

The background of the entire page is a light gray gradient. Scattered across this background are numerous water droplets of various sizes and shapes. Some are large and prominent, while others are small and subtle. Each droplet has a realistic 3D effect with a bright highlight on its upper-left surface and a soft shadow on its lower-right, giving them a sense of depth and movement. The droplets are most concentrated in the top-left and bottom-right corners, with a few smaller ones scattered throughout the center.

**СДЕЛАЙТЕ ПРОДАЖИ ЧАСТЬЮ
СВОЕЙ ЖИЗНИ**

PORCELANOSA Grupo

ЦЕЛЬ



- ✓ Рекомендации и советы по продаже PORCELANOSA GRUPO
- ✓ Помощь в управлении и развитии коммерческой активности салона партнёров



НА ПОВЕСТКЕ ДНЯ

1. История и миссия PORCELANOSA GRUPO
 2. Искусство общения – залог успеха
 3. Процесс работы в салоне PORCELANOSA
 4. Работа с дизайнерами
 5. Работа с возражениями
 6. Управление рекламациями и послепродажное обслуживание
 7. Резюме
 8. Анализ керамического рынка в России
- 

1. PORCELANOSA: ИСТОРИЯ

- Основана в 1973 в Вилларреале, Испания (На Юге



- Семейный бизнес с более чем 5000 сотрудников по всему миру



PORCELANOSA: ИСТОРИЯ

Уникальная модель дистрибьюции в собственных магазинах, ориентированная на клиента и без посредников

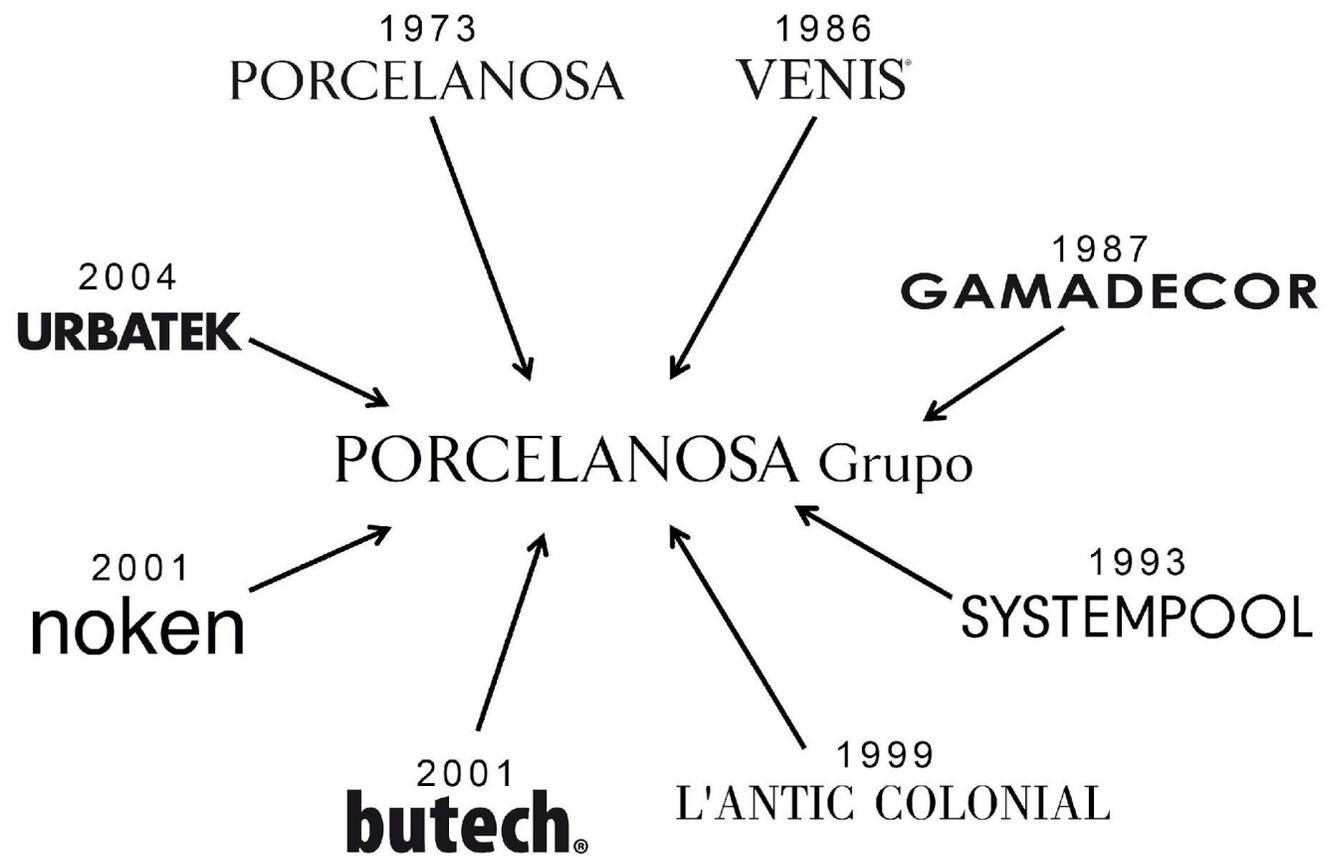


150 Стран

970 шоу-румов по миру

30 Партнеров

0 Посредников



PORCELANOSA: ФИЛОСОФИЯ



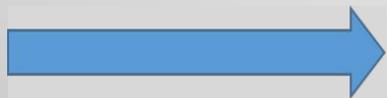
PORCELANOSA: МИССИЯ

«Создайте образ жизни, мир ощущений, основанный на технологиях, инновациях, качестве и гарантии, с глубоким уважением к окружающей среде»



✓ PORCELANOSA: ПРОДУКЦИЯ & ЭКСПОЗИЦИЯ

- ✓ Продажа продукции PORCELANOSA требует больших знаний продукции.
- ✓ Клиент ищет эстетику, а миссия продавца - гармонизировать эстетику с техническим решением, подходящим для каждой ситуации.



Именно поэтому обучение очень важно

PORCELANOSA: ПРОДУКЦИЯ & ЭКСПОЗИЦИЯ

- Научитесь делать работу хорошо, прежде чем беспокоиться о масштабах
- Хорошие продавцы знают список возможных потребностей клиентов и используют их для составления наиболее подходящего предложения.



• PORCELANOSA: ПРОДУКЦИЯ & ЭКСПОЗИЦИЯ

Что мы должны знать о нашем Шоуруме?

- Название каждого товара и торговой марки:

Это поможет нам более быстро находить информацию о каждом товаре.

- Размеры и цвета для каждого товара

Это позволит нам предлагать более компактные и экономные варианты нашим клиентам.

- Возможности комбинаций и фактур Настенной/Напольной плитки

• PORCELANOSA: ПРОДУКЦИЯ & ЭКСПОЗИЦИЯ

Что мы должны знать о нашем Шоуруме?

- Аксессуары: ступени, плинтусы, подходящая затирка и клей
- Рекомендации по использованию каждого товара
- Наличие товара
- Цены и возможные скидки



PORCELANOSA: ПРОДУКЦИЯ & ЭКСПОЗИЦИЯ

И как мне это сделать?

- Обучение продукции:
знать все особенности и выгодно их приподнести
- «Полюбить» весь ассортимент!
- Продавец должен написать небольшое резюме о шоуруме с картами, названиями, ценами
- Поспешность суждений – вредная привычка!



PORCELANOSA: ПРОДУКЦИЯ & ЭКСПОЗИЦИЯ

Качественное преимущество плитки PORCELANOSA:

- Калибровка
- Выверенная геометрия
- Качество
- Разумная цена
- Аутентичный дизайн
- Безопасность
- Комплексный подход и принцип коллекций

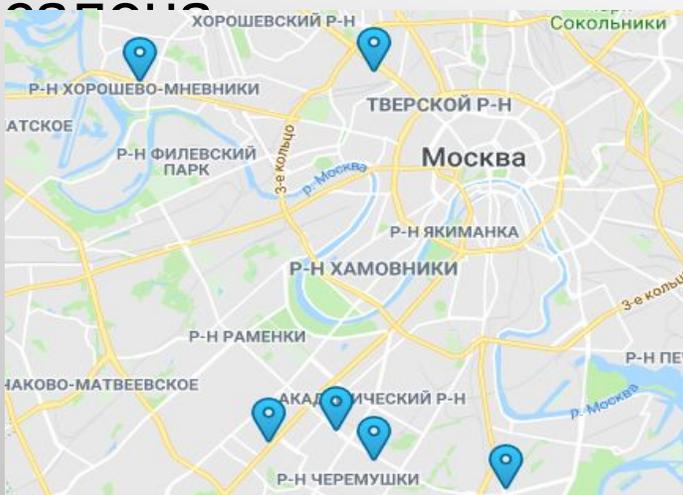
• PORCELANOSA: КОНКУРЕНЦИЯ

- Покупка нашей продукции НЕ является импульсивной, она осознанная.
- Клиенты собирают много информации перед покупкой.



PORCELANOSA: КОНКУРЕНЦИЯ

- Поэтому менеджер должен знать конкуренцию в округе



- Что нужно знать?

Типы продукции & торговые марки

Они предлагают ту же гамму продуктов?

Диапазон цен конкурентов

Предлагаемые услуги

Шоурум конкурентов

PORCELANOSA: КОНКУРЕНЦИЯ

- После сбора информации менеджер должен подготовить свои аргументы



PORCELANOSA: КОНКУРЕНЦИЯ

Преимущества PORCELANOSA:

- ✓ Вся гамма продукции представлена в одном салоне Porcelanosa (One Stop Shop) и сопровождается одним человеком
- ✓ Цены - это долгосрочная инвестиция, качество и дизайн делают эту покупку выгодной
- ✓ Качество: мы превосходим нормативы. Сертификаты.

2. ИСКУССТВО ОБЩЕНИЯ – ЗАЛОГ УСПЕХА

- Научитесь слушать

- Внимательно относитесь к тому, кто ваши клиенты, чего они хотят и какие у них есть потребности
- Научитесь входить в положение клиента
- Помните: часто потребности и желания клиентов различаются (хотя они сами иногда этого вовсе не осознают)

Слушать  слышать

ИСКУССТВО ОБЩЕНИЯ – ЗАЛОГ УСПЕХА

- Постарайтесь говорить то, что хочет слышать клиент:
- Мысли позитивно - не комплименты, а положительные вещи
- Говорите то, что мотивирует клиента (на его уровне)
- Записывайте ваши личные комментарии для использования в будущем.



ИСКУССТВО ОБЩЕНИЯ – ЗАЛОГ УСПЕХА

- Управляйте ситуацией, но чтобы клиент не почувствовал себя неловко
- Не будьте чрезмерно ‘техничным’
- Не предлагайте сразу самую дешевую гамму
- Будьте с ним, а не против него



ИСКУССТВО ОБЩЕНИЯ – ЗАЛОГ УСПЕХА

- Будьте рациональны и вдумчивы – нет импульсивности
- Преобразовать критическое и негативное мнение в рациональные аргументы
- Научитесь спокойно реагировать на отказы
- Говорите ТОЛЬКО то, что полезно, продуктивно и вам стратегически подходит



ИСКУССТВО ОБЩЕНИЯ – ЗАЛОГ УСПЕХА

- Если клиент ведет себя агрессивно...

- Пусть ситуация успокоится сама по себе
- Дать клиенту высказаться
- Секунды молчания
- Никогда не вести себя агрессивно



ИСКУССТВО ОБЩЕНИЯ – ЗАЛОГ УСПЕХА

- Избегайте недоразумений
 - Информация должна быть ясно изложена
 - Всегда следите за ценами, сроками доставки и условиями покупки
 - Всегда подписывайте свои заказы и объясняйте их.

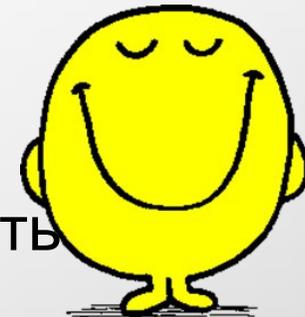
ИСКУССТВО ОБЩЕНИЯ – ЗАЛОГ УСПЕХА

- Получите выгоду от своего молчания
- Не говорите то, что вы думаете, не навязывайте своего мнения
- «Первый, кто говорит, проигрывает»
- Молчание позитивно для продаж



ИСКУССТВО ОБЩЕНИЯ – ЗАЛОГ УСПЕХА

- Облегчить принятие решения клиенту
- Предложите альтернативы и позвольте клиенту решить
- Никогда не подталкивайте клиента в решении, если он находится в негативе
- Стратегически, всегда лучше подождать, пока клиент будет в хорошем настроении



ИСКУССТВО ОБЩЕНИЯ – ЗАЛОГ УСПЕХА

- Будьте энергичны, но не суетитесь
- Будьте уверены в себе
- Управляйте ритмом разговора

Если ритм, предложенный клиентом, вас

не устраивает, вступайте и мягко навязывайте свой собственный ритм.

- Создайте альтернативы, особенно для подготовленного клиента.



3. PORCELANOSA: ПРОЦЕСС РАБОТЫ В САЛОНЕ



• PORCELANOSA: ДОБРО ПОЖАЛОВАТЬ

- Хорошее впечатление
- Улыбайтесь
- Если мы заняты, попросим клиента начать «смотреть» без нас
- Если клиент не попросит о помощи, мы разрешим ему погулять по шоу-руму несколько минут наедине.



• PORCELANOSA: ПОСЕЩЕНИЕ ШОУРУМА

- Культура: салон и клиент
- Презентация зала
- Наблюдайте реакцию клиента на продукты



- Адаптируйте посещение к потребностям клиента:
 - *Не показывайте кухни, если нужен ремонт ванной*
 - *Не показывайте классические пространства клиенту, который утверждает, что хочет что-то современное*
- Исключите другие варианты

• PORCELANOSA: АНАЛИЗ ПОТРЕБНОСТЕЙ

- Таким образом мы можем понять к какой части выставочного зала есть интерес (ванные комнаты, кухни, керамика)
- Через 2-3 минуты начинаем совместный визит по Шоуруму
- Сопровождайте клиента по Шоуруму (его реакция, интерес, делайте заметки)
- Используйте «закрытые» вопросы
- Будьте естественны и используйте имя клиента с положительной лексикой
- Будьте чуткими

PORCELANOSA: АНАЛИЗ ПОТРЕБНОСТЕЙ

Ключевые вопросы:

- Тип проекта
- Новое строительство или ремонт
- Размеры помещения
- Стиль проекта
- Какой товар из шоурума привлек ваше внимание?

Список рекомендуемых вопросов:

- Из чего состоит проект, который вы реализуете?
- Это новое строительство или реконструкция?
- Ванная, кухня или другое помещение в доме?
- Какие примерные размеры помещения?
- Стиль классика или современный?
- Во время ознакомления с экспозицией, какие товары привлекли ваше внимание?
- Вам нравятся яркие цвета или темные?
- Какой материал вы предпочитаете: мрамор, дерево, камень или цемент?
- Когда начинаются работы на объекте?
- Есть ли модели, которые вы видели в обзорах, интернете и т.д. и которые вам понравились?

PORCELANOSA: ПРЕДЛОЖЕНИЕ / СЧЁТ

- Присядьте с клиентом, предложите напиток
- Сделайте предложение в соответствии с потребностями клиента
- Всегда объясняйте строку за строкой, а не всё сразу
- Будьте внимательны к клиенту



PORCELANOSA: ПРЕДЛОЖЕНИЕ / СЧЁТ

- Если заказчику требуется некоторое время на принятие решения
- Следует договориться о дате второго визита :

Подготовим 3D дизайн и/или рассмотрим больше вариантов

- Следует сделать последующий звонок через неделю



PORCELANOSA: ПРЕДЛОЖЕНИЕ / СЧЁТ

Счет должен включать:

- Название проекта
- Ответственного менеджера
- Контактная информация клиента
- Материалы и альтернативы
- Цены и срок действия предложения
- Дата следующей встречи



PORCELANOSA: ДАЛЬНЕЙШИЕ ДЕЙСТВИЯ

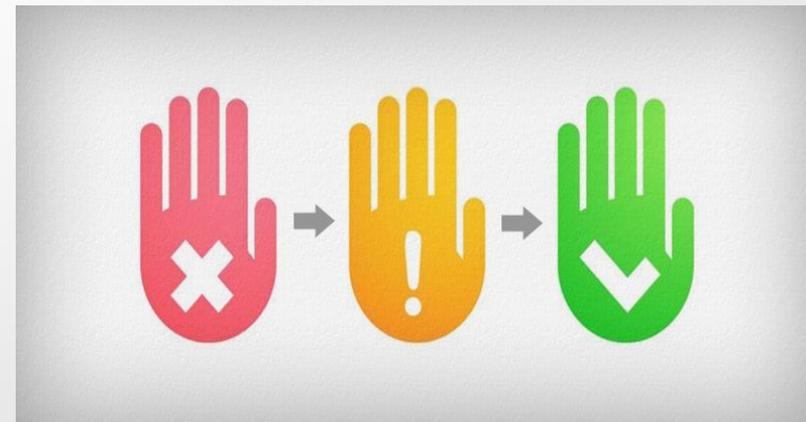
- ✓ Первое предложение - это первый черновик проекта
- ✓ Пусть пройдет неделя, прежде чем поинтересоваться о решении клиента.
- ✓ Если менеджер не может посетить клиента - позвоните ему, чтобы договориться о его посещении салона.
- ✓ Поговорив с клиентом, нужно отправить ему письмо с благодарностью за интерес к нашей продукции и коммерческое предложение с фотографиями.



● PORCELANOSA: ВОЗРАЖЕНИЯ

Возражения — это нормальная реакция!

Не опровергать возражения, а развеивать их: разъяснять, смягчать, прояснять, отвечать, решать.



• PORCELANOSA: ЗАКРЫТИЕ

- Лучшая техника - это задать заключительный вопрос:

«Итак, когда мы начинаем?», «Перейдем к заполнению заказа?»»

ВАЖНО! Знать, когда наступает момент, чтобы прямо задать вопрос!

- Цель - получить окончательное обязательство клиента через удовлетворение его потребностей
- Если вы сможете закрыть продажу, попросите клиента подписать заказ и оплатить согласованный аванс

4. PORCELANOSA: РАБОТА С ДИЗАЙНЕРАМИ

Дизайнер – это не конечный покупатель, а долгосрочный партнёр.

Важные составляющие:

- ✓ специализированные знания продукции
- ✓ уникальность продукта
- ✓ сервис
- ✓ возможность совместного продвижения на рынке
- ✓ изучите своих клиентов перед тем, как встретиться с ними



• PORCELANOSA: РАБОТА С ДИЗАЙНЕРАМИ

Партнёрская программа должна включать:

- Индивидуальную информационную поддержку
- Преимущественные условия по обслуживанию и контролю заказов
- Возможности оперативно получать ответы на все запросы
- Обеспечение образцами и каталогами фабрик-производителей
- Предоставление гибких цен и выгодных условий
- Размещении фотографий проектов на нашем сайте.

● PORCELANOSA: РАБОТА С ДИЗАЙНЕРАМИ

Как найти и удержать дизайнера:

- ✓ WEB-поиск
- ✓ «Холодные» звонки
- ✓ Личные знакомства/рекомендации
- ✓ Специальные мероприятия в салоне



PORCELANOSA: РАБОТА С ДИЗАЙНЕРАМИ

WEB-ПОИСК:

1. Подготовить список всех дизайн-студий, архитекторов и строительных компаний, находящихся вблизи салона.

Цель: записаться на прием в студию, представиться как специализированный менеджер, а также представить продукцию PORCELANOSA.

2. Заранее изучить их работы
3. Все профессионалы разные и уникальные, и вы должны относиться к ним именно так



PORCELANOSA: РАБОТА С ДИЗАЙНЕРАМИ

Правила «холодных» звонков:

1. Сформулируйте повод – *клиент не ждет вас, подготовьтесь!*
1. Не продавайте по телефону - *ваш голос, улыбка и знание продукта*
2. Уважайте выбор клиента - *давление не работает*
3. Отличайте отказ от возражения - *включайте клиента в диалог*
4. Назначайте встречу - *подготовьте предложение и едьте знакомиться лично*



● PORCELANOSA: РАБОТА С ДИЗАЙНЕРАМИ

Личные знакомства/рекомендации:

1. Общественные мероприятия
2. Семинары
3. Мастер-классы
4. Конференции



PORCELANOSA: РАБОТА С ДИЗАЙНЕРАМИ

Быть ближе - специальные мероприятия в салоне:

1. Бизнес-завтраки
2. Совместные PR- и рекламные проекты
(конкурсы, социальные сети)
3. Мастер-классы от производителя
4. Сувениры и подарки



5. PORCELANOSA: РАБОТА С ВОЗРАЖЕНИЯМИ

- Переформулируйте возражение, не используя негативных слов
- Сочувствуйте клиенту: продемонстрируйте важность возражения
- Отделите возражение (например, помимо цены, есть ли что-то еще?)
- Слушайте, а потом аргументируйте возражение, запишите его
- Сделайте выводы, если возражение отклонено

5. PORCELANOSA: РАБОТА С ВОЗРАЖЕНИЯМИ

Предвидеть ответы на самые распространенные возражения и превратить их в настоящие возможности для продаж:

- *Цена очень высокая.*
- *У нас нет бюджета.*
- *Время доставки очень долгое.*
- *Ваш продукт хорош, но не ваш сервис*
- *Мне не нравится цвет/форма/размер.*
- *Ответственное лицо (за закупки, проекты) очень занято.*
- *Решение не зависит от меня.*
- *Я не могу ничего решить до тех пор, пока не произойдет «х».*
- *Конкуренты предлагают мне «х».*

5. PORCELANOSA: ЗАВЕРШЕНИЕ

ИНОГДА НУЖНО ПРОСТО СПРОСИТЬ!

- ✓ Не попросишь — не продашь!
- ✓ Когда и как просить
- ✓ "Был такой случай..." - Отличный способ завершить продажу
- ✓ Сочувствие - важный элемент завершения



5. PORCELANOSA: 10 СПОСОБОВ ЗАВЕРШИТЬ ПРОДАЖУ ПОЧТИ В ЛЮБОМ СЛУЧАЕ

1. Готовьтесь
2. Производите хорошее впечатление при первой же встрече
3. Быстро определяйте, можете ли помочь клиенту
4. Не сокращайте время демонстрации продукта
5. Проверяйте все
6. Внимательно выслушивайте сомнения и возражения
7. Спрашивайте о решении
8. Рассказывайте о других
9. Постоянно работайте над собой
10. Будьте рекламой своего продукта

6. УПРАВЛЕНИЕ РЕКЛАМАЦИЯМИ И ПОСЛЕПРОДАЖНОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ

Типы рекламаций:

- Задержка доставки
- Ошибка доставки
- Продукт неисправен или в плохом состоянии



УПРАВЛЕНИЕ РЕКЛАМАЦИЯМИ И ПОСЛЕПРОДАЖНОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ

Этапы решения

- ✓ Получите данные, фотографии, видео.
- ✓ Отправьте эту информацию менеджеру по рекламациям
- ✓ Постоянно связывайтесь с клиентом и информируйте его о статусе рекламации и окончательном решении



10 КРУПНЫХ ОШИБОК КАЖДОГО ПРОДАВЦА

1. Неправильно понимать задачи продавца
2. Ждать, что все образуется само собой
3. Много говорить, мало слушать
4. Слова, сводящие на нет все ваши усилия
5. Не знать, когда завершать продажу
6. Неумение завершать продажу
7. Недостаток искренности
8. Недостаток внимания к мелочам
9. Позволить себе спад
10. Потерять связь

ЯЗЫК — ЕДИНСТВЕННОЕ ОРУЖИЕ ПРОДАВЦА

1. **Продавать и продано** - предлагать или привлекать
2. **Контракт** - бланк
3. **Стоимость и цены** - сумма
4. **Первый взнос** - первоначальная сумма
5. **Купить** – приобрести
6. **Заклучить сделку** – возможность договориться
7. **Не расхваливаю** – демонстрирую продукт
8. **Комиссионные** - вознаграждение за услугу
9. **Подпись** - подтвердить

7. АНАЛИЗ КЕРАМИЧЕСКОГО РЫНКА РОССИИ

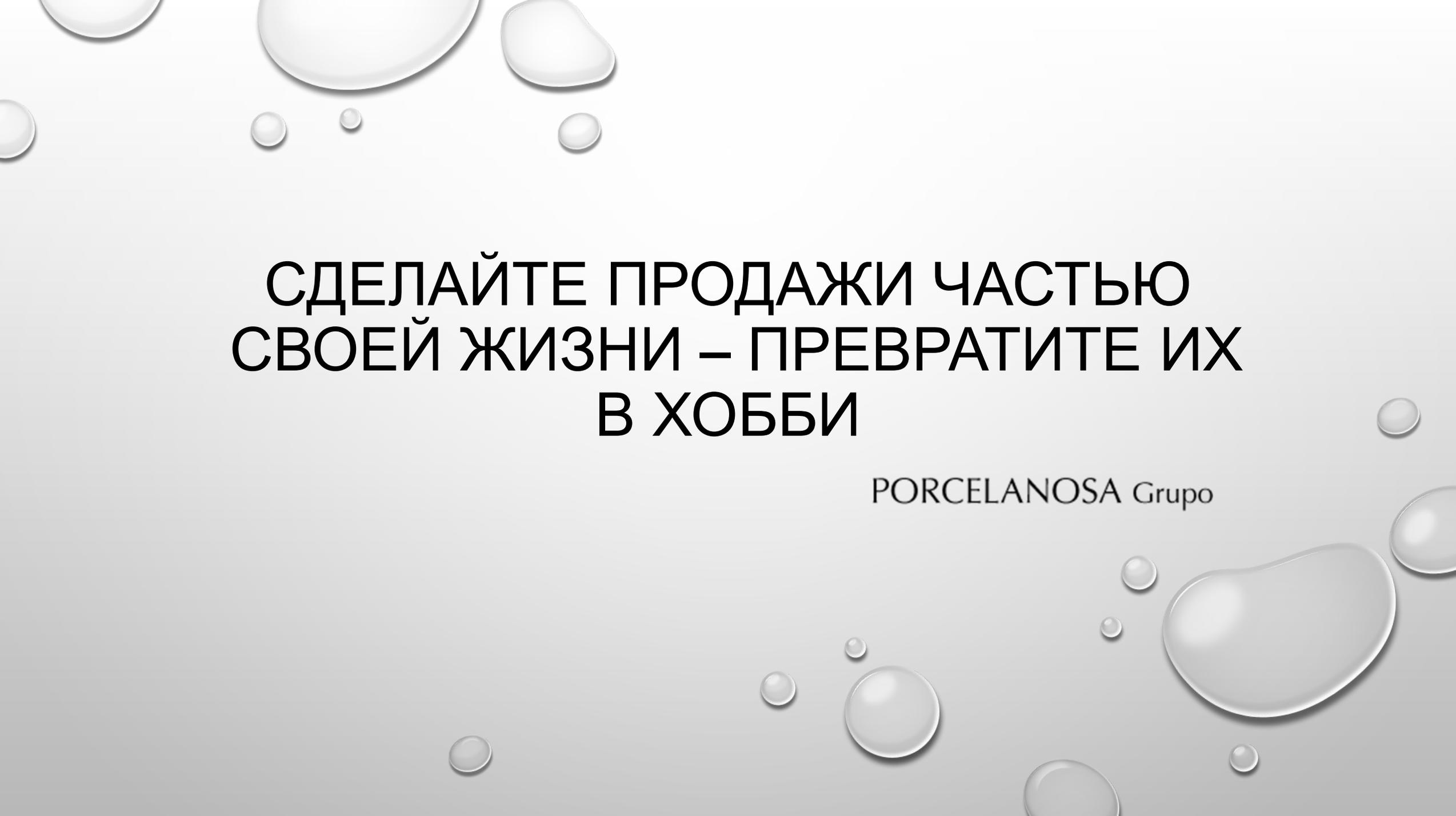
Объем предложения на рынке керамической плитки и
керамогранита в 2013 – 2017 гг., млн кв.м



АНАЛИЗ КЕРАМИЧЕСКОГО РЫНКА РОССИИ

Структура рынка керамической плитки и керамогранита по видам продукции в 2013 – 2017 гг., в натуральном выражении





**СДЕЛАЙТЕ ПРОДАЖИ ЧАСТЬЮ
СВОЕЙ ЖИЗНИ – ПРЕВРАТИТЕ ИХ
В ХОББИ**

PORCELANOSA Grupo