

# Этапы продаж

# Основные этапы:

- 1. Установление контакта;
- 2. Выявление потребности;
- 3. Презентация товара;
- 4. Работа с возражениями;
- 5. Завершение сделки;
- 6. Дополнительная продажа;
- 7. Прощание.



# 1. Установление контакта

- Первое, с чего начинается диалог - это конечно же приветствие. Необходимо поздороваться с клиентом используя слова: «Здравствуйте/Добрый день/вечер/»
- далее обозначить, что он позвонил в интернет-магазин: «Это интернет- магазин», и конечно же представиться : «**Меня зовут Виктория/Екатерина**» и т.д.
- Завершить приветствие следует фразой : «**Чем я могу Вам помочь/ Слушаю Вас**».



# 1. Установление контакта

- Правильное приветствие звучит так: «Здравствуйте, это интернет -магазин. Меня зовут Виктория, чем могу Вам помочь?»
- Либо: «Интернет - магазин, здравствуйте, меня зовут Владимир, слушаю Вас.»
- Если Вы не представились, или не поздоровались, это грубое нарушение!!!

Это ты, когда вежливо поздоровался!



## 2. Выявление потребности

- Для того, чтобы оперативно определить потребность клиента в рамках call-центра, обязательно необходимо задавать вопрос:

**ВЫ ОПРЕДЕЛИЛИСЬ С МОДЕЛЬЮ ИЛИ ВАМ ПОДСКАЗАТЬ С ВЫБОРОМ?**



## 2. Выявление потребности

- Обычно, для определения потребностей как раз задают **открытые вопросы**, т.е. на которые нельзя ответить односложно «да/нет», но поскольку клиент звонит нам сам, бывает что он точно знает что хочет приобрести. Поэтому всегда необходимо задавать именно этот вопрос. После того, как клиент озвучил то, что его интересует, следует уточнить наличие товара на складе. Если товар, который заинтересовал клиента нет в наличии, можно предложить то, что имеется, исходя из того, какая модель его интересовала и предлагать похожие , либо как альтернативу предложить доставку интересующей модели за 2-4 рабочих дня, в среднем доставка не занимает больше времени (все зависит от товара и откуда-куда отправка).

## 2. Выявление потребности

- **НО!** Если клиент еще не определился в выборе, необходимо помочь ему подобрать товар, подходящий именно для его потребностей, и именно в этом случае необходимо их выявление, чтобы клиент остался доволен покупкой и рад, что обратился в наш интернет-магазин, и в будущем тоже обратился к нам, посоветовал друзьям/родственникам.



## 2. Выявление потребности

- Для выявления потребностей необходимо задавать **открытые** или **альтернативные вопросы**. Как было описано ранее - это вопросы, на которые нельзя ответить «да/нет», например:
  - - Для мальчика подбираете или для девочки?
  - - Какой цвет больше нравится?
  - - Квадрокоптер для ребенка выбираете или для профессиональной съемки?
  - - Для чего планируете использовать фотоловушку?
  - - Какие функции хотели бы видеть в мини-камере?
  - - На какой возраст часы подбираете?
  - - Какой вес у Вашего ребенка?



## 2. Выявление потребности

- Открытые вопросы предполагают такой же развернутый ответ и заставляют собеседника рассказать то, что он думает по нужной тематике.
- Они помогают лучше понять человека, выявить его потребности и скрытые мотивы. Один открытый вопрос позволяет «выудить» намного больше информации, причем более точной, чем десяток закрытых вопросов. Плюс ко всему, собеседник отвечает на открытый вопрос довольно долго и у вас остается время обдумать следующий. Когда же идет черед закрытых вопросов, у вас практически нет времени на размышление, плюс к этому клиент будет чувствовать себя как на допросе, не комфортно, это не позволит ему поверить Вам.

## 2. Выявление потребности

- Рассмотрим на примере диалога:
- - Здравствуйте, это интернет -магазин. Меня зовут Екатерина, чем могу Вам помочь?
- - Здравствуйте, мне нужны детские часы.
- - Вы определились с моделью или Вам подсказать с выбором?
- - Не определился, помогите.
- - На какой возраст часы подбираете?
- - 6 лет.
- - Для мальчика подбираете или для девочки?
- - Для девочки.
- - Какой цвет больше нравится?
- -Для девочки лучше розовый.
- -Могу Вам предложить .....далее идет презентация товара, которая будет описана в следующем пункте.

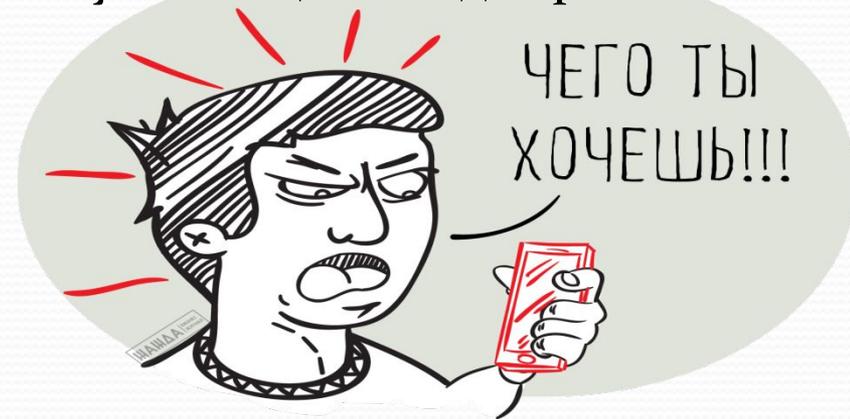
## 2. Выявление потребности

- Когда клиент отвечает на открытый вопрос, необходимо воспользоваться техникой **активного слушания**, то есть дать понять что Вы следите за тем, что клиент рассказывает:
- 1. **Поддакивание**. Слушая клиента, показывайте, что вы его слышите: угу, да, продолжайте... и т.п.
- 2. **Уточняющие вопросы**. После ответа на открытый вопрос задавайте уточняющие вопросы
- 3. **Присоединение**. Соглашайтесь с заявлениями клиента, "я с вами согласен, это неприятно" "да, конечно, я Вас понимаю"
- 4. **Дословное повторения сказанного клиентам**. Естественно не нужно пересказывать длинную фразу, вам нужно просто повторить последние 2-3 слова, как бы демонстрируя, что вы их услышали.

## 2. Выявление потребности

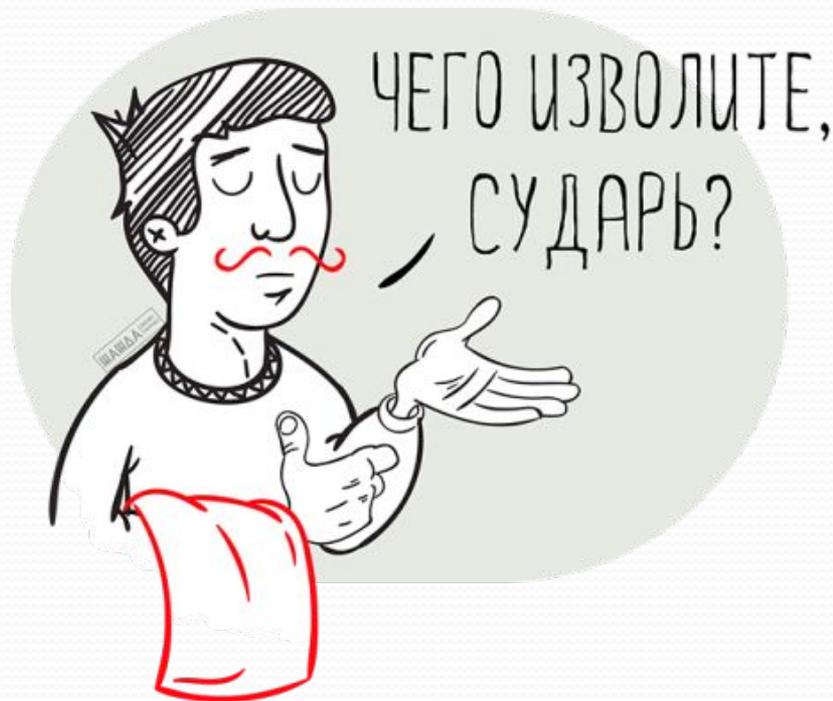
- Во время того, когда клиент отвечает на вопрос **ЗАПРЕЩЕНО ЕГО ПЕРЕБИВАТЬ!**
- Иногда клиент уходит в сторону и начинает разговор «за жизнь», это должно **КОРРЕКТНО** пресекаться. Помните время-деньги.
- После того, как клиент ответил на открытые вопрос(ы) необходимо воспользоваться техникой **РЕЗЮМИРОВАНИЯ**:

Необходимо использовать фразу – «**если я вас правильно понял (а), вам необходимо .....**» далее менеджер перечисляет какой товар, с каким функционалом необходим клиенту. В конце менеджер добивается подтверждения у клиента.



# 3. Презентация товара

- Прежде чем презентовать товар, нужно очень качественно отработать предыдущий пункт **ВЫЯВЛЕНИЕ ПОТРЕБНОСТЕЙ**, если их не качественно выявить, клиент будет недоволен тем, что Вы ему предлагаете, и общий язык Вы потеряете.



# 3. Презентация товара

- При презентации товара необходимо использовать концепцию **СВОЙСТВА-ПРЕИМУЩЕСТВА-ВЫГОДЫ**.
- **Свойства** — это характеристики товара, его особенности.
- **Преимущества** — это то, чем ваш товар выгодно отличается от других подобных или аналогичных товаров.
- **Выгода** — это преимущество, которое получает клиент используя ваш продукт. За основу презентации следует брать преимущества и выгоды вашего товара.



# 3. Презентация товара

- Продолжим разбирать на примере детских часов:
- - Здравствуйте, это интернет -магазин. Меня зовут Екатерина, чем могу Вам помочь?
- - Здравствуйте, мне нужны детские часы
- - Вы определились с моделью или Вам подсказать с выбором?
- - Не определился, помогите
- - На какой возраст часы подбираете?
- - 6 лет
- - Для мальчика подбираете или для девочки?
- - Для девочки
- - Какой цвет больше нравится?
- - Для девочки лучше розовый



# 3. Презентация товара

- - Могу Вам предложить модель T58 в золотом цвете, они с розовым отливом, цена 3150 руб., есть функция прослушки, сохранение передвижений за 30 дней, определение местоположения, часы-телефон, белый список.
- - Так же у часов отличный дизайн, в отличии от часов с аналогичным функционалом , они очень стильные и модные.
- - Мы предоставляем гарантию 1 год, продукция фирменная и бесплатное сервисное обслуживание.
- Если наличие товара на складе позволяет, можно предложить разные модели с разной ценовой категорией, чтобы клиент сам определил, что ему по карману.
- Начинать презентацию товара в таком случае следует с более ДОРОГОГО товара, далее более дешевого и в конце самого бюджетного.

# 4. Работа с возражениями

- В идеале, если Вы правильно и качественно отработали все предыдущие этапы, возражений быть не должно:) Но все же у клиента вполне обоснованно могут появиться сомнения или недоверие к предлагаемому товару.



# 4. Работа с возражениями

- Не нужно считать, что возражения клиентов это плохо. Как раз наоборот. Это хорошо. Это сообщает вам, что клиент вас услышал и все его возражения помогут вам продолжить выявлять потребности клиента и понять его эмоции. Основная работа с возражениями в продажах — это привести столько преимуществ и выгод товара, чтобы переубедить клиента.



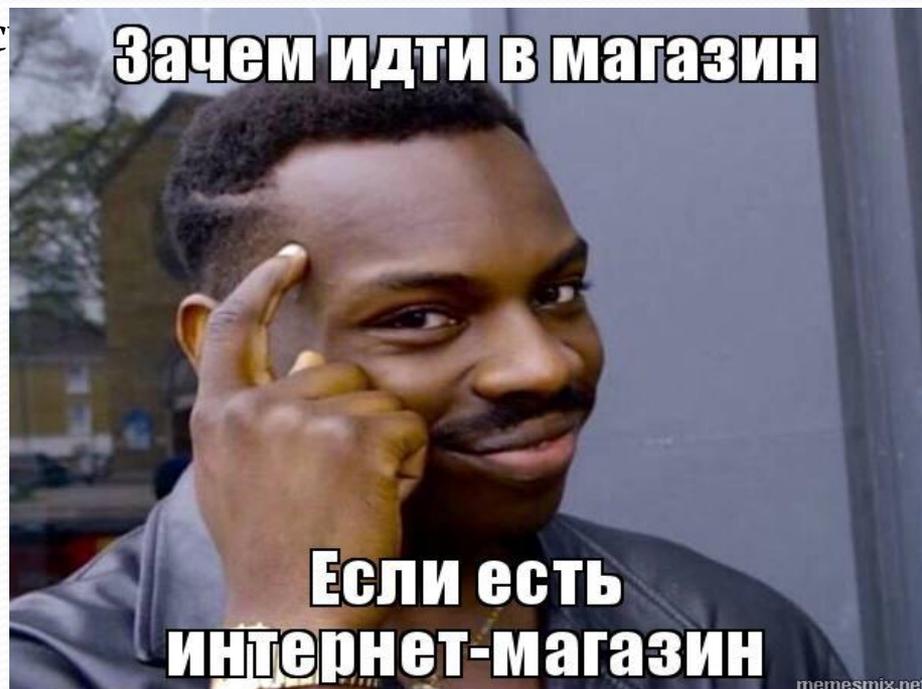
# 4. Работа с возражениями

- Например, самое распространенное возражение:
- **«ЭТО ТОВАР ИЗ КИТАЯ, НЕКАЧЕСТВЕННЫЙ»**
- Работать с таким возражением следует так: Практически весь товар, который есть на рынке - из Китая, разница нашего товара в том, что он производился на заводе, а не в кустарных условиях.



## 4. Работа с возражениями

- «МНЕ НУЖЕН ОБЫЧНЫЙ МАГАЗИН, А НЕ ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИН!»
- Работать с таким возражением следует так: Вы точно так же можете посмотреть товар, как в магазине, только определенный, который я Вам помогу подобрать! Вам точно так же выдадут чек о покупке и гарантия 1 год. Проконсультируйтесь подробно по телефону, заявка Вас ни к чему не обязывает!



# 4. Работа с возражениями

- «У ВАС ДОРОГО!»
- Работать с таким возражением следует так: Цена нашего товара обусловлена технологичностью и качеством товара, цена более чем адекватная. Можем предложить Вам более бюджетные и менее технологичные товары.

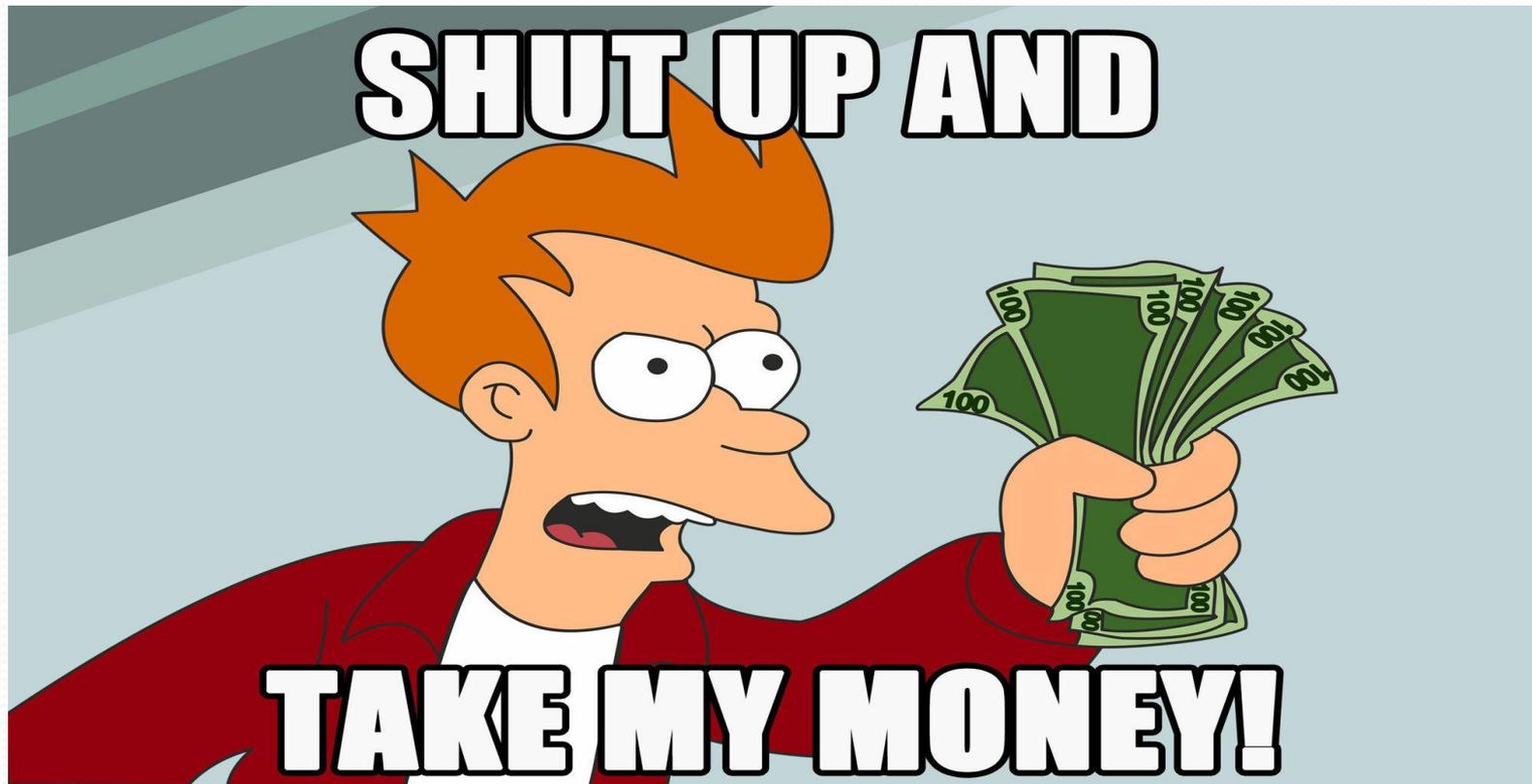


# 4. Работа с возражениями

- - Клиента товар заинтересовал, но он не хочет, чтобы продавец понял, что его так легко убедить.
- - Клиент вероятно заинтересован, но не понимает, зачем ему нужен ваш товар.
- - Клиент не заинтересован, но может заинтересоваться, если вы объясните более точно и подробно.
- Поэтому, если клиент вам возражает, следует думать, что ему или нужны дополнительные сведения о товаре, или ему нужно какое-то время, чтобы проанализировать всю полученную информацию.
- Основная работа с возражениями в продажах — это привести столько преимуществ и выгод товара, чтобы переубедить клиента.
- **Работать с возражением нужно ОБЯЗАТЕЛЬНО! А не соглашаться. Это ваши продажи и ваши деньги!**

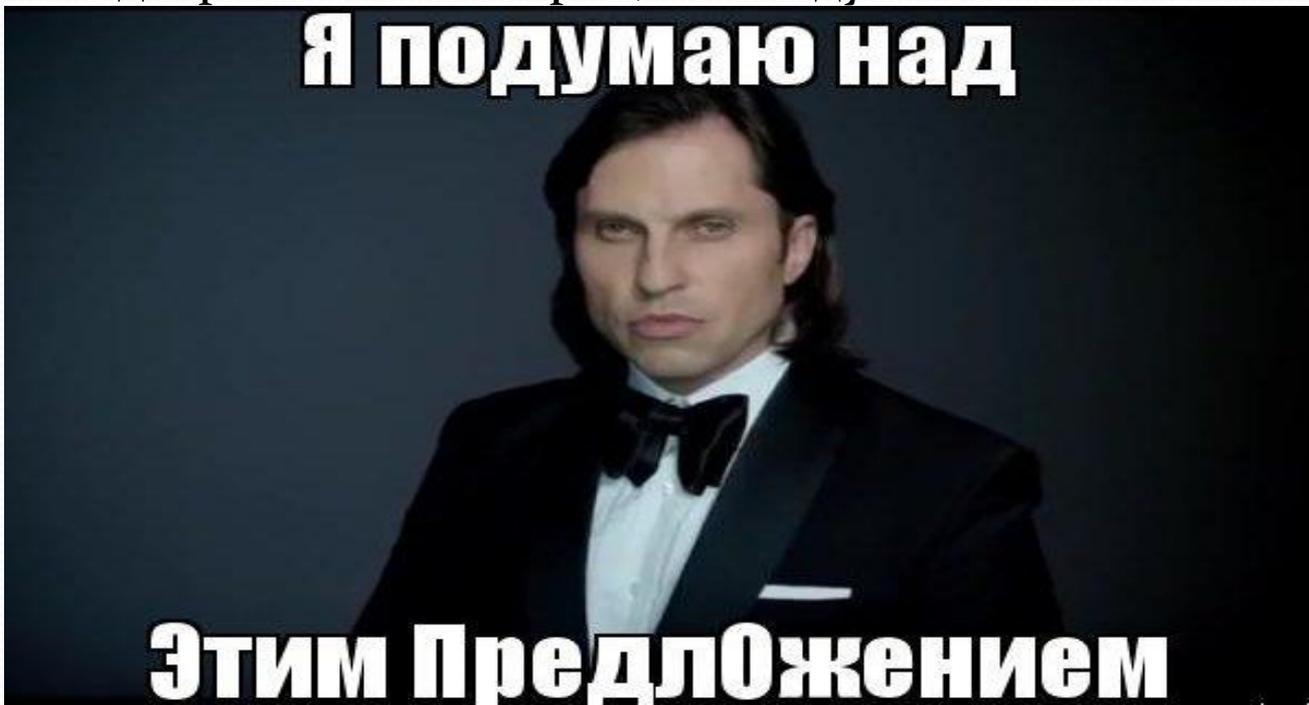
## 5. Завершение сделки

- После того, как вы выявили потребности у клиента, успешно провели презентацию продукции, сняли все возражения, наступает следующий этап продаж - **завершение продажи.**



## 5. Завершение сделки

- Завершение продажи иногда происходит автоматически, когда клиент готов купить товар и сам прямо заявляет нам об этом. Но! Никогда не стоит отдавать инициативу клиенту и ждать от него этих заветных слов : я хочу купить, как оформить заказ? Иногда клиент «не созревает» и говорит, что подумает.



# 5. Завершение сделки

- Если клиент решил подумать, что это может означать?:
- - что он будет думать на самом деле;
- - что у него остались сомнения;
- - возможно он решил не покупать товар, но молчит об этом из вежливых побуждений;
- - никак не может принять решение, хотя почти готов это сделать.

# 5. Завершение сделки

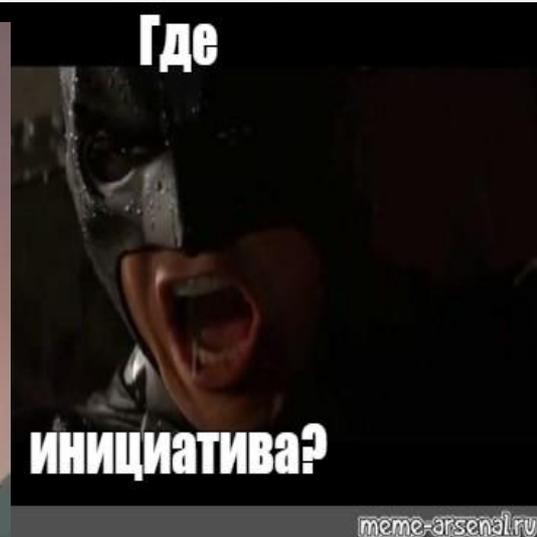
- Чтобы слегка "подтолкнуть" клиента к покупке можно использовать следующие методы( их много я предлагаю рассмотреть более эффективные на мой взгляд):
- - **Метод прямой сделки**. Вы напрямую задаете клиенту вопрос о его готовности сделать покупку или оформить заказ. («Перейдем к делу?» «Давайте оформлять?»)
- Этот метод имеет некоторые риски, которые связаны с тем, что вы задаете закрытый вопрос и клиент может сказать «нет».
- Для большей уверенности в положительном результате можно произнести подготовительную фразу, которая прояснит намерения клиента.
- («Если, как я вижу, вас все устраивает, давайте...»).

# 5. Завершение сделки

- - **Метод заполнения бланка**. Если вы чувствуете, что хорошо поработали с клиентом, но он молчит и не может принять решение, попробуйте начать спрашивать имя клиента , контактный номер телефона (если звонит с домашнего).
- - **Небольшая уступка, скидка, подарок**. Иногда к принятию решения покупателя нужно подталкивать. Для того, чтобы он был готов купить в психологическом плане иногда нужна скидка или небольшой подарок. Поэтому всегда нужно проговаривать про внешний аккумулятор в подарок к гироскутеру и скидку при переводе на карту!
- - **Перечисление достоинств**. Если вы верно выявили потребности, к этому моменту вы уже знаете какие свойства и преимущества важны для клиента. Чувствуя его колебания, напомните все важные для покупателя преимущества товара, ссылаясь на его мнение по этим характеристикам.

# 5. Завершение сделки

- Не нужно ждать от клиента подтверждения покупки. Берите инициативу в свои руки и задайте уточняющий вопрос!
- Если клиент решил подумать, также задайте уточняющий вопрос о истинной причине!
- Инициатором вопросов должны быть ВЫ — помните об этом! Управляйте продажей сами!



# 6. Дополнительная продажа

- Даже после завершения сделки не забывайте предлагать доп. товар!
- **Допродажа** (кросс-продажа, продажа дополнительного товара), выполненная менеджером вовремя и по всем правилам, поможет значительно увеличить сумму ежедневной выручки и среднего чека. Допродажа товара делается только после того, как вы завершили продажу и клиент дал согласие купить товар, а не раньше, иначе вы можете потерять клиента!!!

# 6. Дополнительная продажа

- К 3D ручке - обязательно пластик
- К фотоловушкам/мини камерам - обязательно карту памяти, батарейки
- К микронаушникам - обязательно батарейки
- К квадрокоптерам - карту памяти и т.д.



# 7. Прощание

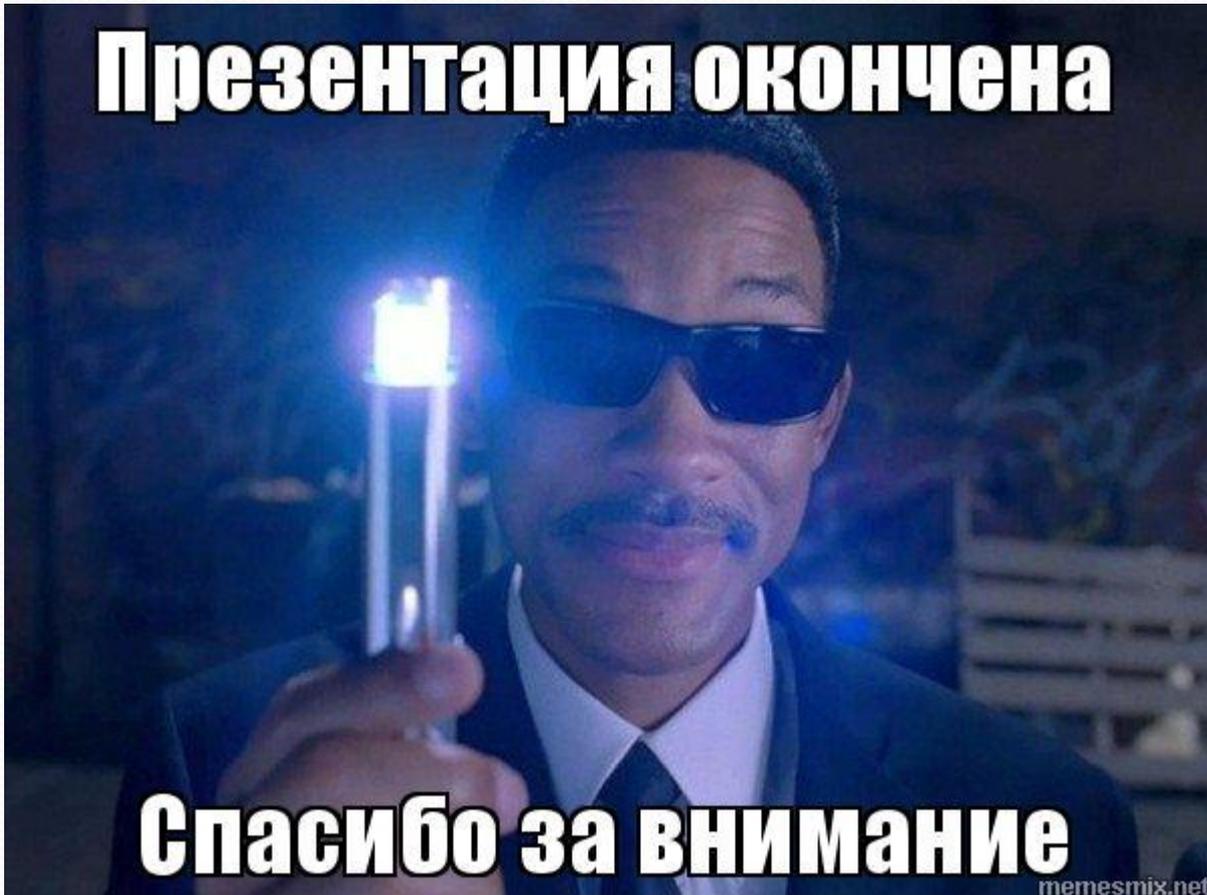
- Ну вот и все, продажа состоялась, вы сделали допродажу, получили деньги (если продажа в офисе)/оформили заказ. Самое время попрощаться.
- Но попрощаться с клиентом нужно так, чтобы он не почувствовал, будто после того, как он сделал покупку, он становится вам не интересен.
- Клиент должен еще раз убедиться, что сделал правильный выбор и испытать радость от покупки.



# 7. Прощание

- Поэтому скажите пару фраз в одобрение выбора клиента:  
«**Отличный выбор/прекрасная модель/у Вас хороший вкус**»
- Обязательно поблагодарите за заказ/покупку, пожелайте всего доброго и попрощайтесь !
- Итак, **качественное обслуживание клиентов** — это умение сотрудников магазина, офиса оставлять о себе приятное впечатление.
- И главный ключ к этому качественному обслуживанию — **ВЕЖЛИВОСТЬ**.

**Презентация окончена**



**Спасибо за внимание**

memesmix.net