

Содержание

1. 8 стандартов обслуживания покупателей
2. Работа с возражениями:
 - a) Это дорого! Правила работы
 - b) Возражения связанные с качеством и производителем. Правила работы
 - c) Уход от покупки. Правила работы
 - d) Сомнение
 - e) Общий тренинг

8 стандартов обслуживания покупателей

8 стандартов обслуживания покупателей

Продажа=



**8 стандартов
обслуживания
покупателей.
Знание продукции.**



«Я уверен в себе!»



**«Я всегда позитивен,
потому что
я – профессионал!»**

8 стандартов обслуживания покупателей



- Прочитайте слайд
- Спросите, как участник(и) понимают значение Ваших слов
- Объясните

8 Стандартов обслуживания покупателей – это общепринятые мировые стандарты, по которым работают все магазины «adidas Group»

Чтобы 8 стандартов сервиса в наших магазинах были всегда на самом высоком уровне, каждому продавцу важно:

- знать 8 стандартов сервиса
- знать продукцию, продаваемую в наших магазинах
- быть уверенным в себе
- быть всегда позитивным
- воспитывать в себе уважение к Бренду и покупателю

Это обобщающий тренинг по стандартам обслуживания. Сегодня мы вспомним все 8 стандартов сервиса и основные моменты в каждом стандарте.

- 1. ПЕРВЫЕ ВПЕЧАТЛЕНИЯ**
- 2. ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ С ПОКУПАТЕЛЕМ**
- 3. ПОНИМАНИЕ ПОТРЕБНОСТЕЙ ПОКУПАТЕЛЯ**
- 4. УБЕЖДЕНИЕ ПОКУПАТЕЛЕЙ**
- 5. ОПЫТ В ПОДБОРЕ И ПРИМЕРКЕ**
- 6. МАКСИМИЗАЦИЯ ВОЗМОЖНОСТЕЙ**
- 7. ЗАВЕРШЕНИЕ ПРОДАЖИ**
- 8. ОКОНЧАТЕЛЬНЫЕ ВПЕЧАТЛЕНИЯ**

У каждого стандарта есть свое определенное предназначение и своя цель. Достигая цели на каждом этапе, мы легко можем управлять процессом продажи и удачно завершить сделку. Но, упустив из виду даже один из стандартов, мы можем потерять покупателя.



- Проверьте понимание
 - * Какие стандарты сервиса Вы знаете?
 - * Какова цель каждого стандарта?
 - * Почему стандарты сервиса идут именно в такой последовательности?
 - * Что произойдет, если не учесть какой-либо из стандартов?
- Отработайте на практике

Игра «Мяч»

Цель игры: закрепить полученные знания



Возьмите небольшой мячик, который можно будет легко поймать. Вы кидаете мяч на выбор любому участнику и называете любой стандарт. Он должен будет рассказать все, что помнит по этому стандарту.

Задавайте больше наводящих вопросов участнику, если он затрудняется ответить. Помогайте самостоятельно, дополняя ответы участников.

Если участник только один, можно провести другую игру. Напишите на листах бумаги все стандарты. Перемешайте их. По очереди вместе с участником доставайте наугад эти стандарты и рассказывайте все, что помните о том стандарте, который Вам или ему достался.



- Подведите итоги

Вы получили много нужных инструментов, которые помогут Вам достигнуть самых высоких результатов, как в работе, так и в жизни. Но, как и любые инструменты, они будут работать только в том случае, если ими пользоваться.

Помните, что:

Знать и не использовать знания – все равно, что не знать.

Уметь и не делать – все равно, что не уметь.

Общий тренинг

Работа с возражениями. Общий тренинг

ЗАВЕРШЕНИЕ ПРОДАЖИ

С ЦЕЛЮ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ТОГО, ЧТОБЫ ВСЯ НАША РАБОТА ПО ПРОДАЖЕ ТОВАРА ДОСТИГЛИ УСПЕХА, МЫ ПРЕДПРИНИМАЕМ КОНКРЕТНЫЕ ДЕЙСТВИЯ ПО ОФОРМЛЕНИЮ СДЕЛКИ

**РАБОТА
С ВОЗРАЖЕНИЯМИ =**



Выслушать

Проявите интерес
к словам покупателя

Принять возражение

Признайте, что такое
может быть
«Да, возможно, ...»

Дать необходимую информацию

Развейте сомнения
покупателя
«Но зато...»

Работа с возражениями. Общий тренинг

ЗАВЕРШЕНИЕ ПРОДАЖИ

С ЦЕЛЮ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ТОГО, ЧТОБЫ ВСЯ НАША РАБОТА ПО ПРОДАЖЕ ТОВАРА ДОСТИГЛИ УСПЕХА, МЫ ПРЕДПРИНИМАЕМ КОНКРЕТНЫЕ ДЕЙСТВИЯ ПО ОФОРМЛЕНИЮ СДЕЛКИ



- Прочитайте слайд
- Спросите, как участник(и) понимают значение Ваших слов
- Объясните

Возражения – это недовольство или сомнение. В процессе продажи, мы часто сталкиваемся с возражениями покупателей. Чаще всего это происходит, потому что покупатели либо что-то не знают, либо сомневаются. Возражения мешают нам осуществить один из 8 стандартов сервиса, а именно, совершить конкретные действия, чтобы успешно завершить продажу.

Чтобы преодолеть возражения необходимо:

1. Внимательно выслушать покупателя.
2. Принять его возражение (Да, иногда такое случается, Я понимаю Ваши сомнения). Задать вопрос в случае необходимости.
3. Объяснить ему сложившуюся ситуацию, либо развеять его сомнения.

Вы уже знаете, что любое **возражение** покупателя не означает, что он не хочет совершить покупку, просто у него есть какие-либо вопросы или сомнения. Наша задача выяснить причину его возражения, ответить на вопросы и развеять его сомнения. Мы уже разобрали несколько видов возражений, причины их возникновения и методы их преодоления. Этот тренинг объединяет все темы работы с возражениями и с помощью игры закрепляет полученные знания.

Вспомните вместе с сотрудниками все виды возражений, причины их возникновения и способы их преодоления. Задавайте вопросы. Старайтесь, чтобы сотрудники сами отвечали на ваши вопросы, при необходимости корректируйте ответы. Воспользуйтесь пройденной информацией по работе с возражениями.



- Проверьте понимание
- Почему у людей возникают возражения?
- Что необходимо сделать в первую очередь, услышав возражение?
- Отработайте на практике

Работа с возражениями. Общий тренинг

ЗАВЕРШЕНИЕ ПРОДАЖИ

С ЦЕЛЮ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ТОГО, ЧТОБЫ ВСЯ НАША РАБОТА ПО ПРОДАЖЕ ТОВАРА ДОСТИГЛИ УСПЕХА, МЫ ПРЕДПРИНИМАЕМ КОНКРЕТНЫЕ ДЕЙСТВИЯ ПО ОФОРМЛЕНИЮ СДЕЛКИ

Игра «Три «НЕ»

Цель игры: отработать и закрепить навык работы с возражениями.



Возьмите в руки три любых артикула любой продукции и объясните, что сейчас Вы будете играть в возражения. Вы – критически настроенный покупатель, у которого будут три основных возражения. Участники, как продавцы, должны по всем правилам отвечать на Ваши возражения по каждому артикулу. Если какой-либо ответ будет не правильным, Вы будете переходить к другому артикулу и начинать с другого возражения. К этому возражению Вы еще вернетесь, и с ним надо будет работать заново.

Ваша задача:

1. К каждому артикулу придумать одно основное возражение на темы: «НЕ качественно», «НЕ комфортно», «НЕ нравится».

Подумайте заранее, что Вам будет НЕ нравится, что НЕ комфортно и т.д.

2. Приготовьтесь заранее говорить «НЕ» и «НЕТ». Пусть сотрудники отработают ВСЕ по схеме работы с возражениями, которые они узнали на тренингах. Если сотрудники новенькие и это их первый тренинг, их задача смотреть за работой коллег и следовать предложенной схеме в этом тренинге.

Объясните, что если сотрудники будут задавать не правильные вопросы, будут не правильно реагировать, то Вы сразу откладываете этот артикул и берете следующий, говоря следующее «НЕ», которое Вы загадали. И так по кругу.

Например:

кроссовки НЕ нравятся, в куртке НЕ комфортно, брюки НЕ качественные.

Вы берете кроссовки и говорите: «НЕ нравятся!» Продавец: «Что именно?» (правильно)

Вы: «Дизайн».

Продавец: «Какой дизайн предпочитаете?» (правильно)

Вы: «Что-то классическое»

Продавец: «Мгм. Давайте посмотрим другие?» (НЕ правильно – надо спросить, что для Вас является классическим, выказать понимание и т.д.).

После не правильного ответа Вы молча кладете кроссовки, берете куртку и говорите: «НЕ комфортно!» И так далее. Когда Вы возьмете вновь кроссовки, работу с возражением надо будет начинать сначала. Если продавец(ы) правильно разрешают до конца Ваше возражение по артикулу, артикул выбывает из игры.



• Подведите итоги

Чтобы преодолеть возражения покупателей, нужно уметь выявлять их причины.

Часто покупатели выдвигают неполную причину отказа от покупки или вовсе не называют ее.

Чтобы выявить истинные причины возражений, нам важно выслушать, понять покупателя и в форме вопросов выяснить, что его смущает, чем он недоволен.

В совершенстве, овладев правилами работы с возражениями, Вы сможете преодолеть любые препятствия и успешно завершить продажу.

Это дорого! Правила работы

Это дорого! Правила работы

ЗАВЕРШЕНИЕ ПРОДАЖИ

С ЦЕЛЮ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ТОГО, ЧТОБЫ ВСЯ НАША РАБОТА ПО ПРОДАЖЕ ТОВАРА ДОСТИГЛИ УСПЕХА, МЫ ПРЕДПРИНИМАЕМ КОНКРЕТНЫЕ ДЕЙСТВИЯ ПО ОФОРМЛЕНИЮ СДЕЛКИ.

«ЭТО ДОРОГО!» =



**Недостаточно информации
о ценностях товара**

Проявите понимание
и раскройте ценность товара



Проблема бюджета

Проявите понимание
Предложите
альтернативный товар

Это дорого! Правила работы

ЗАВЕРШЕНИЕ ПРОДАЖИ

С ЦЕЛЬЮ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ТОГО, ЧТОБЫ ВСЯ НАША РАБОТА ПО ПРОДАЖЕ ТОВАРА ДОСТИГЛИ УСПЕХА, МЫ ПРЕДПРИНИМАЕМ КОНКРЕТНЫЕ ДЕЙСТВИЯ ПО ОФОРМЛЕНИЮ СДЕЛКИ



- Прочитайте слайд
- Спросите, как участник(и) понимают значение Ваших слов
- Объясните

Очень часто в магазинах нам встречается обувь или одежда, которая с нашей точки зрения не стоит тех денег, которые за нее просят. И дело не в том, что мы не можем позволить себе купить ту или иную вещь, а в том, что мы не считаем их настолько ценными.

Например, зачем я буду покупать ручку за 50 руб., хотя я могу себе это позволить, если можно купить ручку за 5 руб.?

Возражение «Это слишком дорого!» может возникнуть по двум причинам: покупатель не может позволить себе такую покупку или же он считает, что эта вещь не стоит столько.

Выяснить это очень просто:

1. Нужно признать возражение.
2. Спросить разрешения продолжать.
3. Выяснить настоящую причину возражения.

После этих шагов мы будем знать, как нам действовать дальше:

- раскрыть ценность товара, рассказать о дополнительных ценностях или
- предложить альтернативный товар по другой цене

Пример:

- Это очень дорого!

- Вы правы, эта вещь стоит не мало. Разрешите Вас спросить?

- Спрашивайте.

- Почему Вы считаете эту вещь дорогой?

- 1500 рублей за одну футболку! Что в ней такого особенного?

- Сама по себе футболка действительно столько не стоит. Но эта футболка сделана из материала, который будет выводить влагу с тела и быстро высыхать. Также эта футболка не потеряет свою форму и цвет. Ее легко стирать. Здесь особым образом расплажены швы, и они не будут мешать Вам, заниматься любимым видом спорта. Благодаря этому, Вам будет удобно в ней ходить, бегать – делать все что угодно!

Ваш комфорт стоит дорого, не так ли?

Запомните этот пример. Он поможет Вам работать с таким, казалось бы, безальтернативным возражением покупателя, как слишком высокая цена. Объясните покупателю, ЗА ЧТО он платит такую цену.

Тогда многие покупатели по-другому будут воспринимать цену на продукт, а ЛИЧНАЯ ВЫГОДА, получаемая с покупкой продукта, окажется более ценной, чем его стоимость.

Напомните, что такое дополнительные ценности и как их представлять покупателю. Приведите несколько примеров, подобных предложенному выше.

Это дорого! Правила работы

ЗАВЕРШЕНИЕ ПРОДАЖИ

С ЦЕЛЮ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ТОГО, ЧТОБЫ ВСЯ НАША РАБОТА ПО ПРОДАЖЕ ТОВАРА ДОСТИГЛИ УСПЕХА, МЫ ПРЕДПРИНИМАЕМ КОНКРЕТНЫЕ ДЕЙСТВИЯ ПО ОФОРМЛЕНИЮ СДЕЛКИ



- Проверьте понимание
- * Почему покупатель может считать, что цена товара слишком высокая?
- * Что необходимо сделать, чтобы преодолеть возражение «Это дорого!»?
- Отработайте на практике

Игра «Цена – это вопрос ценности»

Цель игры: научить сотрудников не бояться возражений связанных с ценой и уметь превращать их в продажу.



Выберите несколько самых важных ценностей для обычного человека, совершающего покупку. Например: стиль, здоровье, комфорт, удовольствие. Напишите заранее эти ценности на отдельных листах бумаги, равных количеству участников. Раздайте каждому. Если участник только один, дайте ему максимум две ценности.

Вместе с листами раздайте участникам самые дорогие вещи в магазине по одной к каждой ценности. Объясните, что через пару минут они должны будут продать Вам каждый свой продукт, учитывая, что предварительно они выяснили потребности покупателя. Потребность написана на листах. Каждая продажа будет начинаться с Вашего категоричного заявления: «Это дорого!»

Например, Вы отдали сотруднику лист с надписью «Стиль» и красивые женские спортивные брюки. Через две минуты Вы говорите ему: «Это дорого!». Сотрудник, подумав, должен будет сказать Вам примерно следующее: «Да, цена не маленькая. Мы с Вами понимаем, что сами по себе брюки столько не стоят. И я бы сказал, что цена завышена. Но этих денег стоит отличный Стиль этой модели. То, как они смотрятся на теле. На мой взгляд, очень важно отлично выглядеть, чтобы ощущать себя уверенно в спортивном зале. А эти брюки просто созданы для стильных женщин! Не так ли?»

Напоминайте участникам, что к предлагаемой вещи важно предложить дополнительный товар. Не забывайте о **максимизации возможностей**.

Купив дорогой продукт, покупатель гораздо легче согласится приобрести еще один – два, мене дорогостоящих, но с помощью которых, одна вещь будет смотреться в несколько раз выигрышнее.



- Подведите итоги

Услышав возражение «Это слишком дорого!», не спешите предлагать более дешевый товар. Для начала выясните причину этого возражения. Если Вы будете действовать правильно, скорее всего, покупатель согласится купить дорогой товар.

Это дорого! Правила работы

ЗАВЕРШЕНИЕ ПРОДАЖИ

С ЦЕЛЮ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ТОГО, ЧТОБЫ ВСЯ НАША РАБОТА ПО ПРОДАЖЕ ТОВАРА ДОСТИГЛИ УСПЕХА, МЫ ПРЕДПРИНИМАЕМ КОНКРЕТНЫЕ ДЕЙСТВИЯ ПО ОФОРМЛЕНИЮ СДЕЛКИ



- Проверьте понимание
- * Почему покупатель может считать, что цена товара слишком высокая?
- * Что необходимо сделать, чтобы преодолеть возражение «Это дорого!»?
- Отработайте на практике

Игра «Цена – это вопрос ценности»

Цель игры: научить сотрудников не бояться возражений связанных с ценой и уметь превращать их в продажу.



Выберите несколько самых важных ценностей для обычного человека, совершающего покупку. Например: стиль, здоровье, комфорт, удовольствие. Напишите заранее эти ценности на отдельных листах бумаги, равных количеству участников. Раздайте каждому. Если участник только один, дайте ему максимум две ценности.

Вместе с листами раздайте участникам самые дорогие вещи в магазине по одной к каждой ценности. Объясните, что через пару минут они должны будут продать Вам каждый свой продукт, учитывая, что предварительно они выяснили потребности покупателя. Потребность написана на листах. Каждая продажа будет начинаться с Вашего категоричного заявления: «Это дорого!»

Например, Вы отдали сотруднику лист с надписью «Стиль» и красивые женские спортивные брюки. Через две минуты Вы говорите ему: «Это дорого!». Сотрудник, подумав, должен будет сказать Вам примерно следующее: «Да, цена не маленькая. Мы с Вами понимаем, что сами по себе брюки столько не стоят. И я бы сказал, что цена завышена. Но этих денег стоит отличный Стиль этой модели. То, как они смотрятся на теле. На мой взгляд, очень важно отлично выглядеть, чтобы ощущать себя уверенно в спортивном зале. А эти брюки просто созданы для стильных женщин! Не так ли?»

Напоминайте участникам, что к предлагаемой вещи важно предложить дополнительный товар. Не забывайте о **максимизации возможностей**.

Купив дорогой продукт, покупатель гораздо легче согласится приобрести еще один – два, мене дорогостоящих, но с помощью которых, одна вещь будет смотреться в несколько раз выигрышнее.



- Подведите итоги

Услышав возражение «Это слишком дорого!», не спешите предлагать более дешевый товар. Для начала выясните причину этого возражения. Если Вы будете действовать правильно, скорее всего, покупатель согласится купить дорогой товар.

Возражения, связанные с
качеством и производителем.
Правила работы

Возражения, связанные с качеством и производителем. Правила работы

ЗАВЕРШЕНИЕ ПРОДАЖИ

С ЦЕЛЮ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ТОГО, ЧТОБЫ ВСЯ НАША РАБОТА ПО ПРОДАЖЕ ТОВАРА ДОСТИГЛИ УСПЕХА, МЫ ПРЕДПРИНИМАЕМ КОНКРЕТНЫЕ ДЕЙСТВИЯ ПО ОФОРМЛЕНИЮ СДЕЛКИ.

**ПРАВИЛО РАБОТЫ
С ВОЗРАЖЕНИЯМИ =**



Выслушать

+



Проявить внимание

+



Спросить разрешение
продолжать

+



Выяснить
в чем на самом
деле он сомневается

+



Дайте
необходимую информацию

+



Остались ли
у покупателя
еще вопросы

Возражения, связанные с качеством и производителем. Правила работы

ЗАВЕРШЕНИЕ ПРОДАЖИ

С ЦЕЛЮ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ТОГО, ЧТОБЫ ВСЯ НАША РАБОТА ПО ПРОДАЖЕ ТОВАРА ДОСТИГЛИ УСПЕХА, МЫ ПРЕДПРИНИМАЕМ КОНКРЕТНЫЕ ДЕЙСТВИЯ ПО ОФОРМЛЕНИЮ СДЕЛКИ.

Игра «Эстафета»

Цель игры: отработать схему работы с возражениями, для того чтобы эффективно завершать продажу.



Напишите на нескольких листах бумаги возражения связанные с качеством товара или производителем и листки «Старт»\«Финиш». Разложите их на полу по кругу или змейкой. Возьмите кубик для игры. Каждый участник должен по очереди кинуть кубик и сделать ход на столько шагов, сколько выпало на кубике. На то возражение, на котором он остановился, необходимо дать **УБЕДИТЕЛЬНЫЙ** ответ и только в этом случае можно продолжать. Выигрывает тот, кто быстрее придет к финишу. Играть можно с любым количеством участников. Если участник только один – сыграйте в эту игру вдвоем вместе с ним.



• Подведите итоги

Возражения – это вопросы или сомнения, связанные с недостатком информации. Для того чтобы покупатель нам доверял необходимо принять возражение, проявить понимание к покупателю. В этом случае мы сумеем довести продажу до успешного завершения и сделаем покупателя довольным.

Уход от покупки. Правила работы

Уход от покупки. Правила работы

ЗАВЕРШЕНИЕ ПРОДАЖИ

С ЦЕЛЮ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ТОГО, ЧТОБЫ ВСЯ НАША РАБОТА ПО ПРОДАЖЕ ТОВАРА ДОСТИГЛИ УСПЕХА, МЫ ПРЕДПРИНИМАЕМ КОНКРЕТНЫЕ ДЕЙСТВИЯ ПО ОФОРМЛЕНИЮ СДЕЛКИ.

**УХОД
ОТ ПОКУПКИ =**



Выслушайте покупателя

+



Проявите понимание
«Да, конечно подумайте»

+



**Спросите разрешение
продолжать**
«Разрешите задать вопрос?»

+



Задайте вопрос

«Вам нравится эта вещь?»

+



**Выясните потребность до конца
и предложите альтернативу**

«Что именно Вам нравится в этой вещи?»
«Что бы Вы изменили?»
«Разрешите показать то, что Вы хотите?»

Уход от покупки. Правила работы

ЗАВЕРШЕНИЕ ПРОДАЖИ

С ЦЕЛЬЮ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ТОГО, ЧТОБЫ ВСЯ НАША РАБОТА ПО ПРОДАЖЕ ТОВАРА ДОСТИГЛИ УСПЕХА, МЫ ПРЕДПРИНИМАЕМ КОНКРЕТНЫЕ ДЕЙСТВИЯ ПО ОФОРМЛЕНИЮ СДЕЛКИ



- Прочитайте слайд
- Спросите, как участник(и) понимают значение Ваших слов
- Объясните

Уход от покупки – это сомнения покупателей, выраженные в форме фраз: «Я еще подумаю», «Я еще посмотрю», «Отложите» и т.д. Иногда покупателям действительно необходимо время, чтобы подумать, но чаще всего они просто не договаривают правду. Их что-то не устраивает или они в чем-то сомневаются, но не хотят говорить нам этого напрямую. В этом случае необходимо выяснить причину возражения и работать именно с ней.

Причины, по которым покупатели не хотят покупать ту или иную вещь:

1. Нет доверия (продавцу, производителю и т.д.)
2. Не раскрыта ценность товара (покупатель не понимает, почему это вещь столько стоит).
3. Неправильно выявлена потребность (покупателю нужно что-то другое).

Правила работы с уходом от покупки:

1. Выслушать покупателя.
Любому человеку важно быть услышанным.
2. Проявить понимание.
Любому покупателю важно быть понятым.
3. Спросить разрешения продолжать.
Если Вы сразу предлагаете новый продукт, это будет выглядеть как навязывание. Покупатели не любят навязчивость.
4. Задать вопрос: «Вам понравилась эта вещь?»
Полученное разрешение и заданный вопрос открывают Вам возможность продолжать продажу, а не потерять ее.
5. Выяснить потребность до конца и предложить альтернативу.
Понимая истинную причину возражения, Вы получаете информацию о потребностях покупателя и можете легко предложить альтернативу, зная товар.

Пример:

- Я еще похожу, посмотрю.
- Я понимаю, Вы хотите найти лучшее. Разрешите задать вопрос?
- Спрашивайте
- Вам понравилась эта сумка?
- Да, она неплохо сочетается с моей обувью.
- А что в ней не так, как Вы бы этого хотели?
- Мне кажется она слишком большая, мне ни к чему такая. (Потребность!)
- Вам нужна похожая сумка, но поменьше! У нас есть то, что Вам нужно, разрешите, я покажу ее Вам?

Приведите пример из личного опыта или из опыта ваших сотрудников.



- Проверьте понимание
- * Какие способы уходов от покупки используют покупатели?
- * Как можно выяснить настоящую причину возражения?
- * Почему, выяснив причину, у нас появляется шанс продать?
- Отработайте на практике

Уход от покупки. Правила работы

ЗАВЕРШЕНИЕ ПРОДАЖИ

С ЦЕЛЬЮ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ТОГО, ЧТОБЫ ВСЯ НАША РАБОТА ПО ПРОДАЖЕ ТОВАРА ДОСТИГЛИ УСПЕХА, МЫ ПРЕДПРИНИМАЕМ КОНКРЕТНЫЕ ДЕЙСТВИЯ ПО ОФОРМЛЕНИЮ СДЕЛКИ

Игра «Структурированный ответ»

Цель игры: научить сотрудников последовательно работать с покупателем при его уходе от покупки.



Напечатайте на листочках фразы продавца и покупателя по этапам работы продавца в случае ухода покупателя от покупки.

Например следующие:

- 1-ый листок - Это не плохие кроссовки, но я еще подумаю
- 2-ой листок - Я понимаю, кроссовки хорошие, но Вы не хотите торопиться.
- 3-ий листок - Разрешите задать Вам вопрос?
- 4-ый листок - Вам понравились эти кроссовки?
- 5-ый листок - А какие еще кроссовки Вы смотрели?
- 6-ой листок - А чем именно Вам понравились эти кроссовки?
- 7-ой листок - А что бы Вы изменили в них?
- 8-ой листок - У меня есть такой вариант, разрешите Вам показать?

Перемешайте листочки с фразами.

Разделите сотрудников на 2-3 команды или на 2-3 участника.

Попросите их собрать вместе листочки в том порядке, в котором они должны находиться, по правилам работы с уходом от покупки. У каждой команды должен получиться один пример работы с возражением.

Проиграйте этот диалог с сотрудниками. Войдите в роль покупателя, который уходит от покупки любой, выбранной Вами вещи, не объясняя причин. Заранее определите свою потребность, чтобы объяснить причину участникам, когда они пройдут по всем этапам и зададут Вам правильный вопрос.

Дайте обратную связь сотрудникам. Похвалите и скорректируйте, где это требуется.



- Подведите итоги

Возражения и сомнения – это часть торговой игры. Уход от покупки не означает, что Вы потеряли продажу. Услышав фразу: «Я еще подумаю», не опускайте руки. Теперь у Вас есть самая эффективная формула по работе с такими возражениями.

Сомнение

Сомнение

ЗАВЕРШЕНИЕ ПРОДАЖИ

С ЦЕЛЮ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ТОГО, ЧТОБЫ ВСЯ НАША РАБОТА ПО ПРОДАЖЕ ТОВАРА ДОСТИГЛИ УСПЕХА, МЫ ПРЕДПРИНИМАЕМ КОНКРЕТНЫЕ ДЕЙСТВИЯ ПО ОФОРМЛЕНИЮ СДЕЛКИ

**РАБОТА
С СОМНЕНИЕМ =**



**Задайте вопросы
покупателю:**

«Что именно Вас
смущает, беспокоит?»



**Окажите
поддержку**

«Я понимаю Ваши
сомнения...»



**Придайте
уверенность**

Приведите
убедительный
аргумент



**Приведите пример
третьего лица**

Спортсмены,
знакомые
или другие
покупатели

Сомнение

ЗАВЕРШЕНИЕ ПРОДАЖИ

С ЦЕЛЬЮ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ТОГО, ЧТОБЫ ВСЯ НАША РАБОТА ПО ПРОДАЖЕ ТОВАРА ДОСТИГЛИ УСПЕХА, МЫ ПРЕДПРИНИМАЕМ КОНКРЕТНЫЕ ДЕЙСТВИЯ ПО ОФОРМЛЕНИЮ СДЕЛКИ



- Прочитайте слайд
- Спросите, как участник(и) понимают значение Ваших слов
- Объясните

Сомнение – неуверенность покупателя в качестве продукции, словах продавца или другой информации о продукции, бренде и т.д.

Очень часто в процессе продажи мы сталкиваемся с сомнениями покупателей. Например:

«Как Вы думаете, мне правда это идет?»

«Я не уверена, это действительно мой размер?»

«Я боюсь, не будет ли мне неудобно в этом?»

В такие моменты для продавца главное не растеряться, а быть уверенным и вовремя оказать поддержку покупателю. Нам нужно развеять сомнения покупателей. Это следует делать таким образом:

1. Задайте вопросы покупателю: «Что именно Вас смущает, беспокоит?».

2. Окажите ему поддержку «Я понимаю Ваши сомнения».

3. Придайте уверенность, приведите достоверный аргумент.

4. Приведите пример третьего лица, Ваших знакомых или других покупателей и т.д.

Пример:

- Вы действительно думаете, что в этих кроссовках будет удобно заниматься в зале?

- Я понимаю Ваши сомнения. Неудобная обувь приносит столько проблем. Но можете не сомневаться. Эти кроссовки специально для занятия в зале. Будьте уверены, в них Вам будет очень удобно. Мой друг купил точно такие же, и очень ими доволен.

Приведите свой пример работы с сомнениями, которые помогли Вам совершить продажу. Обратитесь к опыту сотрудников.



- Проверьте понимание
- Что важно для продавца при работе с сомнениями?
- Как можно преодолеть сомнения покупателя?
- Отработайте на практике

Игра «Сомнение»

Цель игры: сформировать у сотрудников умение находить убедительные аргументы в случаях сомнения покупателя, а также не сдаваться при одной попытке убедить.



Разделите участников на две команды. Выскажите какое-либо сомнение.

Например:

«Не знаю, я так часто покупаю ненужные вещи, не окажется ли это очередной ненужной покупкой?»

«Не порвутся ли эти ботсы через месяц?»

«Дороговато...»

Каждая команда по очереди приводит аргументы для того, чтобы развеять сомнения. Чтобы команды придумали больше убедительных аргументов, продолжайте сомневаться, не соглашайтесь сразу.

Например: «Ну не знаю...» «Не уверен...»

Выигрывает та команда, которая приведет больше убедительных аргументов. Если участник один, предложите ему высказать какое-либо сомнение, ответьте заведомо не верно на него. Попросите продавца скорректировать Ваши действия в соответствии с алгоритмом работы с сомнением.



- Подведите итоги

Настоящая продажа начинается с того момента, когда Вы услышали первое возражение – это означает, что покупатель заинтересован. Если не отнестись к возражениям с должным вниманием, то можно потерять продажу. Услышав сомнения покупателя, не теряйтесь, окажите поддержку и уверенно помогите принять решение покупателю. Такие действия приведут Вас к успешному завершению продажи и сформируют хорошие окончательные впечатления у покупателя.