



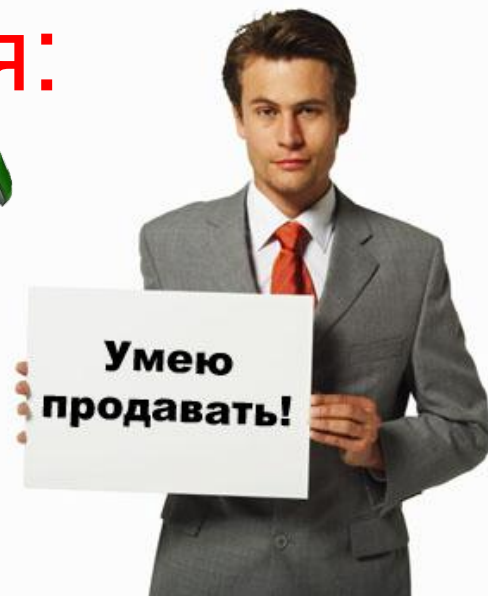
доктор

Борменталь

Базовые основы продаж

Обучение торговых менеджеров

Основные определения:



*Продажа это неотъемлемая
часть нашей жизни...*

Все это продажа...

Продажи везде вокруг нас...



Основы Продажи:

Продажа состоит из 4 компонентов:



Эмоции:

Благодаря им мы совершаем различные поступки

А также почти все покупки...



Эмоции:

**Методика и консультация должны вызывать
положительные эмоции**



**Восхищение
Удивление
Удовлетворение
Восторг
Радость**



Выгода:

*Показывает нам положительные стороны
покупки*

Приобретение должно быть взаимовыгодным

Клиент:

- 1. Здоровье**
- 2. Результат**
- 3. Цена и качество**
- 4. Удобство и сервис**

Компания:

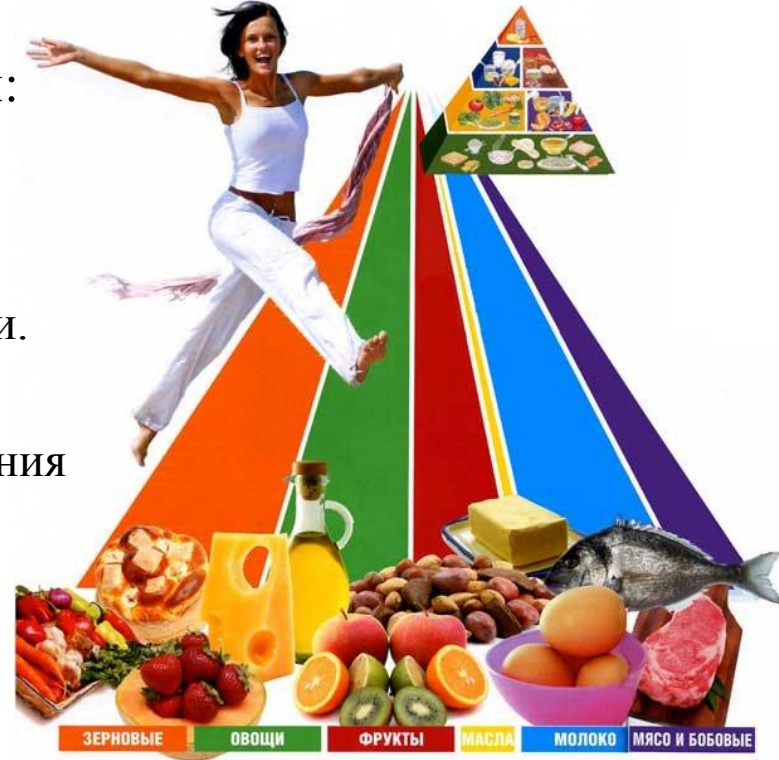
- 1. Прибыль**
- 2. Клиент**
- 3. Рекомендация**

Выгода:

Примеры выгоды приобретения:

Удобство:

1. Сохранение в рационе любимых продуктов.
2. Правильное рациональное питание всей семьи.
3. Фиксация результата.
4. Сопровождение специалиста на период снижения и фиксации веса.
5. Оздоровление организма.
6. Красивая фигура.



Цена и экономия:

1. Скидка постоянного клиента
2. Денежная скидка и удобные условия рассрочки
2. Подарок, который поможет в снижении веса



Выгода:

Примеры выгоды приобретения:

Красота и здоровье:

1. Улучшение состояния здоровья
2. Уменьшение размера одежды на 3-4 размера
3. Стройная фигура.

Сервис:

1. Бесплатная диагностика
2. Личный консультант и личный косметолог

Вопросы:

Благодаря вопросам к клиенту мы получаем:

- 1. Клиента как активного участника консультации.**
- 2. Необходимую информацию о потребностях и желаниях клиента.**
- 3. Помогаем клиенту задуматься о необходимости снижения веса.**

Вопросы:
Любой вопрос поможет:

Слушать
Думать
Отвечать



Открытый тип вопроса

Предполагает ответ в произвольной форме

Закрытый тип вопроса

Предполагает один вариант ответа

Вопросы:

Примеры открытого типа вопросов:

- 1. Что Вам важно при снижении веса?**
- 2. Как Вы относитесь к своему внешнему виду и сегодняшнему весу?**
- 3. Как часто Вы задумываетесь о необходимости снизить вес?**

Вопросы:

Примеры закрытого типа вопросов:

- 1. Нам хотелось бы всегда выглядеть молодо и красиво, верно?**
- 2. Используя метод снижения важен результат как в снижении веса так и сохранение полученного результата , согласны?**
- 3. Вам хотелось бы сохранять в дальнейшем полученный результат?**
- 4. Это выгодно экономить средства на лекарствах, согласны?**

Предложения:

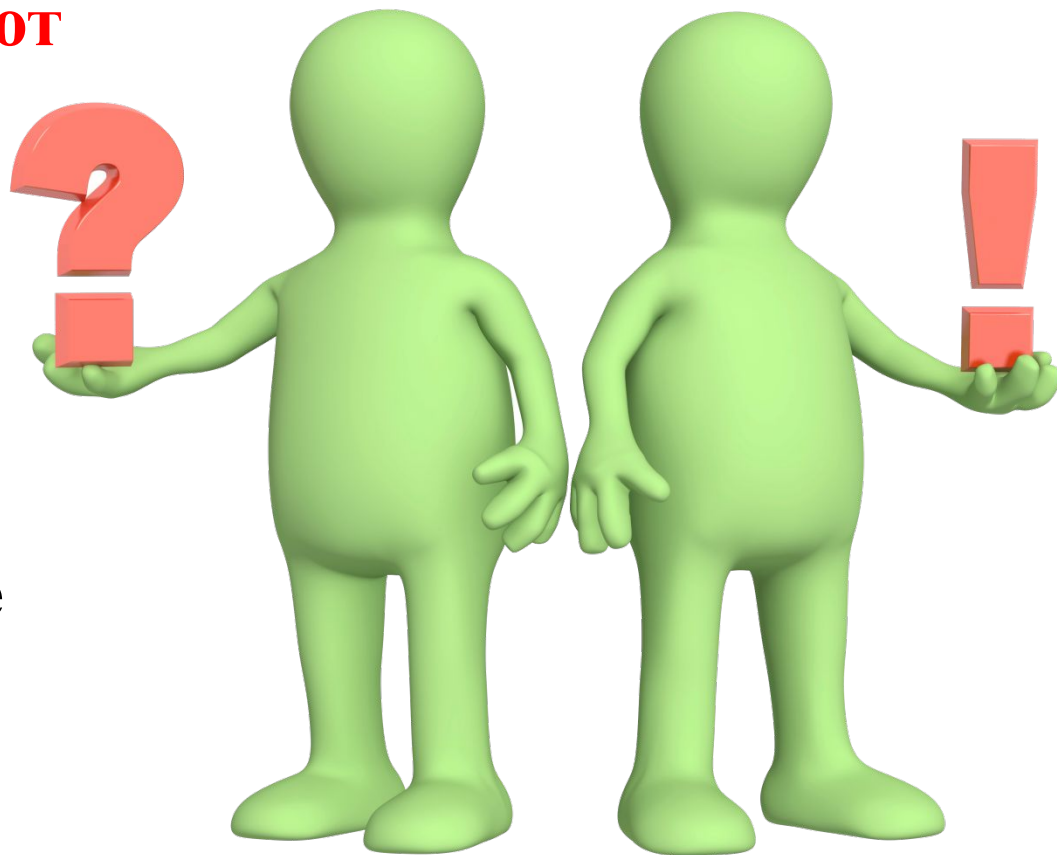
Не купить

купить

**Предложения помогают
клиенту:**

Думать о покупке

Принять решение



Типы предложений:

Прямые и Скрытые

Предложения:

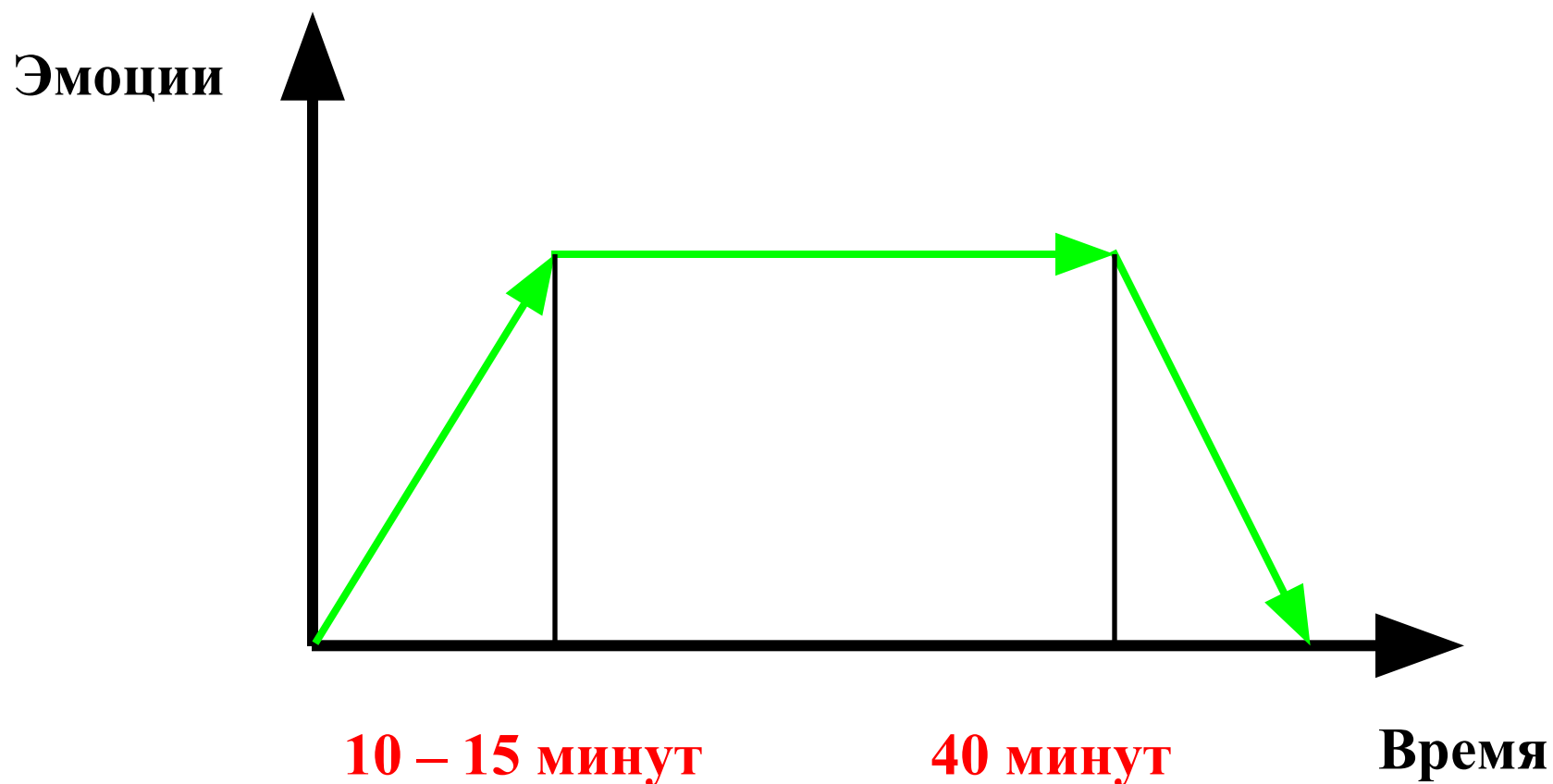
Примеры прямого типа предложений:

- *Вы уже готовы стать нашим клиентом сегодня?*
- *Вам хотелось бы начать снижать вес ???*

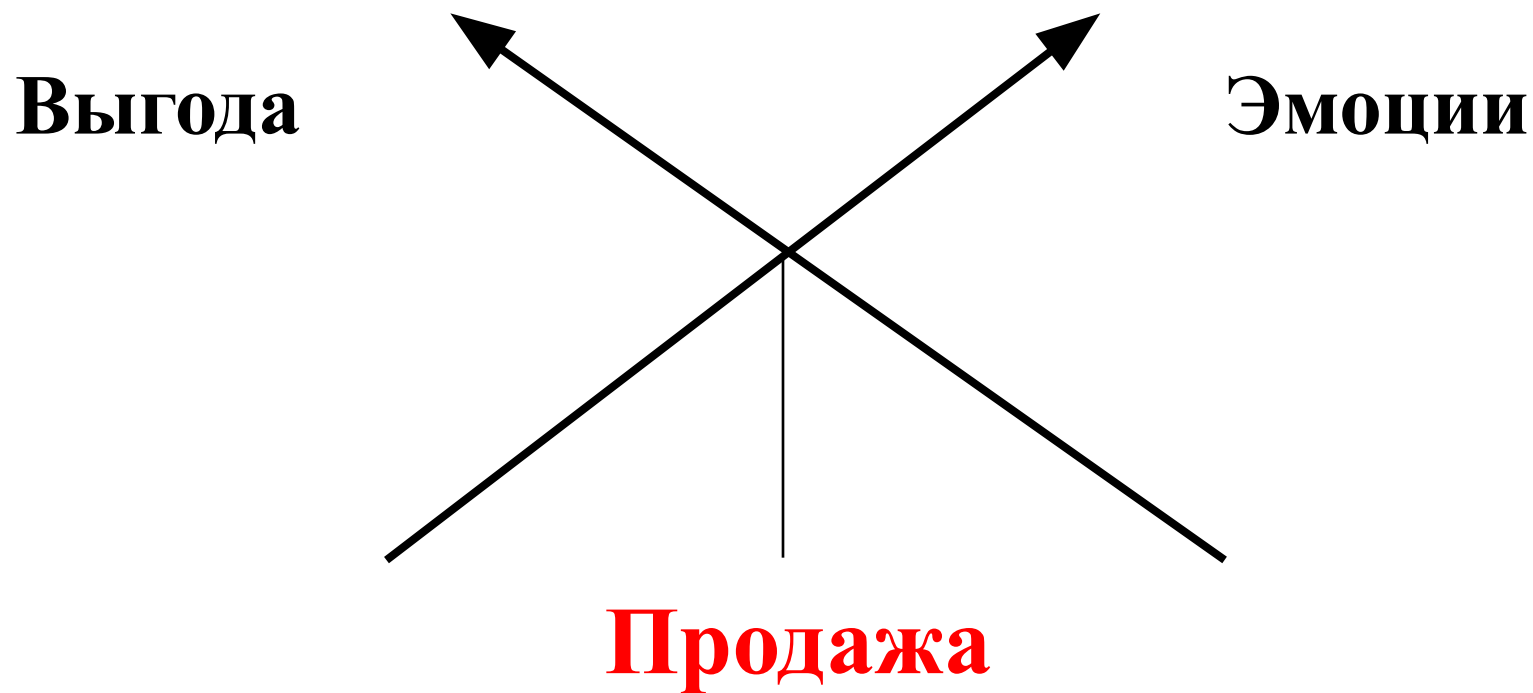
Примеры скрытого типа предложений:

- *Если бы вам подарили сертификат Вы воспользовались бы таким шансом начать снижать вес?*
- *Как Вам удобнее приобрести, в рассрочку или сразу?*
- *Такую выгодную скидку нельзя упускать, Вы согласны?*

Диаграмма презентации:



Момент продажи:



Порядок проведения презентации

Основные этапы и ключевые моменты



Основные этапы и ключевые моменты

- 1. Знакомство (установление доверия)**
- 2. Цель консультации.**
- 3. Карта наблюдения**
- 4. Рассказ о компании**
- 5. 6 способов снижения веса, методика ДБ.**
- 6. Ознакомление с прайс листом №1, рассказ о комплексе.**
- 7. IN BODI/ Диамант**
- 8. Прайс №2. Выгодное предложение приобретения сегодня**
- 9. Анкета и согласование с руководством (получение условий приобретения)**
- 10. Оформление договора и инструктаж**
- 11. Рекомендации**



Знакомство (установление доверия):

Доверие – Фундамент отношений

Клиенты хотят большего, чем просто продукт или услуга: они хотят, чтобы к ним хорошо относились

Ключевые моменты:

- 1. Внешний вид: корпоративный стиль, опрятность и чистота**
- 2. Знакомство: улыбка, позитивность общения, доброжелательность**
- 3. Комплименты и общие темы: хобби, погода, квартира, дети, домашние животные**
- 4. Обращение по имени**

Цель консультации :

Две основные цели консультации:

- Бесплатная диагностика
- Выгодность приобретения продукции на день презентации

Оформление договора и инструктаж

**1. Правильное
оформление договора**

**2. Объяснение
последующего
сервиса и цен для
постоянных клиентов**

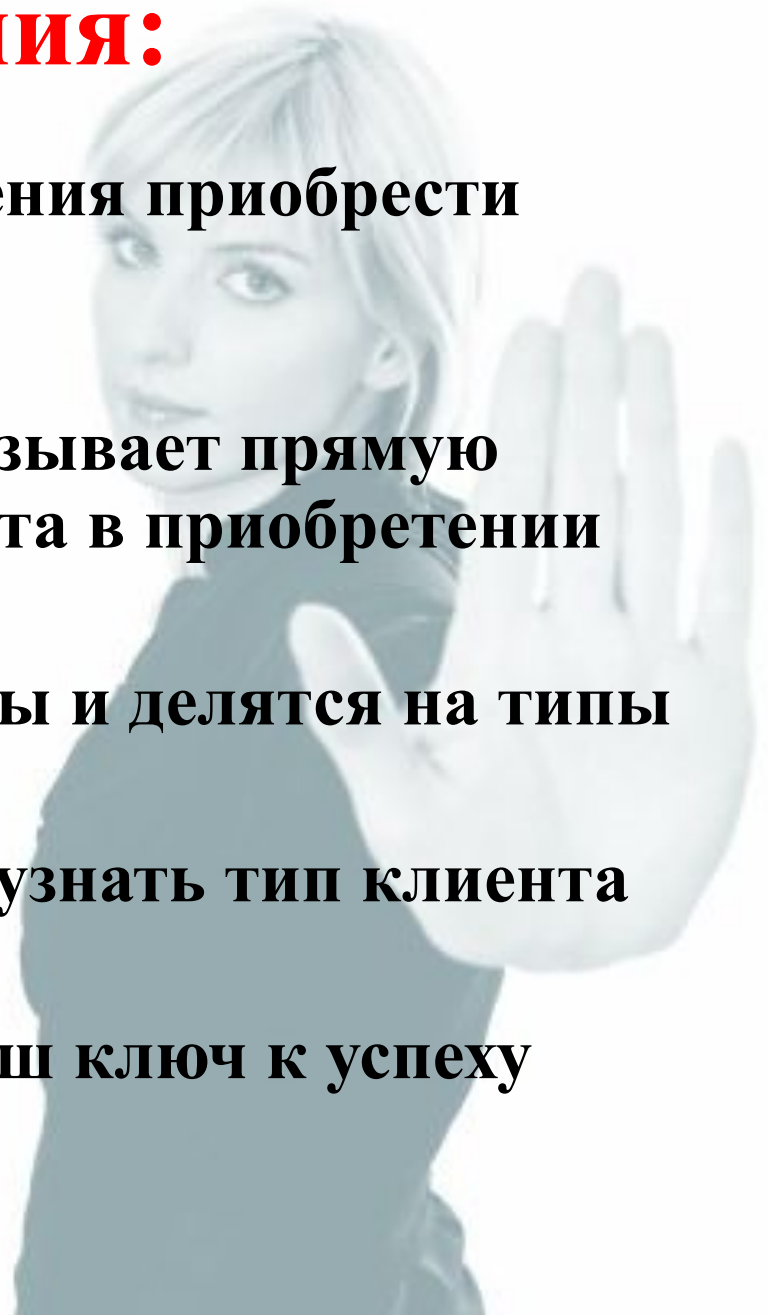


Основные возражения клиентов



Возражения:

- ❑ **Способ отказа от предложения приобрести сертификат**
- ❑ **Наличие возражений показывает прямую заинтересованность клиента в приобретении**
- ❑ **Все возражения стандартны и делятся на типы**
- ❑ **Тип возражения помогает узнать тип клиента**
- ❑ **Возражения клиентов – наш ключ к успеху**



Основные типы возражений и причины их появления:

1. “Надо подумать”

Отсутствие эмоций и цели консультации

2. “Дорого”

Необъясненное соотношение цены и качества

3. “Нет необходимости”

Отсутствие диалога и доверия

4. “Куплю, но потом”

Непонимание выгоды от приобретения сегодня

5. “Попробую сама”

Мало информации о методике и компании

6. “Надо посоветоваться”

Недоверие к консультанту