

**Основы организации.
Коммуникация
офиса.
Статистика.**

- Оргсхема (организующая схема) – схема, на которой показаны функции, обязанности и последовательность действий и полномочий в организации. Оргсхема показывает модель организации, необходимой для получения продукта.
- Ценный конечный продукт (ЦКП) – продукт деятельности, который не требует доработки и пригоден к обмену (например, на деньги).

ЦКП менеджера – дизайнера корпусной мебели:

- дизайн-проект, полностью соответствующий пожеланиям заказчика,
- выполненный план продаж.

Коммуникация офиса

1. Письменная коммуникация.
2. Система трёх корзин

Статистика менеджера-дизайнера

-

еженедельный объём продаж.

- неделя – период с понедельника по воскресенье,
- объём продаж измеряется в долларах,
- статистика отражается на графике.

Этапы продаж

Продажа –

процесс согласования условий обмена товара на его денежный эквивалент в котором участвуют покупатель и продавец.

Этап 1: установление контакта

- В первые 30-60 секунд идёт формирование первого впечатления.

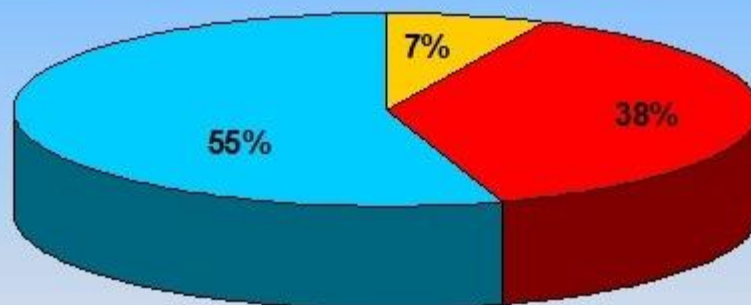
У Вас никогда не будет второй
ВОЗМОЖНОСТИ
создать первое впечатление.

Коко Шанель

Установление контакта

Первое впечатление формируется в первые 10 – 60 секунд

Слова имеют наименьшее значение



■ Слова ■ Интонации и модуляции голоса ■ Язык жестов и поз

Способы установления контакта

- Улыбка
- Искренний интерес
- Открытые позы
- Обращение по имени
- Присоединение и отзеркаливание
- Безопасное расстояние
- Уместный комплимент

Этап 2: Выявление потребностей

● Вопросы:

- открытые
- альтернативные
- закрытые

Приёмы активного слушания

- Пауза
- Уточнение
- Пересказ
- Развитие мысли
- Сообщение о восприятии
- Сообщение о восприятии себя
- Отзеркаливание, «ЭХО»

Этап 3: презентация

- Лучший способ продажи товара – продажа эмоций.
- Учитываем выявленные потребности (презентуем именно то, что закрывает потребности клиента)
- Учитываем тип восприятия клиента (визуал, аудиал, кинестетик)
- Стимулируем обратную связь (закрытые вопросы, указательные жесты, предложение что-нибудь открыть, закрыть, убедиться в гладкости и т. п.)
- Применяем эффект обладания.

Этап 4: работа с возражениями

- Ситуация, когда человек высказывает противоположное мнение по поводу обсуждаемого предмета или темы, называется ситуацией возражения.

Почему возникает возражение

- Люди думают с помощью образов.
- Любое воспринятое слово вызывает у нас образ.
- Чтобы понять другого человека, надо знать, какие образы и картинки вызывает в его воображении то или иное слово или образ.
- При работе с возражениями важно изучать образы оппонента, работать с его представлениями, а не с его собственными.

Схема работы с возражениями

- Выслушать
- Присоединиться
- Найти корень возражения
- Вырвать корень возражения
- Подкрепить свою мысль доводами и фактами
- Рассказать историю
- Завершение, выход

Правила работы с возражениями

- Не спорьте с клиентом
- Не нападайте на клиента
- Всегда старайтесь сделать так, чтобы клиент сам возражал на свои возражения

Нам не дано предугадать,
Как слово наше отзовется,-
И нам сочувствие дается,
Как нам дается благодать...

Ф.

Тютчев

Заккрытие сделки

1. **Закрытые вопросы**
2. **Альтернативные вопросы**
3. **Метод Сократа**

- Установление контакта
- Мягкое «наведение мостов»
- Выявление потребностей
- Открытые вопросы, активное слушание
- Презентация
- Показать возможность закрытия потребностей
- Работа с возражениями
- Найти истинное возражение и потребность и закрыть её
- Закрытие сделки
- Закрытые вопросы