



ТРЕНИНГ ТЕХНОЛОГИЯ ПРОДАЖ

Взгляни на мир под другим углом

Что такое «продажа»? 

Что значит уметь продавать? 



Взгляни на мир под другим углом

СМЫСЛ ПРОДАЖИ



Все мы являемся продавцами. Каждый день вы продаете свои способности, свои умения, свои представления. При этом важны не столько знания, сколько важность в успехе их реализации, способности преподнести себя, расположив человека к себе и, тем самым, стать убедительным!

Продажа - это ряд последовательных действий, совершаемых продавцом, направленных на удовлетворение истинных потребностей покупателя с целью совершения взаимовыгодной сделки.

Уметь продавать - это значит общаться с людьми, слушать, задавать вопросы, а услышав дать то, что ему действительно необходимо!

Клиент покупает не у компании – он покупает у человека!



Взгляни на мир под другим углом

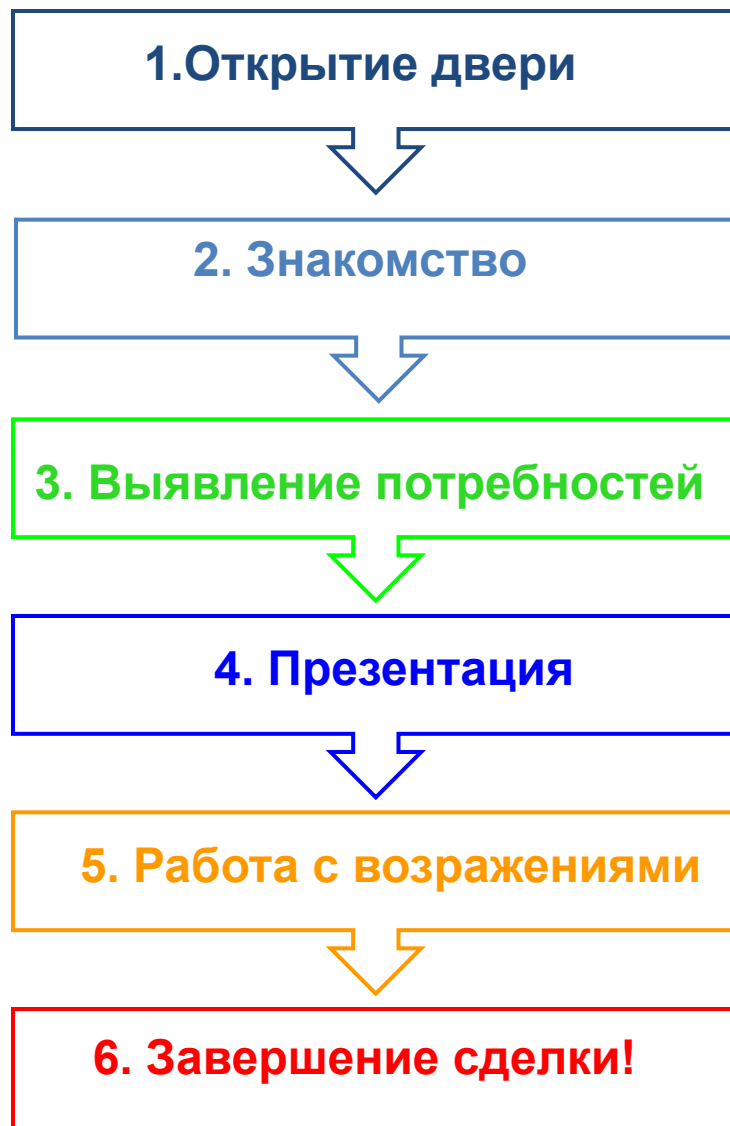
ПРЕИМУЩЕСТВА ТТК



- **Качество наших услуг проверено** ведущими российскими компаниями, такими как: РЖД, Газпром, Лукойл, ВТБ24, Сбербанк, Росатом, ФСБ.
- **Компания располагает собственной магистральной сетью**, которая связывает Китай и Европу.
- **Компания предоставляет услуги связи на любой вкус:** Интернет, телевидение, телефония.
- **Выбирая интернет, Вы выбираете ТТК**, потому что 95% провайдеров России покупают каналы связи у нашей компании. Работайте с нами напрямую.
- **Наши скорости соответствуют заявленным**, мы отменили приставки «ДО». "Честный" Интернет без ограничений.

Взгляни на мир под другим углом

ЭТАПЫ ПРЯМОЙ ПРОДАЖИ



Взгляни на мир под другим углом

ОТКРЫВАЕМ ДВЕРЬ



Как открыть дверь?



Настройся на успех

Создай интерес



Интерес за счет познания!

Взгляни на мир под другим углом

Знакомимся



Цель: Вызвать интерес.

Средства: Улыбка, жесты открытости

Ваш внешний вид, манера держаться и относиться к клиенту - станут Вашим конкурентным преимуществом! Ваше отношение для клиента важнее, чем Ваш товар. Сначала отношение – потом предложение.

80%

Правое полушарие:

- ✓ Чувства и эмоции
- ✓ Выполнение личного желания или мечты
- ✓ Неподдающиеся оценке мотивы

Принятие решений



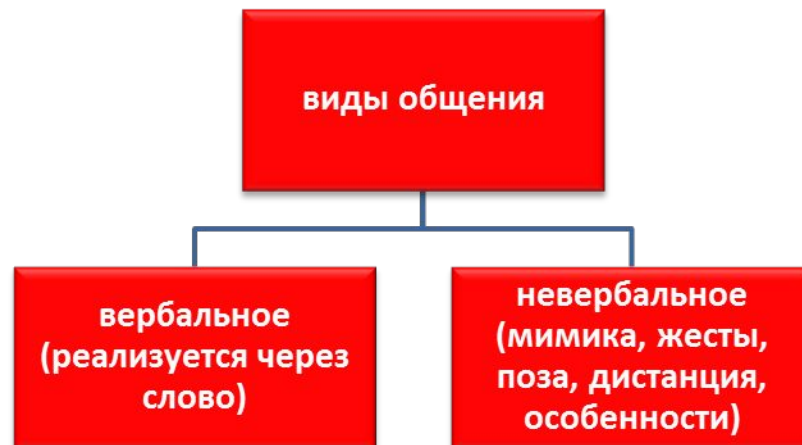
20%

Левое полушарие:

- ✓ Факты и логика
- ✓ Анализ и расчет
- ✓ Влияние продукта или услуги на финансовую выгоду

Взгляни на мир под другим углом

Установление контакта



Люди при первом контакте доверяют информации, связанной с :
Содержанием речи на **10 %**.

Звучанием голоса и особенностью речи на **60%**.

Особенностями поведения (мимика, жесты) на **30%**.

Задачи этапа установление контакта

- Привлечь внимание.
- Заинтересовать.
- Создать обстановку доброжелательности и доверия.

Взгляни на мир под другим углом

Установление контакта

Содержание речи в момент установления контакта:

-Приветствие (выражение позитивных эмоций)

« Добрый день!» «Я рад вас приветствовать!»

-Обозначение компании

«Я представляю компанию ТТК...»

-Знакомство

«Меня зовут...Я персональный менеджер по Вашему дому в сфере телекоммуникаций...Как я могу к Вам обращаться...»

-Презентация

«В Вашем доме установлено оборудование...»

-Информирование

«характеристики продукта»

-Выражение готовности к сотрудничеству

Взгляни на мир под другим углом

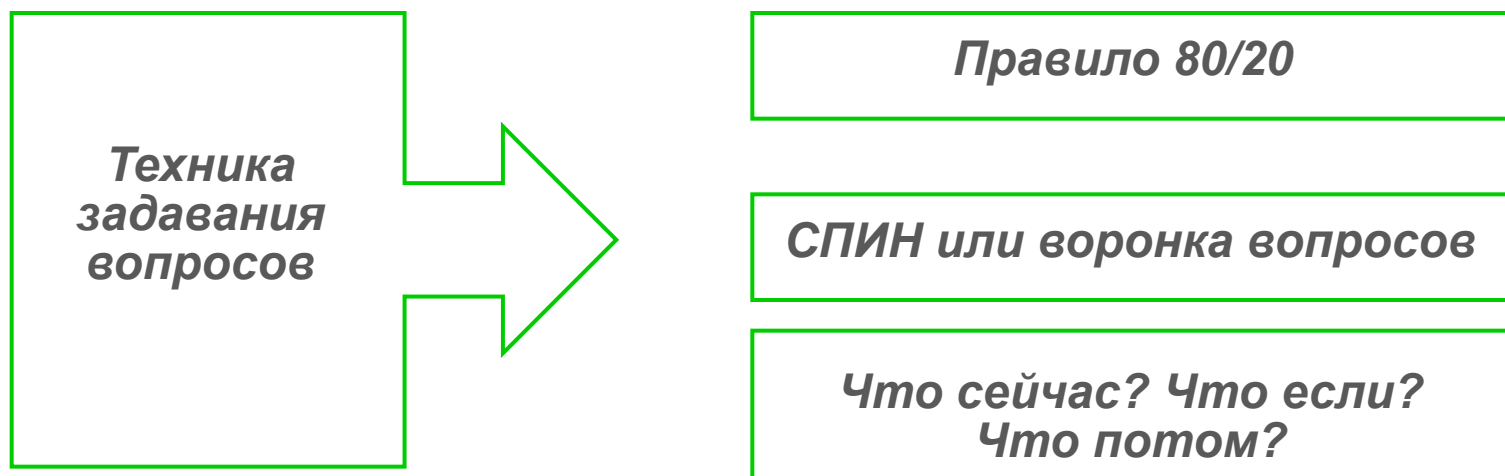
ВЫЯВЛЯЕМ ПОТРЕБНОСТИ



Девиз: 90% сделок заключается не благодаря умению красиво говорить, а благодаря мастерству слушать.

Цель: Узнать, что важно для клиента и помочь осознать потребность.

Средства: Интерес, активное слушание, техника задавания вопросов.



Взгляни на мир под другим углом

ВЫЯВЛЯЕМ ПОТРЕБНОСТИ



Потребности клиента.

Общие потребности покупателя имеют многомерную структуру и могут быть выражены на базе следующих факторов:

Качество - продукт (услуга) соответствует своей функции, продукт качественный и это качество стабильно.

Финансы - цены на продукт (услугу) конкурентоспособны, издержки на установку и обслуживание минимальны, существуют различные условия платежей.



Взгляни на мир под другим углом

ВЫЯВЛЯЕМ ПОТРЕБНОСТИ



Разновидности вопросов

Открытые	Сбор информации и доброжелательная обстановка	отвечают на вопросы: Кто? Что? Как? Где? Сколько? «Какой пакет услуг вам интересен?» «Что для вас важно при выборе поставщика услуг?»
Закрытые	Инициатива (возможно ответить только «да» или «нет»)	«У вас есть Интернет?»
Уточняющие	Претензии, недовольства	«Скажите что именно?» «Вы сказали более современные технологии, позвольте спросить, что вы имеете в виду?»
Альтернативные (или выбор без выбора)	Стимулирование принятия решения	«Вам удобнее позвонить в первой или второй половине дня?»

Взгляни на мир под другим углом

ВЫЯВЛЯЕМ ПОТРЕБНОСТИ



Ситуационные	Вопросы о фактах и подробностях обстоятельств клиента в данный момент	«Вы заинтересованы в другом тарифном плане?»
Проблемные	Вопросы о проблемах, затруднениях, которые испытывает клиент и которые вы можете устранить с помощью вопроса	«Вам важны особые условия сотрудничества?»
Направляющие	Направляют внимание клиента на преимущества решения проблемы с помощью вашего предложения	«Вы заинтересованы в экономии ваших средств?»

Взгляни на мир под другим углом

ПРЕДСТАВЛЯЕМ ПРОДУКТ



Девиз: Презентация эффективна, когда она, как костюм на примерке, подогнана под конкретного клиента.

Цель: Показать как Ваше предложение решает проблему клиента.

Средства: Знание товара, уверенная речь, убедительные аргументы, техника «Свойство- Выгода-Зацепка» .



Взгляни на мир под другим углом

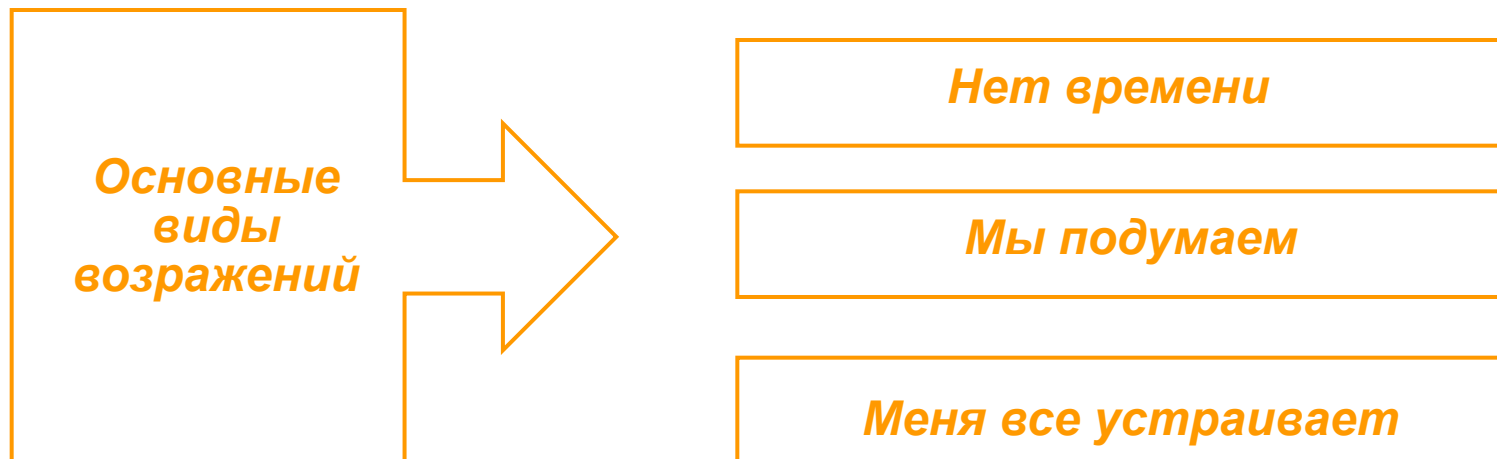
СНИМАЕМ ВОЗРАЖЕНИЯ



Девиз: Продажа не начинается пока клиент не говорит первое «нет».

Цель: Понять истинную причину возражений, снять сомнения клиента – продолжить диалог.

Средства: Согласие, уточнение, аргументация, сравнения, подведение итогов.



Взгляни на мир под другим углом

РАБОТА С ВОЗРАЖЕНИЯМИ



Когда клиент высказывает возражение он:

- Дает возможность понять, что для него важно;
- Сообщает, что его беспокоит;
- Готов выслушать ответ или разъяснение, получить информацию.

Помните!

Возражение - первый признак желания купить.

Только выявленные возражения помогают продвигаться вперед. Они указатели того пути, по которому следует двигаться.

Если клиент говорит: «Я хотел бы подумать об этом» или «Я не знаю» — вам следует попытаться узнать о причинах сомнения. Задайте своему клиенту вопросы такого рода:

«Какая информация Вам необходима для принятия решения?»

«В чем состоят Ваши сомнения?»

Приложите все усилия для того, чтобы выявить все сомнения и возражения клиента.

Взгляни на мир под другим углом

ЦИКЛ РАБОТЫ С ВОЗРАЖЕНИЯМИ

1. Выслушать полностью, не перебивая
2. Уточнить все непонятные моменты

Пример:

Клиент: «Вы будете искать слишком долго.»

Продавец: «Как Вы считаете, сколько должен длиться поиск?»

3. Принять возражение

Пример:

Продавец: «Конечно, на это можно посмотреть и так...»

«Да, это очень важный момент...»

«Да, такая точка зрения существует...»

4. Понять какой за возражением стоит мотив
5. Привести аргументы на выявленный мотив
6. Закрыть возражение

Пример:

Продавец: «Надеюсь, Вам это кажется разумным? Так мы решили этот вопрос?»

Никогда не спорьте! Выиграешь спор — потеряешь клиента!

Взгляни на мир под другим углом

Завершаем сделку



Девиз: Не заставляйте клиента думать – говорите, что ему делать.

Цель: Подвести клиента к принятию решения и покупке.

Средства: Просьба заключить договор или оставить заявку.



Взгляни на мир под другим углом



Спасибо за внимание

Взгляни на мир под другим углом