- Наталья, пришли новые рубрикаторы по «Свинине», можно я их размещу сегодня на полке, и полка «обновится» и покупателям будет легче ориентироваться
- Оксана Викторовна, давайте дополнительно закажем 3 короба фарша «Домашний», так как в выходные на него будет акция и т.д.

Напишите и обсудите с руководителем
3 примера аргументации
при помощи техники «Свойства-выгоды»



4

Работа с
возражениями

- Всегда ли бывает все гладко во время визита к клиенту?
- Бывают ситуации, когда мы сталкиваемся с возражениями...

Понять,

Что такое возражение?

И как с ними работать?

Поможет информация
на следующих слайдах



Возражение – это беспокойство, вопрос, аргумент, выраженные в противовес нашей идее или предложению



РАБОТАЯ С ВОЗРАЖЕНИЯМИ
БУДЬТЕ ПОЗИТИВНЫ,
НЕ СПОРЬТЕ,
ВНИМАТЕЛЬНО ВЫСЛУШАЙТЕ,
ЗАДАВАЙТЕ УТОЧНЯЮЩИЕ ВОПРОСЫ,
ПРЕДЛАГАЙТЕ РЕШЕНИЯ!

Возражение	Пример ответа на возражение
Нет места/ Холодильник забит	Давайте я выложу максимально товар в лари, тем самым освободив место для нового товара. Вы согласны?
Хочу бонус	Вы же знаете, как только появится возможность, Вы будете первым, кто об этом узнает...
Не буду заказывать – пока не заберешь возврат	Я уже сообщила супервайзеру о сложившейся ситуации, с ближайшей поставкой водитель должен забрать возврат. Что бы не терять продажи - предлагаю сделать заказ сегодня
Не будет продаваться/уйдет в просрок (новинка)	Давайте закажем 1 короб на пробу, в других магазинах новинка очень хорошо «пошла»
Маленькие сроки/уйдет в просрок	Давайте сделаем минимальный заказ для ассортимента, а я прослежу, что бы товар не ушел в просрок (выложу на лучшее место и т.д.)

Напишите и обсудите с руководителем

по 2 примера ответов на возражения:

- Нет места
- Плохо продается
- Я заказала, а Вы не привезли
- Не буду заказывать, скоро инвентаризация/учет



Начните!



Начните ежедневно **применять**
пройденные **ТЕХНИКИ** работы **с клиентами,**
и **Вы** увидите, как
улучшаются
Ваши результаты !

