

Level 2
IMPACT

8 ШАГОВ
ТОРГОВОГО
ВИЗИТА

Модуль 1



Цели тренинга



1. **Обучить основам продаж Radelmarket: какова структура торгового визита и как ее применять на практике**
2. **Определить дальнейшие шаги по развитию навыков**

Повестка тренинга

время	содержание
10:00 - 11:00	Вводная часть Изучение на примере
11:00 - 11:15	<i>Кофе-пауза</i>
11:15 – 12:50	Подготовка Установление контакта
12:50 – 13:00	<i>Перерыв</i>
13:00 - 14:40	Осмотр предприятия Определение предложения
14:40 - 15:40	<i>Обед</i>
15:40 - 17:00	Определение заказа Презентация Анализ визита Административная работа
17:00 - 17:15	<i>Кофе-пауза</i>
17:15 - 17:35	Ваши дальнейшие шаги по развитию и Сертификация
17:35 - 18:00	Завершение тренинга Тест

Правила тренинга



Знакомство



- Ваше имя
- Ваш опыт работы в продажах
- Почему Radelmarket Ваш выбор?
- Хобби

- Ваши ожидания от тренинга



Обучение в Radelmarket





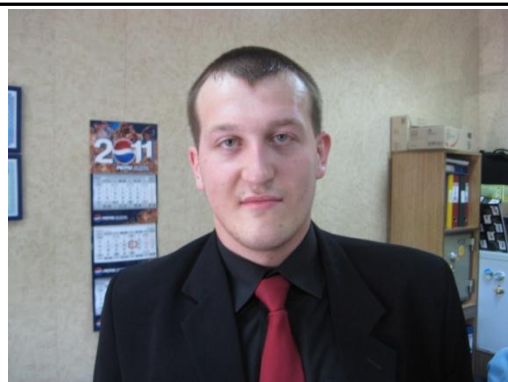
Изучение на примере

Изучение на примере

- Давайте обсудим конкретный пример Региона Нижневартовск
- Возьмите материалы для предварительного чтения и освежите в памяти описанную ситуацию в течение 3х минут
- С какого рода проблемами сталкивается Руководитель отдела продаж Сергей Серов?



Изучение на примере



**Николай
Карпов**



**Кирилл
Гусаров**



**Олег
Осин**

Изучение на примере

- **ПОЛОЖИТЕЛЬНЫЕ СТОРОНЫ**

Что у Вашего героя получается хорошо? Его сильные стороны и опыт.

- **ВОЗМОЖНОСТИ**

Ситуации, мимо которых Ваш герой проходит, не используя существующие возможности.

- **ЧТО СЛЕДУЕТ ДЕЛАТЬ ИНАЧЕ**

То, что Вашему герою следует делать по-другому, чтобы достичь поставленной цели.

Изучение на примере

- Николай не придерживается стандартного процесса, поэтому мы изучаем 8 шагов торгового визита
- Кирилл не видит существующих возможностей на производствах, поэтому мы должны знать Стандарт Выполнения и уметь находить возможности и решать проблемы
- Олег мирится с отказами клиента, поэтому мы изучаем то как продавать правильно и эффективно
- Сергей не знает, как помочь своим Торговым Представителям, поэтому мы обучаем менеджеров их рабочим методам и навыкам наставничества



Перерыв 15 минут



8 Шагов торгового ВИЗИТА

Что такое

ПРОДАЖА ?

Продажа -

*превращение чего-либо в ценности, из соображений
выгоды материальных интересов.*

(Толковый словарь Русского языка Ожегова)

**УДОВЛЕТВОРЕНИЕ ПОТРЕБНОСТЕЙ ПОКУПАТЕЛЯ
ПРОДАВЦОМ, ИСПОЛЬЗУЮЩИМ СВОИ ДЕЛОВЫЕ
ВОЗМОЖНОСТИ.**

Что мы продаём ?

✓ **Себя**

✓ **Товары Компании**

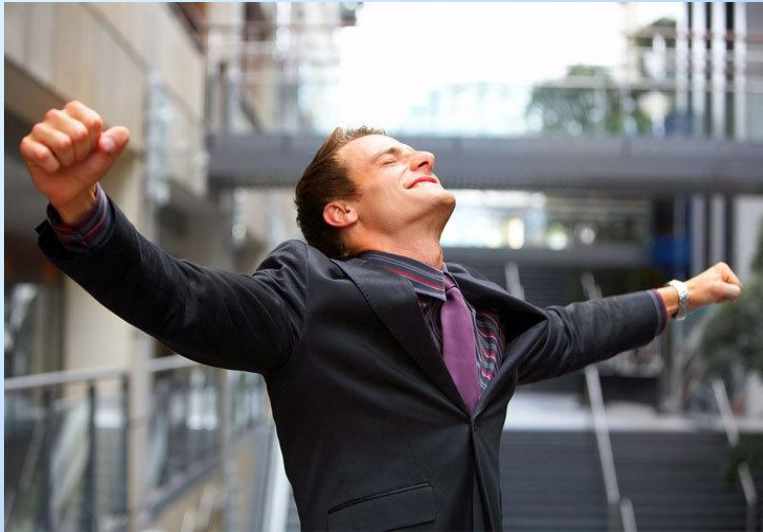
но самое главное :

ВЫГОДЫ ДЛЯ КЛИЕНТА

Упражнение

Группа «1»

Нарисуйте портрет успешного торгового представителя.
Какими качествами он должен обладать?



Группа «2»

Нарисуйте портрет торгового представителя – неудачника.
Какие качества не позволяют ему добиться успеха?

Торговый Представитель



- Уверен в себе и в том, что может помочь развитию бизнеса клиента.
- Хорошо знает товар, который продает и принципы компании, которую представляет.
- Заранее ставит цели посещения клиентов и планирует свою деятельность.
- Анализирует результаты своей работы.
- Не допускает усиления конкурентов.
- Постоянно совершенствует свой профессиональный уровень.

Торговый Представитель

**Выполняя план продаж,
обеспечивать представленность
продукции на производствах за
счет развития и поддержания
рабочих отношений с клиентами.**

Структура продаж

Структурированный подход к продажам

Этапы продаж

Они логичны

Они эффективны

Они основаны на опыте

Они работают !!!

Структурированный подход → Достижение цели

8 шагов торгового визита

1 ЕЖЕМЕСЯЧНАЯ И ЕЖЕНЕДЕЛЬНАЯ

ПОДГОТОВКА

ЕЖЕДНЕВНАЯ ПОДГОТОВКА

ПОДГОТОВКА ПЕРЕД ВИЗИТОМ

2 ПРИВЕТСТВИЕ КЛИЕНТА

3 ОСМОТР ПРОИЗВОДСТВА

4 ОПРЕДЕЛЕНИЕ ЗАКАЗА

ВЫЯВЛЕНИЕ ПОТРЕБНОСТЕЙ

5 ПРЕЗЕНТАЦИЯ

6 ОТРАБОТКА ВОЗРОЖЕНИЙ

ЗАКРЫТИЕ СДЕЛКИ

7 АНАЛИЗ ВИЗИТА

8 АДМИНИСТРАТИВНАЯ РАБОТА



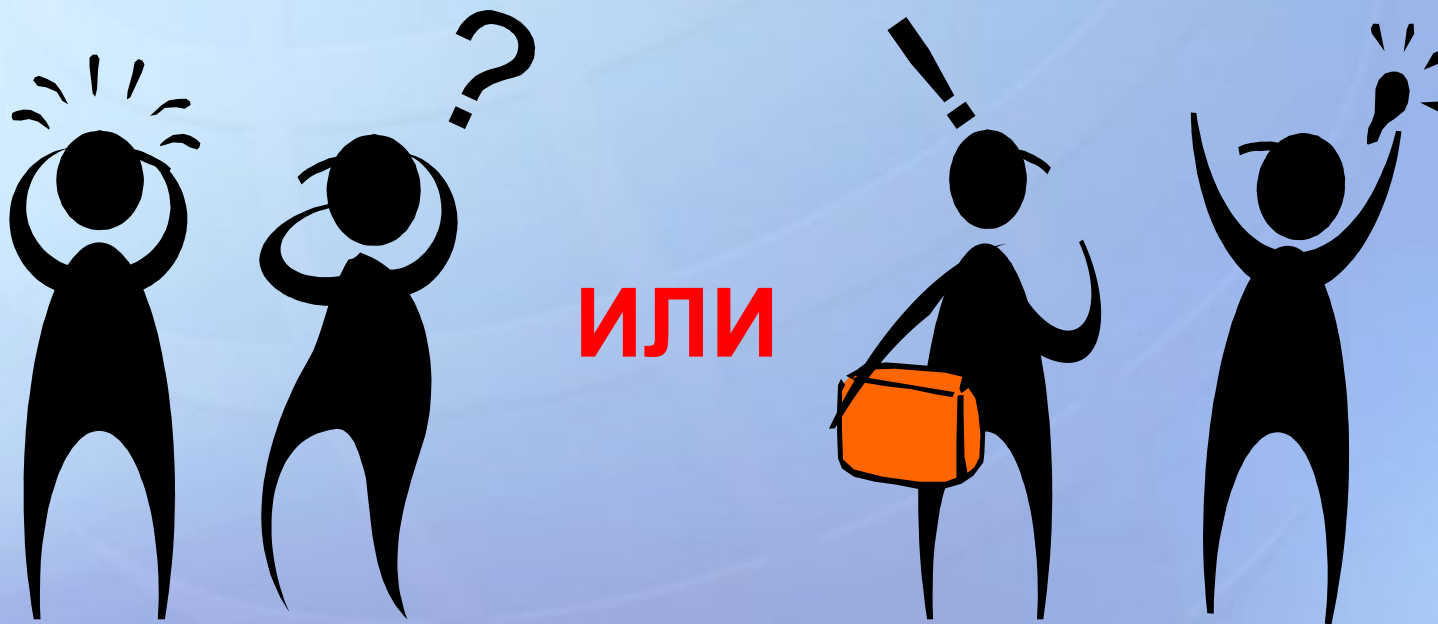
Подготовка

Шаг 1. Подготовка

- 1** ЕЖЕМЕСЯЧНАЯ И ЕЖЕНЕДЕЛЬНАЯ ПОДГОТОВКА
ЕЖЕДНЕВНАЯ ПОДГОТОВКА
ПОДГОТОВКА ПЕРЕД ВИЗИТОМ
- 2** ПРИВЕТСТВИЕ КЛИЕНТА
- 3** ОСМОТР ПРОИЗВОДСТВА
- 4** ОПРЕДЕЛЕНИЕ ЗАКАЗА
ВЫЯВЛЕНИЕ ПОТРЕБНОСТЕЙ
- 5** ПРЕЗЕНТАЦИЯ
- 6** ОТРАБОТКА ВОЗРОЖЕНИЙ
ЗАКРЫТИЕ СДЕЛКИ
- 7** АНАЛИЗ ВИЗИТА
- 8** АДМИНИСТРАТИВНАЯ РАБОТА

Шаг 1. Подготовка

**ПРОВАЛ ПОДГОТОВКИ = ПОДГОТОВКА
ПРОВАЛА!**



ИЛИ

Шаг 1. Подготовка

- Знай, чего нужно добиться - *Цели*

ЧТО?

- Знай, как ты этого добьёшься
- Имей цель визита

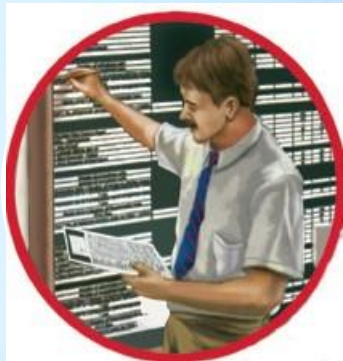
Действия

- Планируй свою презентацию
 - Обладай навыками продаж
- *Интересная схема*

С ПОМОЩЬЮ ЧЕГО?

- Подготовь ресурсы и наглядные материалы
- Обладай инструментами продаж

Шаг 1. Подготовка



**Ежемесячно
и еженедельно**



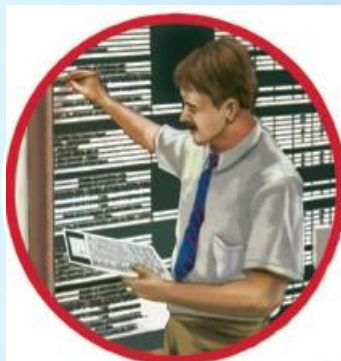
Ежедневно



Перед визитом

Шаг 1. Подготовка

упражнение

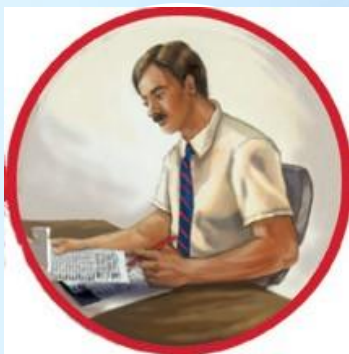


Ежемесячно и еженедельно

- Планы на месяц по общему объему продаж (выручке) и по каждой категории
 - Планы на месяц по KPI`s (Кол-во визитов; кол-во успешных визитов; средний заказ)
 - Планы на месяц по спец. задачам
 - Планы на месяц по работе со Стандартами Выполнения
 - Локальные приоритеты
 - Подготовиться к встрече 1 на 1 с руководителем, заполнить планировщик задач
 - Что нужно сделать для выполнения плановых показателей (Ваши конкретные действия)

Шаг 1. Подготовка

упражнение



Ежедневно

- Объем продаж, выручка (общая/по категориям), выполнение спец. задач, с разбивкой по клиентам
- Количество заказов (эффективность)
- Средний заказ
- Количество новых клиентов
- Размещение POSM рекламных материалов на производствах
- Обещания клиентам
- Подготовка инструментов продаж и рекламных материалов на день (доп.договоренности с клиентом, испытания , POSM, презентер для ОТ еще АЕР(генеральный и промо)+заявки с Call Centre)

Шаг 1. Подготовка

упражнение



Перед визитом

- Определите цель визита (что?)
 - CDA/AEP (Контракт), продать (прибыль) , спец. Цели SE
 - Работа по развитию продаж продукции на производство, обучение механиков (Стандарт Выполнения)
- Продумайте, (как?) вы будете достигать цель
 - Определите ключевое лицо для встречи
 - Определите потребности клиента
 - Предвосхитите возможные возражения и способы их преодоления
 - Подготовьте инструменты продаж

Шаг 1. Подготовка

Цель иита:

Сервис клиента

Сервис – все наши действия, направленные на обеспечение клиента продуктом, информацией и личным вниманием

Развитие клиента

Развитие – все наши действия, направленные на решение проблем на производстве у Клиента, расширение линейки поставляемой продукции Клиенту, увеличение суммы чека

Постановка целей по принципу SMARTER

Ключевые элементы цели

S.M.A.R.T.E.R

- SPECIFIC – КОНКРЕТНЫЕ
- MEASURABLE – ИЗМЕРИМЫЕ
- ACHIEVABLE– ДОСТИЖИМЫЕ
- RELEVANT – РЕЛЕВАНТНЫЕ (СООТВЕТСТВУЮЩИЕ)
- TIME-BOUND – ОПРЕДЕЛЕННЫЕ ВО ВРЕМЕНИ
- EXCITING – ВДОХНОВЛЯЮЩИЕ
- RECORDED – ПИСЬМЕННО ЗАФИКСИРОВАННЫЕ

Ключевые элементы цели

Договориться о поставке смазки Foodlube «с технологией Detex» на Хлебозавод Смольненский

До 15 апреля в место одного баллона очистителя [Instant Super Degreaser](#) , со снабжением на заводе Chupa Chups продать им концентрат BFX .

- Увеличить линейку материалов в поставке с 5 позиций смазок по 1 еднице до 15 наименований по 3 едницам , за счет допродажи клеёв герметиков очистителей салфеток и маркеров. В течение следующих 4 недель отслеживать с механиком применение материалов в нуждах на производстве и сообщать снабжению.
- Убедить авиационное предприятие в Гатчине, поменять поставщика масла на самолёт АН 148 с 1 сентября до 1 ноября, за счет более выгодной цены и лучшего сервиса.

Шаг 1. Подготовка

Упражнение 1.1

Постановка

S.M.A.R.T.E.R.

задачи

Подготовьте задачу на визит к одному из ваших клиентов, согласно принципу SMARTER

Время на выполнение упражнения 5 минут

Работаем самостоятельно

Этап Подготовка. Видео “Навыки Продаж”





Приветствие клиента

Шаг 2. Приветствие клиента

1 ЕЖЕМЕСЯЧНАЯ И ЕЖЕНЕДЕЛЬНАЯ
ПОДГОТОВКА
ЕЖЕДНЕВНАЯ ПОДГОТОВКА
ПОДГОТОВКА ПЕРЕД ВИЗИТОМ

2 ПРИВЕТСТВИЕ КЛИЕНТА

3 ОСМОТР ПРОИЗВОДСТВА

4 ОПРЕДЕЛЕНИЕ ЗАКАЗА
ВЫЯВЛЕНИЕ ПОТРЕБНОСТЕЙ

5 ПРЕЗЕНТАЦИЯ

6 ОТРАБОТКА ВОЗРОЖЕНИЙ
ЗАКРЫТИЕ СДЕЛКИ

7 АНАЛИЗ ВИЗИТА

8 АДМИНИСТРАТИВНАЯ РАБОТА

Шаг 2. Приветствие клиента



- *В какой форме Вы обычно здороваетесь с клиентом?*
- *Исходя из Вашей практики: в какой момент Вы приветствуете клиента?*
- *Что нужно сделать прежде всего, после того, как Вы поздоровались с клиентом?*

Форма приветствия:

Добрый день, (имя), представитель Foodlube.

Смазочные материалы : БелРэй, Рокол,

Масла: (Я) представитель бренда БелРэй

Клеи герметики: из отдела Devcon

Шаг 2. Приветствие клиента

ЦЕЛЬ: Показать клиенту ваше дружеское отношение к нему, задать тон беседы, пояснить то, что вы ожидаете от посещения.
Определить правильное время для презентации.

- Представьтесь
- Решите срочные вопросы клиента
- Поясните ваши ожидания от визита
- Подтвердите время презентации

Шаг 2. Приветствие клиента

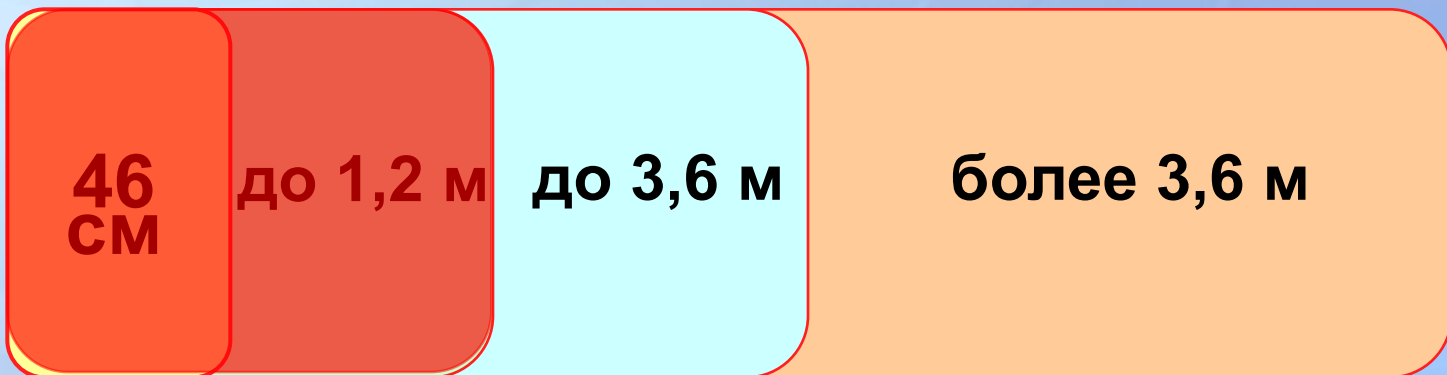
ПЕРВОЕ ВПЕЧАТЛЕНИЕ

- МИМИКА, УЛЫБКА
- ПОЗА, ЖЕСТЫ
- ВИЗУАЛЬНЫЙ
КОНТАКТ



**Помните!!! Ваше настроение и состояние
передается Клиенту**

Шаг 2. Приветствие клиента



- Интимная зона
- Личная зона
- Социальная зона
- Общественная зона

Шаг 2. Приветствие клиента



**Не впутывайтесь в обсуждение бизнеса,
даже если клиент навязывает его...**

Вы к нему пока не готовы!!!

Шаг 2. Приветствие

клиента

Упражнение 2.1

Ролевая игра

- Вы –Sales engineer
- Перед вами очередное предприятие .
- Задача: Зайти в него и поприветствовать клиента.
- Работаем в тройках и меняемся ролями:
- Sales engeniер демонстрирует приветствие
- Клиент играет роль Главного механнка
- Наблюдатель предоставляет обратную связь SE
- Для подготовки используйте страницу 12 рабочей тетради
- Время на подготовку 3 минуты

Этап Приветствие. Видео “Навыки Продаж”





Перерыв 15 минут



Осмотр производства

Шаг 3. Осмотр производства

1 ЕЖЕМЕСЯЧНАЯ И ЕЖЕНЕДЕЛЬНАЯ

ПОДГОТОВКА

ЕЖЕДНЕВНАЯ ПОДГОТОВКА

ПОДГОТОВКА ПЕРЕД ВИЗИТОМ

2 ПРИВЕТСТВИЕ КЛИЕНТА

3 ОСМОТР ПРОИЗВОДСТВА

4 ОПРЕДЕЛЕНИЕ ЗАКАЗА

ВЫЯВЛЕНИЕ ПОТРЕБНОСТЕЙ

5 ПРЕЗЕНТАЦИЯ

6 ОТРАБОТКА ВОЗРОЖЕНИЙ

ЗАКРЫТИЕ СДЕЛКИ

7 АНАЛИЗ ВИЗИТА

8 АДМИНИСТРАТИВНАЯ РАБОТА

Шаг 3. Осмотр производства

ЦЕЛЬ: Сбор информации для выявления возможностей по внедрению смазочных материалов Рокол ЛПС и БелРэй.

Коррекция цели визита и презентации, при необходимости.

- Произведите осмотр производства и сравните ситуацию в ней со Стандартом Выполнения
- Визуально определите проблемы, с которыми справятся наши смазки масла очистители...
- Расставьте приоритеты, и скорректируйте, если необходимо, цели на визит и на презентацию

Шаг 3. Осмотр производства

Почему важен Осмотр для задач по **Сервису** (обеспечению производства продуктом)?

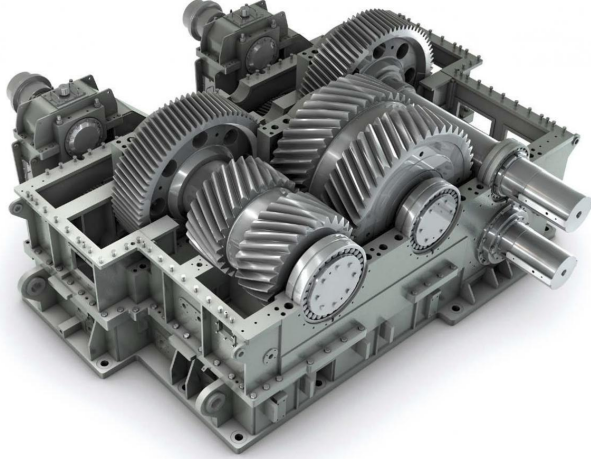
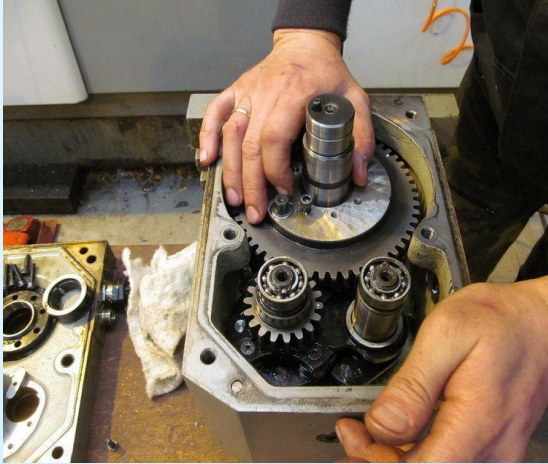


Почему важен Осмотр для задач по **Развитию** производства?



Шаг 3. Осмотр производства

- Основные места где точно применяются смазочные материалы



- Дополнительные места продаж

Шаг 3. Осмотр производства

Алгоритм внедрения Стандарта Выполнения:

ШАГ

«ПОДГОТОВКА»

А»

- Знаю Стандарт

- Соотношу его с текущей ситуацией на производстве

- Вижу возможности

- Ставлю цели и расставляю приоритеты

- Презентую решение Главному механику

ШАГ

«ПРЕЗЕНТАЦИЯ»

Я»

Что я скажу Клиенту?

Какие могут быть возражения?

Как я могу их преодолеть?

Выполнил!

Шаг 3. Осмотр производства

- **Определите проблемы на производстве для предложения необходимых товаров Клиенту**
 - определите визуальные проблемы самостоятельно
 - определите дополнительные возможности с Клиентом
- **Расставьте приоритеты, и скорректируйте, если необходимо, цели на визит и на презентацию**
 - определите 1-2 наиболее приоритетные задачи на визит, исходя из возможностей
 - Подтвердите задачу, которая поставлена на шаге «Подготовка перед визитом» (при необходимости пересмотрите ее).
 - Скорректируйте цели на визит

Перерыв на обед





Определение заказа

Шаг 4. Определение заказа

- 1** ЕЖЕМЕСЯЧНАЯ И ЕЖЕНЕДЕЛЬНАЯ ПОДГОТОВКА
ЕЖЕДНЕВНАЯ ПОДГОТОВКА
ПОДГОТОВКА ПЕРЕД ВИЗИТОМ
- 2** ПРИВЕТСТВИЕ КЛИЕНТА
- 3** ОСМОТР ПРОИЗВОДСТВА
- 4** ОПРЕДЕЛЕНИЕ ЗАКАЗА
ВЫЯВЛЕНИЕ ПОТРЕБНОСТЕЙ
- 5** ПРЕЗЕНТАЦИЯ
- 6** ОТРАБОТКА ВОЗРОЖЕНИЙ
ЗАКРЫТИЕ СДЕЛКИ
- 7** АНАЛИЗ ВИЗИТА
- 8** АДМИНИСТРАТИВНАЯ РАБОТА

Шаг 4. Определение заказа

ЦЕЛЬ: Рассчитать необходимое количество продукции для включения в заказ и согласовать его.

- Определите текущие запасы на складе (занести остатки в Мегаплан или ИД карту клиента)
- Определите объём/расход клиента (со времени предыдущей поставки)
- **Определите предлагаемый Вами заказ с учетом выявленных проблемм (записать заказ в Мегаплан или ИД карту клиента)**
- **Согласуйте с клиентом предлагаемый Вами заказ**

Шаг 4. Определение заказа

ЗОЛОТЫЕ ПРАВИЛА

1. Строго следуйте по структуре формирования заказа

(Предыдущий остаток + Предыдущий заказ – Текущий остаток)* Фактор роста = Заказ

2. Не бойтесь перегрузить клиента!
(иначе ваше место займет конкурент)
3. Если Клиент говорит **НЕТ** какой либо позиции из вашего заказа, не “закусывайтесь” с ним из-за этого – отложите это на работу с возражениями.
Сначала согласуйте основной заказ!!!!
4. Выстраивать отношения с клиентом так, что бы составление заказа происходило без его участия





Презентация

Шаг 5. Презентация

1 ЕЖЕМЕСЯЧНАЯ И ЕЖЕНЕДЕЛЬНАЯ
ПОДГОТОВКА

ЕЖЕДНЕВНАЯ ПОДГОТОВКА

ПОДГОТОВКА ПЕРЕД ВИЗИТОМ

2 ПРИВЕТСТВИЕ КЛИЕНТА

3 ОСМОТР ПРОИЗВОДСТВА

4 ОПРЕДЕЛЕНИЕ ЗАКАЗА

ВЫЯВЛЕНИЕ ПОТРЕБНОСТЕЙ

5 ПРЕЗЕНТАЦИЯ

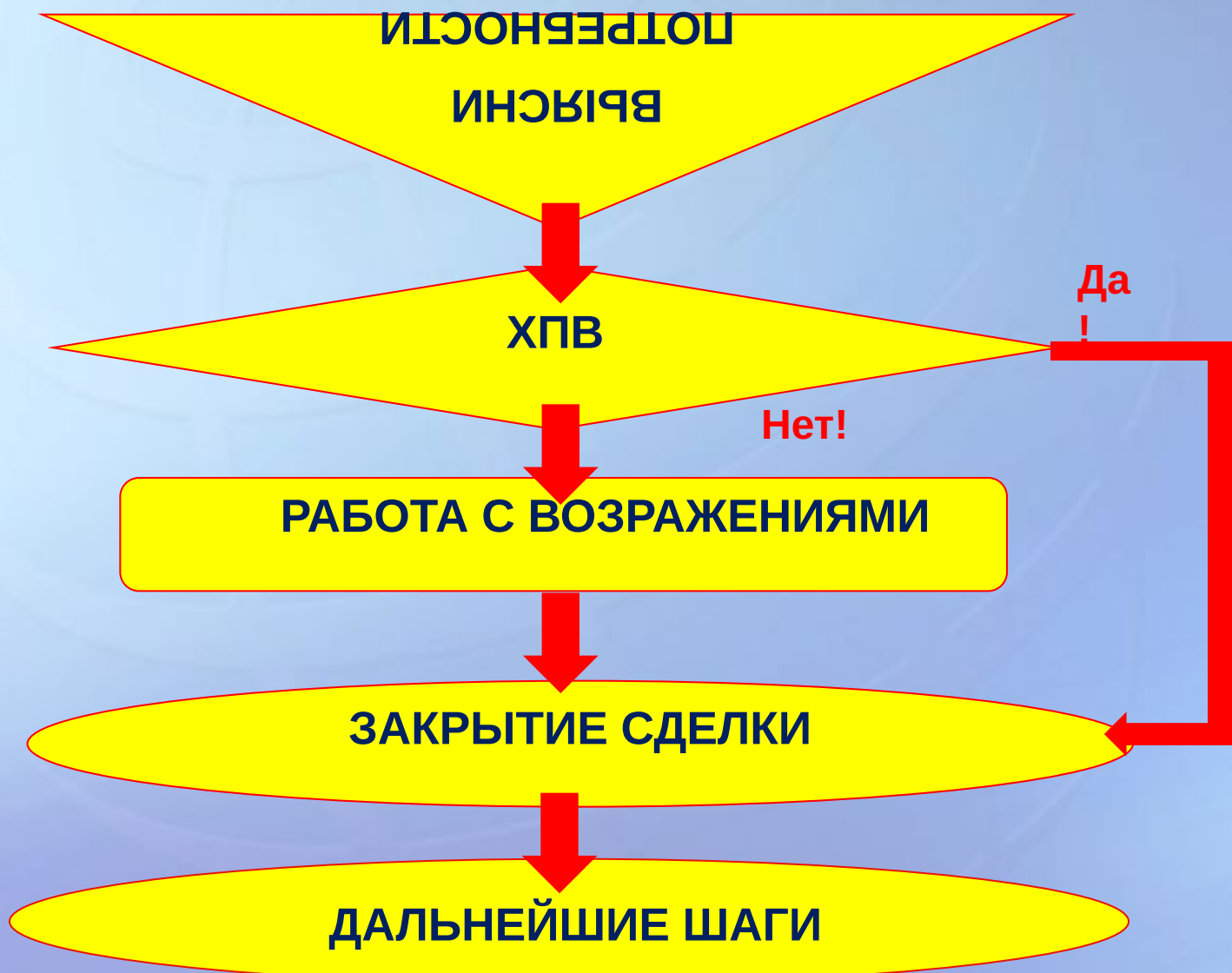
6 ОТРАБОТКА ВОЗРОЖЕНИЙ

ЗАКРЫТИЕ СДЕЛКИ

7 АНАЛИЗ ВИЗИТА

8 АДМИНИСТРАТИВНАЯ РАБОТА

Шаг 5. Презентация



Шаг 5. Презентация

- ВОПРОСЫ
- СЛУШАНИЕ
- РЕЗЮМИРОВАНИЕ
- ПАУЗА
- ЭМОЦИИ



Шаг 5. Презентация

ВОПРОС Ы

- ПОЛУЧИТЬ ИНФОРМАЦИЮ
- ПЕРЕДАТЬ ИНФОРМАЦИЮ
- ПРИВЛЕЧЬ ВНИМАНИЕ
- ЗАСТАВИТЬ ЛЮДЕЙ ДУМАТЬ
- ВЕСТИ БЕСЕДУ



Шаг 5. Презентация

СВЯЩЕННИК СПРАШИВАЕТ ЕПИСКОПА:

“МОГУ ЛИ Я
КУРИТЬ, КОГДА
МОЛЮСЬ?”

НЕТ!

“МОГУ ЛИ Я
МОЛИТЬСЯ, КОГДА
КУРЮ?”

ДА!

Шаг 5. Презентация

ВОПРОС Ы



ОТКРЫТ ЫЕ

- **ПОЧЕМУ**
 - КАК
 - КОГДА
 - ЧТО
 - КТО
 - ГДЕ
- **БОЛЬШЕ
ИНФОРМАЦИИ**
- **ОТВЕТЫ:**
 - БОЛЕЕ ЧЕСТНЫЕ
 - БОЛЕЕ
ПРАВИЛЬНЫЕ
 - БОЛЕЕ ДЛИННЫЕ

ЗАКРЫТ ЫЕ

- **ОЧЕНЬ УЗКИЕ**
- **НАПРАВЛЯЮЩИЕ
РАЗГОВОР**
- **ОТВЕТЫ:**
 - ДА
 - НЕТ

Шаг 5. Презентация

- ЗАДАВАЙТЕ ВОПРОСЫ
- СЛУШАЙТЕ ОТВЕТЫ

Шаг 5. Презентация

ПАУЗА



ПОМОГАЕТ:

- ПОЛУЧИТЬ БОЛЬШЕ ИНФОРМАЦИИ
- ПРИВЛЕЧЬ ВНИМАНИЕ К СООБЩЕНИЮ

Шаг 5. Презентация

Какие бывают потребности?

Скрытые

Явные

Шаг 5. Презентация

Упражнение потребности

Шаг 5. Презентация

ДАЖЕ ЗАМЕЧАТЕЛЬНЫЕ ИДЕИ ВЫИГРЫВАЮТ ОТ ХОРОШЕЙ ПРЕЗЕНТАЦИИ!



Шаг 5. Презентация



Что это?



ЫГОДЫ



Что дает?

Почему это лучше?

Шаг 5. Презентация



Характеристики

- Высокотемпературная смазка в виде аэрозоля для высоконагруженных высокоскоростных зубчатых передач и цепей. После распыления вязкость NLGI 2
- Объем 312 г.
- Основа минеральная.
- Цвет красный.
- Диапазон температур $\leq +232\text{ }^{\circ}\text{C}$

Преимущества

- Защита от коррозии, окисления;
- Работа при очень высоких температурах;
- Уменьшает шум, истирание, вибрацию;
- Удароустойчивая;
- Красный цвет смазки помогает проводить визуальный осмотр;
- Быстрая пенетрация.

Выгоды

- Экономит средства, за счет невысокой стоимости
- Облегчает работу механика
- Улучшает качество работы оборудования

Шаг 5. Презентация

Только если характеристики и преимущества вашего предложения становятся выгодами для вашего клиента, потребности клиента будут удовлетворены

ВАШЕ Решение
(Х-П-В)

...становится

Удовлетворение
потребностей
Клиента



Шаг 5. Презентация



Обращайтесь к чувствам

- Скажите
- Дайте потрогать
- Покажите....



Используйте наглядный материал

- Презентер
- Лист решений
- Калькулятор возможностей
- Аргументы для трейда
- POSM
- Фото
- Историю Продаж



Шаг 5. Презентация

Упражнение

Характеристики – Преимущества - Выгоды

- Разбейтесь на несколько групп, по 3-5 человека
- Получите у тренера предмет
- Каждой группе необходимо в течение 2-х минут:

Определить 1 Характеристику, следующее из нее Преимущество и соответствующую Выгоду

Презентовать остальным участникам

Шаг 5. Презентация

Тест на понимание

Шаг 5. Презентация

Возражения могут быть...



Ложны
е

Истинны
е

Объективны
е

Субъективны
е

Шаг 5. Презентация

Как может вести себя клиент, выдвигая возражения...

- **Он Вам не верит**
 - Не убежден в ценности
 - Нужно больше информации
 - Прошлый опыт
 - Сомневается в Вас или Вашей компании
- **Демонстрирует безразличие**
 - Не видит в этом необходимости
 - Не хочет изменений
 - Не хочет, чтобы его беспокоили
- **Недопонимает**
 - Не понимает
 - Не хочет понять
- **Видит только недостатки**
 - Видит пробелы в решении
 - Предпочитает предложение конкурента
 - Выгоды предложения не компенсируют риски
- **Хочет поторговаться**
 - Хочет лучшее предложение
 - Любит провоцировать торговых представителей



Шаг 5. Презентация

Как люди ОБЫЧНО реагируют на возражения...

- Обороняются
- Злятся
- Спорят
- Становятся слишком эмоциональными
- Угрожают
- Молчат
- Уходят или ничего не предпринимают
- Повторяют то же предложение (игнорируют)



Шаг 5. Презентация

Как предупредить возражения

Помните, что всегда лучше предупредить возражения, чем отвечать на них.

Мы можем сократить количество возражений:

- ✓ Планируя/прогнозируя
- ✓ Зная потребности нашего клиента
- ✓ Формируя выгодные предложения
- ✓ Демонстрируя ценность предложения



Шаг 5. Презентация

...что делать в ответ на возражения клиента

К

Keep Calm

Сохраняйте
спокойствие

L

Listen

Слушайте

A

Acknowledge

Не
спорьте

D

Define

Поймите/
Подтвердите

O

Overcome

Преодолейте

C

Close

Закройте
возражение



Шаг 5. Презентация



Keep Calm
Сохраняйте спокойствие

Пусть он выразит свое возражение –
это позволит Вам уменьшить негативные последствия

Я принимаю

Я делаю вдох

Я делаю шаг назад

- Он чувствует, что может выразить все, что его беспокоит
- Он чувствует, что мне важны его беспокойства
- Я замолкаю и позволяю ему высказаться

Шаг 5. Презентация



Listen
Слушайте

Пусть он выразит свое возражение –
это позволит Вам уменьшить негативные последствия

**Я не отвечаю
немедленно**

- Он не чувствует, что на него нападают
- Я сохраняю доверительную атмосферу

Шаг 5. Презентация



Acknowledge
Не спорьте

ФАЗА 1

Предложите клиенту высказать все, что его беспокоит

Присоединитесь по состоянию и переформулируйте это!

Спросите, беспокоит ли его еще что-либо

Пример :

Хорошо, Вы говорите, что у Вас нет свободного места, еще что-нибудь?

ФАЗА 2

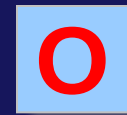
Выделите главные проблемы

Пример: *Что Вас беспокоит больше всего ?
Какая самая главная проблема ?*



Если возражение Вам не ясно,
необходимо его уточнить, чтобы Вам все стало понятно

- Покажите Клиенту, что Вы поняли возражение.
 - Вы опасаетесь, что...; Насколько я понял, Вы думаете... не так ли?
- Относитесь к возражению не как к личной атаке, а как к необходимости уточнить детали
- Переформулируйте слова клиента



Предложите объяснения, удовлетворяющие Клиента

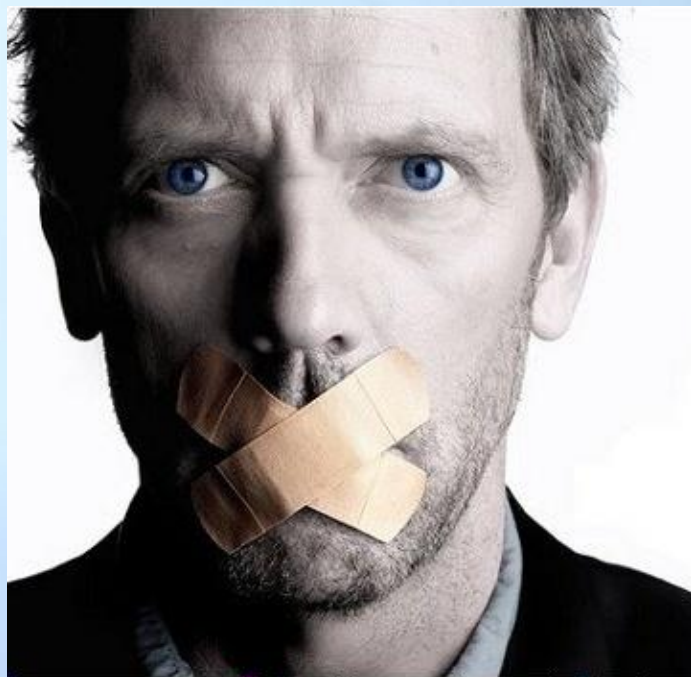
- Сводите к выгодам для Клиента
- Используйте Презентер
- Используйте Калькулятор Возможностей
- Используйте Аргументы для трейда
- Используйте историю продаж
- Используйте примеры других Клиентов
- Используйте примеры на его производстве
- Используйте примеры из жизни

Будьте Креативны!!!

Шаг 6. Заккрытие сделки



Close
Закройте



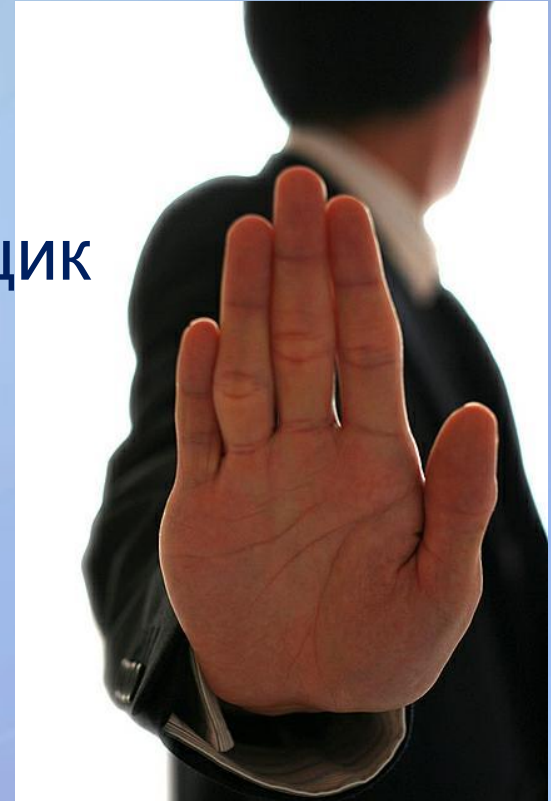
- Говорите ровно столько сколько необходимо
- Внимательно слушайте клиента
- При появлении “Сигнала готовности к покупке” –

Закрывайте Сделку!!!

УПРАЖНЕНИЯ

Е

- «У меня нет проблем!»
- «Я подожду, пока мой поставщик сделает осечку!»
- «Я никого не пускаю на производство!»



Ваша реакция ?

Упражнение

Понимание и преодоление основных возражений

Разбейтесь на группы по 2-3 человека

- Каждой группе дается 10 минут для обдумывания:
 - Получите одно типичное возражение от тренера
 - Выработайте 3-5 решений для устранения возражения, используя KLADOC
 - Выделите 1-3 ответа, которые следует избегать при общении с клиентами
 - Презентуйте ваши результаты остальным группам

Типичные возражения

- Не я принимаю решение, его принимают в центральном офисе
- Заплатите мне за это
- У меня все есть
- У нас новая политика работы с поставщиками
- Я не верю что эти ваши смазки решат мои проблемы. Сомниваюсь
- У меня нет средств, чтобы это внедрить
- Мне это неинтересно
- Мне не интересно
- У меня нет сегодня времени



Анализ визита

Шаг 7. Анализ визита

1 ЕЖЕМЕСЯЧНАЯ И ЕЖЕНЕДЕЛЬНАЯ

ПОДГОТОВКА

ЕЖЕДНЕВНАЯ ПОДГОТОВКА

ПОДГОТОВКА ПЕРЕД ВИЗИТОМ

2 ПРИВЕТСТВИЕ КЛИЕНТА

3 ОСМОТР ПРОИЗВОДСТВА

4 ОПРЕДЕЛЕНИЕ ЗАКАЗА

ВЫЯВЛЕНИЕ ПОТРЕБНОСТЕЙ

5 ПРЕЗЕНТАЦИЯ

6 ОТРАБОТКА ВОЗРОЖЕНИЙ

ЗАКРЫТИЕ СДЕЛКИ

7 АНАЛИЗ ВИЗИТА

8 АДМИНИСТРАТИВНАЯ РАБОТА

Шаг 7. Анализ визита

ЦЕЛЬ: Произвести анализ сильных сторон и возможностей для развития

- Оцените, что удалось сделать
- Оцените, что не удалось
- Какие ваши шаги привели к успеху
- Что необходимо сделать иначе



Фиксируйте ваши ответы, иначе прогресса не будет

Шаг 7. Анализ визита

Дополнительно для SE

- Если в производстве есть отдел снабжения, главный инженер, главный бухгалтер.-Познакомьтесь со всеми!



Административная работа




Шаг 8. Административная работа

- 1** ЕЖЕМЕСЯЧНАЯ И ЕЖЕНЕДЕЛЬНАЯ ПОДГОТОВКА
ЕЖЕДНЕВНАЯ ПОДГОТОВКА
ПОДГОТОВКА ПЕРЕД ВИЗИТОМ
- 2** ПРИВЕТСТВИЕ КЛИЕНТА
- 3** ОСМОТР ПРОИЗВОДСТВА
- 4** ОПРЕДЕЛЕНИЕ ЗАКАЗА
ВЫЯВЛЕНИЕ ПОТРЕБНОСТЕЙ
- 5** ПРЕЗЕНТАЦИЯ
- 6** ОТРАБОТКА ВОЗРОЖЕНИЙ
ЗАКРЫТИЕ СДЕЛКИ
- 7** АНАЛИЗ ВИЗИТА
- 8** АДМИНИСТРАТИВНАЯ РАБОТА

Шаг 8. Административная работа

ЦЕЛЬ: Завершить визит, обеспечив все действия для реализации его результатов. Отслеживать достижения и готовиться к последующим посещениям с целью увеличения продаж

- **Зафиксируйте результат визита, для этого:**
 - **Внесите необходимые комментарии к заказу в Мегаплан, проверьте корректность**
 - **Закройте визит в Мегаплане и синхронизируйте**
 - **Запишите цель и комментарии на следующий визит**
- **Скоординируйте действия со смежными отделами, для этого:**
 - **Внесите комментарии по доставке**
 - **Заполните необходимые заявки на проданные услуги (нанесение разметки...)**
 - **Составьте задание для технолога**



Ваши
дальнейшие
шаги по
развитию и
сертификация

Ваши дальнейшие шаги по развитию



Сертификац

ИЯ

Ввод в
Должность
1-2-3

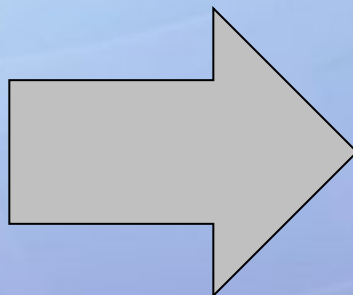
Изучение
стандартов

Тестиро
вание

Навыки
Продаж

Совместная работа с Sales engineer

Контракт № 123456789	
№	Содержание
1	1.1. Общие сведения о контракте
1	1.2. Наименование и количество продукции
1	1.3. Цена и условия оплаты
1	1.4. Срок поставки
1	1.5. Место поставки
1	1.6. Ответственность сторон
1	1.7. Порядок разрешения споров
1	1.8. Прочие условия
1	1.9. Подпись и печать сторон
1	1.10. Дата составления



Any questions?

Завершение тренинга

Подведение ИТОГОВ

- 1) Насколько оправдались Ваши ожидания?
- 2) Что нового Вы узнали?
- 3) Что Вы начнете делать?
- 4) Что Вы перестанете делать?
- 5) Что Вы будете делать по другому?



Test