

**СТАНДАРТЫ
ОБСЛУЖИВАНИЯ И
ТЕХНИКА ПРОДАЖ**

ДЛЯ ЧЕГО НУЖНЫ СТАНДАРТЫ?

*«Если Вы понимаете «стандарт»,
как лучшее из достигнутого на сегодняшний день,
и завтра это лучшее нужно будет внедрять в практику –
Вы на верном пути.
Если Вы понимаете стандарт, как ограничение –
прогресс остановится».*

Генри Форд



ЧТО ТАКОЕ ПРОДАЖА?

Продать – это значит:

1. Удовлетворить потребности покупателя, но в увеличенном объеме.
2. Дать покупателю то, что он еще не знает, что хочет.

Делать это таким образом, чтобы он пришел к нам снова и снова!

Клиентоориентированная продажа – это результат удовлетворения клиента путем индивидуального подхода, нацеленного на долгосрочные отношения с клиентом.



*Прямые
продажи*



ЧЕЛОВЕК-АЙСБЕРГ:

10% Рациональный уровень:

- ✓ Бренд
- ✓ Качество
- ✓ Выгода
- ✓ Состав
- ✓ Способ применения

90% Эмоциональный уровень:

Страхи:

- некомпетентности
- несостоятельности

Потребности:

- комфорт
- безопасность

Желания:

- получить должное обслуживание
- удовольствие от покупки



ЭТАПЫ ПРОДАЖ:



ПОДГОТОВКА:

1. Прийти заранее

- Не переставляйте будильник!
- Знайте мелочи, отнимающие время.
- Отведите время на рутину и отбросьте лишнее.
- Учитывайте непредвиденные обстоятельства.

2. Самоподготовка

- Утро начинается с улыбки. =)
- Пустая коробка для лишнего..
- Внешний вид – половина успеха!
- Ежедневная пятиминутка.
- Цели и задачи - каждый новый день улучшает знания и навыки.

3. Подготовка рабочего места

- Протереть оборудование.
- Аккуратно разложить все необходимые предметы и материалы.
- Проверить информацию по новым акциям.
- Просмотреть поступление новых продуктов.



УСТАНОВЛЕНИЕ КОНТАКТА:

Цель этапа:

1. Создать положительное впечатление у Клиента.
2. Вовлечь Клиента в диалог.

**СРЕДСТВА
УСТАНОВЛЕНИЯ
КОНТАКТА**

10%

Вербальные
(речь)

60%

Невербальные
(мимика, жесты)

30%

Звуковые
(Окраска голоса: интонация,
паузы, громкость, тембр...)



УСТАНОВЛЕНИЕ КОНТАКТА:

АЛГОРИТМ:

1. Визуальный контакт
2. Открытая поза + улыбка
3. Приветствие покупателя
4. Пауза (около 5 сек.)
5. Контактная фраза:

Товарная – заранее заготовленная дежурная фраза о новике\акции\спец.предложении.

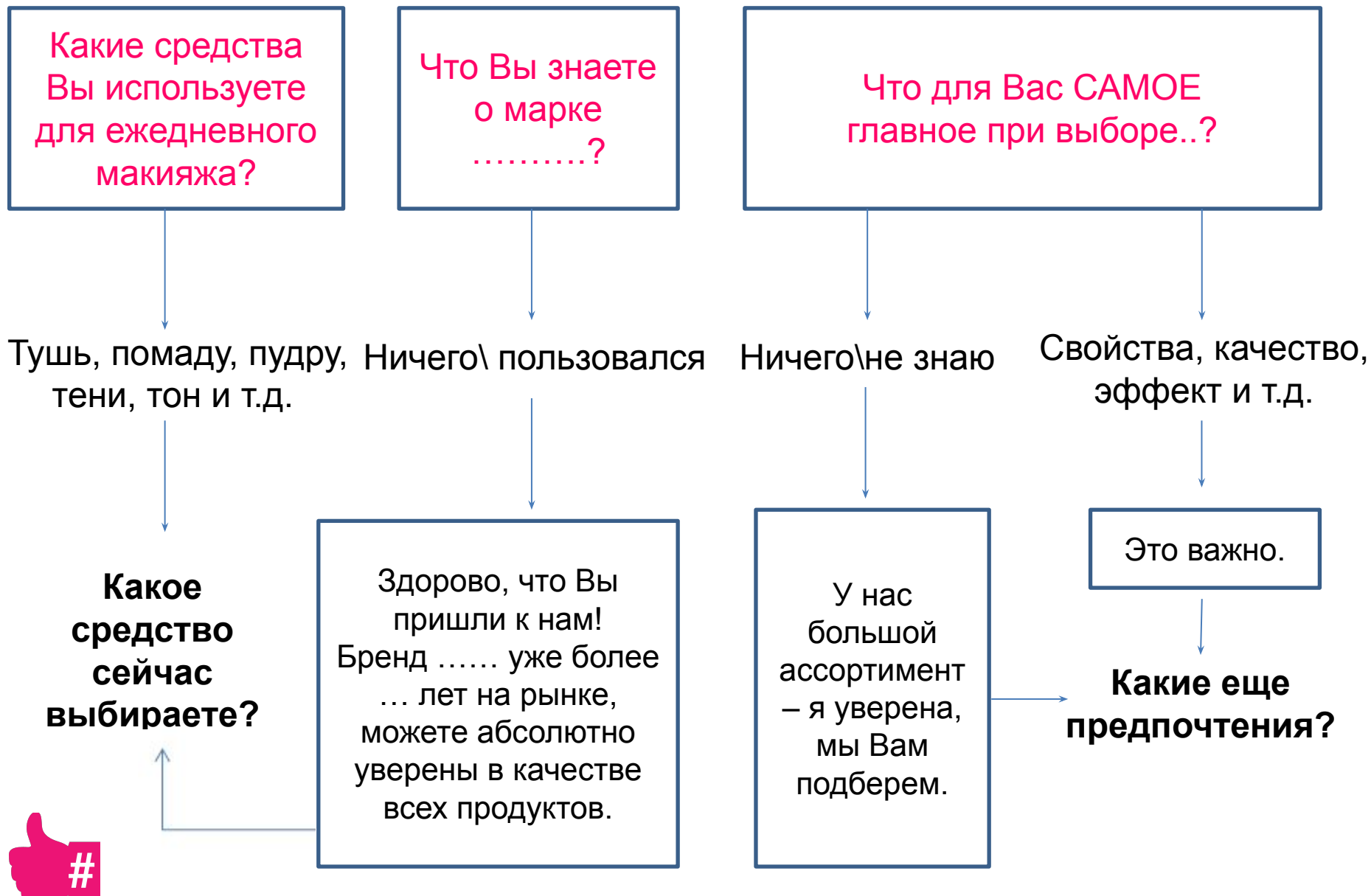
Стандартная – в зависимости от направленности внимания клиента.
Состоит из утвердительной и вопросительной части.



УЛЫБАЙТЕСЬ!



УСТАНОВЛЕНИЕ КОНТАКТА:



УСТАНОВЛЕНИЕ КОНТАКТА:

- ✓ **Приветствовать каждого** покупателя, откладывая дела.
- ✓ Давать покупателю **паузу, чтобы осмотреться** перед контактом
- ✓ Оставлять покупателей в поле зрения, находится в **разных зонах зала**;
- ✓ Если Вы работаете с покупателем, необходимо **поприветствовать нового покупателя** легким кивком головы и улыбкой. Если новый покупатель просит консультации, то **нужно извиниться**: «Прошу прощения, я подойду к Вам чуть позже», «Если Вы подождете несколько минут, мы обязательно подберем...».
- ✓ Если Вы вернулись с перерыва, необходимо **поздороваться** с покупателем, с которым работает Ваш коллега.
- ✓ Если покупатель разговаривает по телефону, необходимо уделять ему внимание, **поддерживая зрительный контакт**.
- ✓ Самому разговаривать по мобильному телефону только вне торгового зала и в нерабочее время;
- ✓ Уделить внимание **ребенку**, если он пришел с покупателями.
- ✓ **Провожать** покупателей к месту расположения товара.



УСТАНОВЛЕНИЕ КОНТАКТА:

- ✓ **Улыбаться** в процессе общения с собеседником, **смотреть** на него.
- ✓ Начав общение из социальной зоны (3-4 метра), перейти в личную (до 50см.), выбрав **дистанцию**, комфортную для собеседника.
- ✓ Располагаться сбоку, в диагональ с покупателем, **не стоять за спиной**.
- ✓ **Открытая поза** – незаметно «отзеркаливать» позы и жесты.
- ✓ **Внимательно слушать** покупателя;
- ✓ Использовать **чувство** в вашей речи, соблюдая темп собеседника.
- ✓ В ситуации **нехватки информации** рекомендуется сказать:
«Я уточню Ваш вопрос».
- ✓ Когда нужно **привлечь внимание** покупателя:
«Рекомендую Вам обратить внимание...».
- ✓ Когда **требуется время**:
«Подождите, пожалуйста, минуту\3 минуты».
- ✓ Быть **доброжелательным**.



ВЫЯВЛЕНИЕ ПОТРЕБНОСТЕЙ:

Цель этапа:

1. Выяснить цель визита клиента;
2. Понять критерии выбора.
3. Определить потребность.

КРАСОТА



СТАТУСНОСТЬ



КАЧЕСТВО



УДОБСТВО



ВЫГОДА



Типы вопросов:



Закрытые

Предполагают
краткий ответ
ДА/НЕТ

Открытые

Что? Как? Какой?
Почему?
Насколько?
Предполагают
развернутый ответ.

Альтернативные

Предполагают выбор
ИЛИ/ИЛИ

Воронка вопросов:



ВЫЯВЛЕНИЕ ПОТРЕБНОСТЕЙ:



ВЫЯВЛЕНИЕ ПОТРЕБНОСТЕЙ:

ТЕХНИКИ АКТИВНОГО СЛУШАНИЯ:

Техника ВОП

- (Вопрос - Ответ – Поддержка эмоциональная): после каждого ответа покупателя, дайте обратную эмоциональную связь.

Техника поддакивания

- звуковое выражение поддержки и понимания чувств собеседника.

Техника «Эхо»

- дословное повторение последних или ключевых слов клиента.

Техника «Парафраз»

- повторение ключевых слов клиента своими словами в утвердительной форме.



ПРЕЗЕНТАЦИЯ:

Цель этапа: продемонстрировать все преимущества товаров.

АЛГОРИТМ:

1. Обратить внимание покупателя на продукт:

Эффект щенка

- дать покупателю продукт в руки, для получения тактильной информации, предложить протестировать.

2. Продемонстрировать преимущества:

Техника «Свойство- выгода»

- рассказать о преимуществах продукта на «языке пользы», в соответствии с эмоционально значимой потребностью.

Техника «Факты\цифры»

- привести факты о компании и убедительный цифры исследований.

Техника детализации

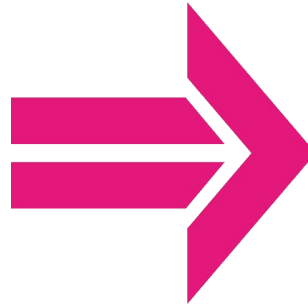
- рассказать более подробно о составе продукта и способе применения.

ЭТО ТО, ЧТО ВАМ НУЖНО?



А

x3



В



свойство



Выгода/польза



МЕТОДЫ ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО ПОДВЕДЕНИЯ К ПОКУПКЕ:

Метод Бенни Фельдмана

1. "Ощущать"

- вопрос про тактильные чувства и запахи.

2. "Думать"

- мнение относительно товара, нравится ли он покупателю, что он думает.

3. "Считать"

- отвечает ли товар потребности покупателя, рассматривает ли он его как подходящий.

Сделать комплимент выбору:

- заменяя оценочные фразы на оборот «...еще более..».

Метод завершения сделки действием

- предлагаем отложить товар на кассу или подобрать к нему комплексный продукт.

Метод тревожности

- создаем искусственный дефицит времени, стоимости или наличия.

Метод бонуса

- рассказываем про акции, скидки, подарки и Клиентскую Карту.



ЭТО ТО, ЧТО ВАМ НУЖНО?

РАБОТА С ВОЗРАЖЕНИЯМИ:

Цель этапа: изолировать возражения.

ВОЗРАЖЕНИЯ — это НЕДОСТАТОК ИНФОРМАЦИИ.

Показатель двух аспектов продажи:

1. Клиенту небезразлично наше предложение, у клиента есть интерес, у нас есть шанс.
2. Наличие большого кол-ва возражений и вопросов — это следствие вашей слабой подготовки продажи на предыдущих этапах.

Любое возражение – Ваш помощник в продажах!

Грамотно преодоленное возражение = **ПРОДАЖА**



РАБОТА С ВОЗРАЖЕНИЯМИ:

АЛГОРИТМ:

1. Выслушайте клиента

Не перебивайте! Дайте клиенту выпустить пар.
Смягчите возражение своим вниманием. *Кивайте.*

2. Выразите понимание

Согласитесь не с возражением, а с правом клиента на возражение.

3. Психологически присоединитесь к возражению, задайте вопрос

Попросите подробнее изложить суть, необходимо понять истинную причину.

4. Аргументировано ответьте

Перейдите от минусов клиента к плюсам товаров.



РАБОТА С ВОЗРАЖЕНИЯМИ:

1. Слушайте - **не перебивая** клиента;
2. Отвечайте - **не споря** с ним;
3. **Оставайтесь спокойными** - не принимайте возражения на свой счет;
4. Будьте **доброжелательными** - не показывайте разочарования;
5. Старайтесь помочь - **не игнорируйте** возражения.

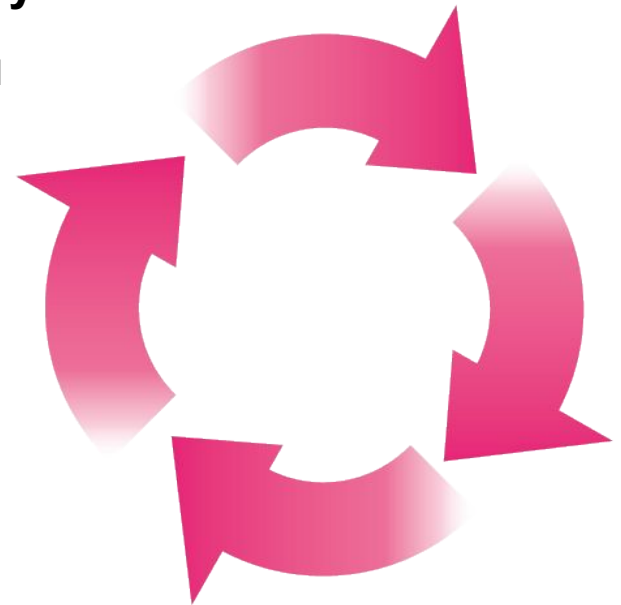


ДОПРОДАЖА:

Цель этапа: увеличить сумму чека.

АЛГОРИТМ:

- 1. Предложить дополнительную позицию.** Обязательно к выбранному покупателем товару нужно предложить варианты, сочетающиеся с ним.
- 2. Предложить рассмотреть незаявленные покупателем категории.** Любые средства, которые нравятся лично Вам или подходят покупателю.



ГОРЯЧИЙ ЭТАП:

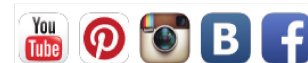
Цель этапа: предложить клиенту больше возможностей для совершения покупки и повысить лояльность к бренду.

РАССКАЗАТЬ ПРО:

- ✓ Акции
- ✓ Новинки
- ✓ Подарки



www.divage.com



ЗАВЕРШЕНИЕ ПРОДАЖИ:

4. Попрощаться с покупателем (правило 4х «П»):

1) Похвалить

- сделать комплимент выбору.

2) Поблагодарить

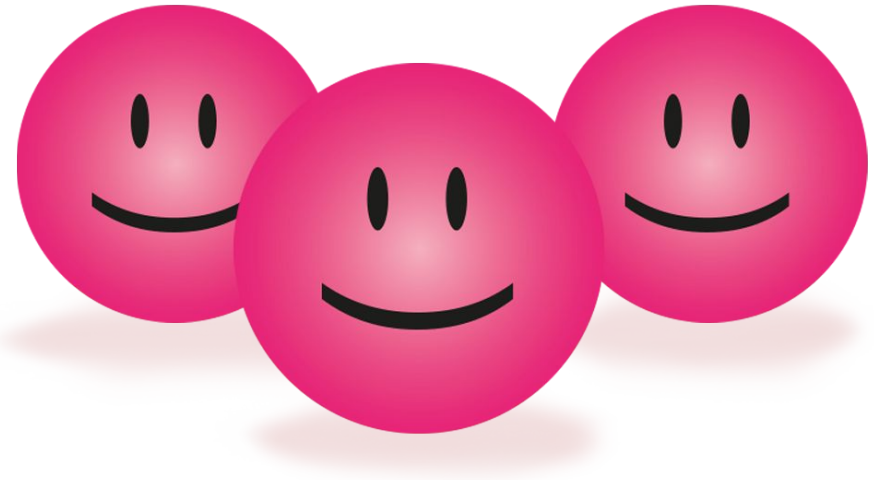
- за покупку или общение.

3) Пригласить

- снова стать клиентом сети.

4) Попрощаться

- сохраняя доброжелательность, обязательно улыбнуться.



УСПЕХОВ В ПРОДАЖАХ!

