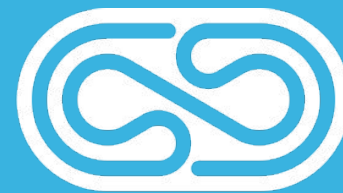


ДОБРЫЙ ДЕНЬ!

26.02.2019



ФИЛЬТРОЛОГИЯ

# ЦЕЛЬ ОБУЧЕНИЯ

**Основа результата и применение на практике**

**Получение навыков грамотной коммуникации**

**“продавец – клиент” для завершения сделки  
продажей**



# ПРАВИЛА

**Только игроки забивают голы**  
**Для игроков важен результат**



# ЭТО НЕ ПОТОЛОК. ЗП НА ОСТРОВАХ

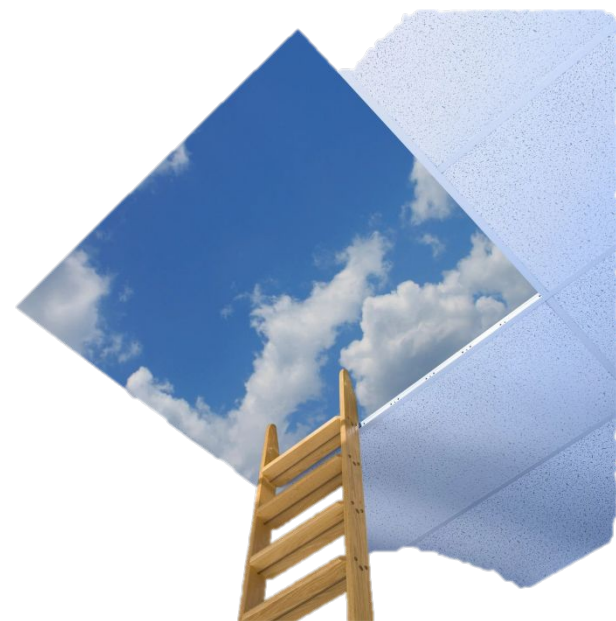
**400 000 руб в мес Выручка на 1 продавца за 15 дней**

**40 000 зп продавца**

**От 26000 р выручка в день**

**Выручка в день сегодня в среднем 15000 руб**

**Нужно дополнительно продавать от 11000руб**



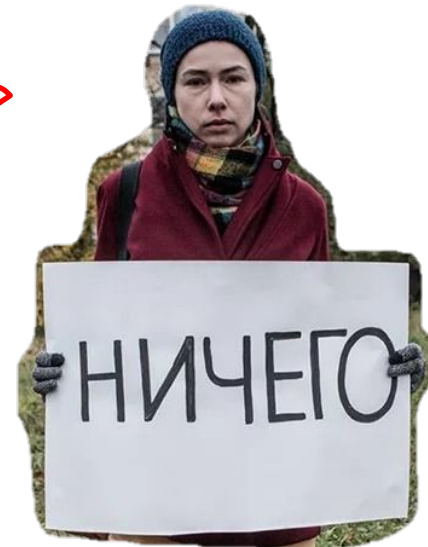
# ВАША ЦЕЛЬ

МОЁ  
СЛОВ  
О



ЦЕЛЬ

ЭГО  
ФМ



# ЧТО ДЕЛАТЬ?

*Способ создания  
результата:*

**Желание**

**Ответственность**

**Решение**

**Управление временем**

**Обучение**

**Принятие**

**Действие**

*Способ избегания  
результата:*

**Отрицание**

**Перекладывание  
ответственности**

**Игнорирование**

**Сопротивление**

**Откладывание на потом**

**“Сказки”**

**Быть правым**

**Важен резултат  
А не действие – ради действия**



# РЕЗУЛЬТАТ






# КОНТЕКСТ

Нет народу Высокий план У людей нет денег  
Всё дорого Людям не нужно Люди не понимают  
Летом не сезон Все ждут зарплату Дорого, брать не будут  
Мы не выполним план Это сложно Февраль  
Понедельник

Неосознанные убеждения, которые подтверждаются в  
реальности

**СЛОЖНО    ПРОСТО**

**ПОПРОБУЮ ПОСТАРАЮСЬ**  
**Снятие ответственности,**  
**будущее отсутствие действия**  
**СДЕЛАЮ**



# ИСТОРИЯ

**История = оправдание, когда нет результата**

**Нам верят = ощущение результата = безопасность,  
легкость**

При этом потенциал исполнения слов и желаний снижается пропорционально количеству Ваших историй

# ИСТОРИЯ

**История = оправдание, когда нет результата**

**Нам верят = ощущение результата = безопасность,  
легкость**

Пример:

Мне не передали

Не моя смена была

Я не несу за это ответственность

# СТРАХ = ВОЗБУЖДЕНИЕ

Физические и эмоциональные признаки идентичны

Единственный способ получения **НОВОГО КАЧЕСТВЕННОГО РЕЗУЛЬТАТА** – **ДЕЛАТЬ**

Ошибка = опыт

Вероятность увеличения вашей зарплаты повышается кратно вашим действиям

Ошибка => обсуждение

Вероятность увеличения вашей зарплаты \*2



# ВОПРОСЫ



# ПРОДАЖИ

Мы покупаем чаще, чем нам кажется.

Продажа не всегда должна иметь товарно-денежные отношения.

Мы начинаем продавать еще с ранних лет, и каждый день совершаем продажу,  
даже если мы не продавцы.

Продажа — это, в первую очередь, общение.

Общение — это обмен идеями, информацией или эмоциями.



# ПРОДАЖИ

Задумывались ли Вы когда-нибудь, почему с одними людьми хочется общаться, а с другими — нет?

Мы хотим общаться с теми, с кем приятно, и избегаем тех, с кем обмениваться или общаться неприятно.

Также на расположение клиента влияет и Ваш внешний вид!  
Начиная от маникюра, свежестью дыхания.





Общение — это тонкая наука, и она требует изучения.

Мы не общаемся с теми, с кем неприятно общаться.  
Мы не покупаем правду тех, с кем неприятно общаться.

Удовольствие от общения напрямую влияет как на продажу товара или услуги, так и на продажу идей и правды при общении.


Чем меньше удовольствия от общения, тем меньше вероятность продажи.

**СОГЛАСИЕ = ПРОДАЖА**

**ВЛАДЕНИЕ КОММУНИКАЦИЯМИ  
=> УВЕЛИЧЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ**

**УВЕЛИЧЕНИЕ ДОЛИ РЫНКА  
=> УМЕНЬШЕНИЕ ЧИСЛА КОНКУРЕНТОВ**

# 6 ЭТАПОВ В ПРОДАЖЕ

- 1 - Установление контакта
  - 2 - Выявление потребностей
  - 3 - Презентация товара
  - 4 - Работа с возражениями
  - 5 - Завершение продажи
  - 6 - Установление долгосрочных отношений
- 

# УСТАНОВЛЕНИЕ КОНТАКТА



# ВЫЯВЛЕНИЕ ПОТРЕБНОСТЕЙ

## *Цель:*

Выслушать клиента, понять его потребность и правильно расставить акценты.

## *Способ достижения:*

Задавайте открытые вопросы, дайте клиенту возможность почувствовать свою значимость, рассказать о потребностях и желаниях. Определите, что наиболее важно для клиента.

## *Главное:*

Внимательно слушайте клиента и анализируйте полученную информацию.



# ВЫЯВЛЕНИЕ ПОТРЕБНОСТЕЙ

*Выявляем потребность для того, чтобы:*

- Клиент почувствовал к себе внимание,
- Точно знать, что клиенту нужно
- Знать о дополнительных возможностях клиента
- Дать клиенту “помечтать” о дорогом и качественном оборудовании
- Знать основные пункты, на которые клиент опирается при выборе

*Узнайте у клиента:*

- Ожидания от фильтра, недостатки исходной воды
- Количество потребителей, есть ли в доме дети
- Назначение питьевое и бытовое
- Формат: цвет, дизайн, объем
- Наличие анализа воды

Классификация потребностей клиента.

Тип	Что выдает в словах клиента	Какие вопросы помогают выяснить
ТРЕБОВАНИЯ: то, что должно быть обязательно.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Обязательно</li> <li>- Важно</li> <li>- Никак не обойтись без</li> </ul> <p>Самое главное</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Приоритет</li> <li>- В первую очередь...</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Что для Вас самое важное?</li> <li>- Какие обязательные требования?</li> <li>- Без чего никак не обойтись?</li> </ul> <p>На что обращаете внимание в первую очередь?</p>
ПОЖЕЛАНИЯ: то, что желательно для клиента в предложении, что стало бы прекрасным дополнением.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Возможно</li> <li>- Могло бы быть</li> <li>- Желательно</li> <li>- Дополнительные....</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Что еще кроме обязательного Вы видите?</li> <li>- Какие дополнительные требования были/есть?</li> <li>- Что могло бы быть приятным дополнением?</li> </ul> <p>Это было обязательным требованием?</p> <p>Насколько для Вас это важно?</p>
ПОТРЕБНОСТИ: ТО, ЗАЧЕМ ВСЕ ЭТО НУЖНО КЛИЕНТУ.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Это для ...</li> <li>- Буду использовать ...</li> <li>- Выбираю для ...</li> <li>- Хочу для...</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Как планируете использовать?</li> <li>- Какая цель покупки?</li> <li>- Кто будет кроме Вас еще использовать?</li> <li>- Какие задачи будете решать за счет?</li> </ul>

**Закрытые вопросы** построены таким образом, что выбор возможных ответов клиентов ограничен двумя словами «да» или «нет». Они ограничивают поле возможных ответов.

### *Зачем нужны?*

- В начале беседы;
- получить утвердительный ответ либо установить конкретные факты;
- подтвердить полученную в ходе визуальной оценки информацию;
- ваш партнер очень сдержан и не поддерживает активно беседу;
- вы хотите убедиться, что правильно поняли собеседника.

### *Примеры*

«Вас устраивает наше предложение?»  
«Могу ли я считать, что развеял ваши опасения?»  
«Может быть, Вам необходима дополнительная информация?»  
«Вас устраивает (Вам подходит, Вам нравится) ...?»  
«Могу ли я исходить из того, что Ваше окончательное решение зависит от выяснения вопроса о ...?»  
«Вы не будете возражать, если ...?»  
«В Ваш магазин часто заходят дети?»

### *Преимущества*

Для стимулирования положительных ответов клиента, апеллируя к общепризнанным ценностям:

- «Вы хотели бы иметь надежные гарантии?»;
- «Качество для вас важно, не так ли?».

Такой прием полезен, когда клиент негативно настроен, сомневается либо просто имеет недостаточно сведений для принятия решения. Полученное таким образом согласие смягчает его установку все время говорить вам «нет» или «не знаю».

### *Когда задавать?*

Закрытые вопросы накладывают на клиента дополнительные обязательства, а он этого не любит. Поэтому их не рекомендуется задавать на начальном и завершающем этапе продажи, или это необходимо делать с особой осторожностью. Очень распространенная ситуация, когда при входе клиента продавец спрашивает: «Вам чем-нибудь помочь?». И в большинстве случаев клиент отвечает «нет», хотя, возможно, помощь ему и нужна.

# ПРИМЕР

Скажите, кто будет пользоваться фильтром?

- Я и моя жена

Какие показатели в воде Вы бы хотели улучшить ? Есть ли накипь, привкус, запах?

- Да всё не устраивает

У Вас частный дом или Вы проживаете в квартире?

- В квартире





# ЕСЛИ ФИЛЬТР УЖЕ ЕСТЬ

Устраивает ли:

Качество воды

Расходы на сменные модули

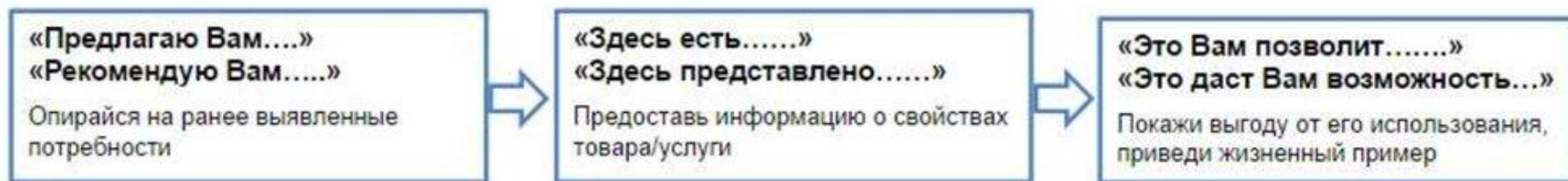
Дизайн

- Какой у Вас фильтр?
- Вас устраивает качество, внешний вид?
- Как часто меняете? Хотели бы Вы платить меньше?

При условии, что клиенту действительно невыгодно.



# ПРЕЗЕНТАЦИЯ



Рекомендую Вам/предлагаю Вам трехступенчатый фильтр – устраняет все не желаемые показатели и доводит до высокого качества исходную воду – еще и по выгодной цене!

Фильтр успешно справится с такими загрязнениями как:

Этот фильтр позволит Вам сократить время ожидания чистой воды за счет отдельного крана и позволит экономить финансовые затраты.

# ЕСЛИ ФИЛЬТР УЖЕ ЕСТЬ

*Дополнительная продажа*

Обратите внимание, что у нас есть фильтры для смягчения воды в бытовых целях- это позволит вам увеличить срок службы стиральной и посудомоечной машины, снизить количество потребления моющих средств.

Рекомендую Вам фильтр для душа – от хлора, что позволит Вам снизить риск появления аллергии и сухости кожи – особенно у детей.

Также легко можете избавиться от неприятного запаха в холодильнике, всего за 142 рубля.



# РАБОТА С ВОЗРАЖЕНИЯМИ

Какие основные возражения при выборе фильтра называют клиенты?

## ТИПЫ ВОЗВРАЖЕНИЙ

*Безразличие* – клиент не проявляет интереса к вашему предложению, поскольку не видит явной необходимости в выгодах вашего товара.

*Негатив* – клиент не принимает ваше предложение, из-за реально существующего недостатка вашего товара.

*Скептицизм (сомнение)* – клиент выражает недоверие (нерешительность) относительно реальности представленных вами черт, выгод вашего товара.

**Возражение** – это обоснованное отрицание, утверждения, предложения; высказывания, в котором выражается несогласие с кем-либо или с чем-либо; опровержение чьего-либо мнения или суждения..

### Причины возникновения возражений

### Действия которые помогут предотвратить возражения

Неправильная подача материала.

При презентации использовать «Предлагаю Вам – Здесь есть – Это Вам позволит».

Ваши собственные сомнения

При презентации говорить убедительно, использовать жизненные примеры

Неуверенность ваших клиентов в своих возможностях

Проводить демонстрацию, предлагать клиенту попробовать самому.

Страхи и стереотипы

При презентации использовать цифры, приводить статистики

Реально не подходит человеку

При выявлении потребностей использовать «Открытые вопросы»

# ПРАВИЛА РАБОТЫ С ВОЗРАЖЕНИЯМИ

Не относиться к возражениям как к проявлению агрессии.

Не бороться с ними, а РАБОТАТЬ!

Только поняв позицию клиента, можно донести необходимые аргументы до него.

Скрытость истинных причин возражений: очевидно  $\frac{1}{4}$ , скрыты  $\frac{3}{4}$ .

Вариант ответа:

“У Вас возникли сомнения? Что бы Вы хотели узнать подробнее/уточнить?”

# ПРАВИЛА РАБОТЫ С ВОЗРАЖЕНИЯМИ

Не спорьте с клиентом (не выдвигайте контр возражений, они только способствуют проявлению агрессии)

Не перебивайте клиента (так Вы сможете избежать додумывания и точно выявить причину возражения)

Возражения – это только возражения, и ничего более.



# ЗАПРЕЩЕННЫЕ ПРИЕМЫ



Думать за клиентов при ответе на любое возражение.

Например:

У него все равно нет денег

Сразу видно, что он эти деньги хочет потратить на что-то другое

Я таких знаю – это отговорки

Он у нас часто бывает , все равно не купит

Ему нечего делать, вот и зашел

Он просто присматривается

Лучше пусть хоть что-то купит дешевле, чем вообще ничего (этот принцип можно использовать только после отработки возражения дорого)



Выслушайте возражение



Выслушайте до конца, не перебивайте.

Если ответ > 5 мин, то тактично прервите вопросом:  
"Простите, в чем конкретно состоит ваш вопрос?"

Согласитесь с правом человека иметь  
свое мнение



"Да, я вас понимаю..." + цель человека, скрытая в вопросе  
или возражении.

Пример возражения: "У вас дорого!" Ответ: "Да, я вас  
понимаю, всегда хочется купить качественный продукт по  
более низкой цене."

При этом **не нужно** соглашаться с самим возражением,  
говоря: "Да, конечно, вы правы. Я с вами согласен".

- Да, я понимаю Ваше переживание, для этого у нас есть гарантия и сервис. Опыт работы более 10 лет, мы знаем как решить любую задачу!



- Да, я понимаю Ваше беспокойство, более того наш опыт показывает, что все вопросы легко разрешимы, благодаря нашему сервисному отделу!



- Для вас ведь важны гарантии?
- Да, но мне надо посоветоваться с женой
- Я вас понимаю, я являюсь специалистом в области водоочистки, какие у Вас остались сомнения?

- Для вас ведь важны гарантии, вы согласны?
- Да
- По стоимости Вас все устраивает?
- Да
- Отлично, если Вам все подходит тогда я оформляю покупку.

# ЗАВЕРШЕНИЕ СДЕЛКИ

Да, Да, Да

- В целом предложение для Вас интересное?
- По стоимости Вас все устраивает?
- Отлично, если Вам все подходит, тогда я оформляю покупку.

**ДЕЙСТВУЙТЕ РЕШИТЕЛЬНО**



# ЗАВЕРШЕНИЕ СДЕЛКИ. ОПЛАТА

В нужный момент задается вопрос по оплате, как будто решение уже принято. Для смягчения, предварительно лучше сказать фразу:

“Если вопросов больше нет, тогда скажите пожалуйста...:”

И далее...

“Как Вам удобнее произвести оплату?”

**БЕРИТЕ НА СЕБЯ ИНИЦИАТИВУ, ДАБЫ  
ПРЕДУПРЕДИТЬ ВОЗНИКНОВЕНИЕ  
СЛЕДУЮЩИХ ВОЗРАЖЕНИЙ!**

# ЗАВЕРШЕНИЕ СДЕЛКИ. УСТУПКА

Когда у Вас есть возможность дать клиенту скидку, либо какую-то другую уступку.

Хорошо, если я сейчас согласую для Вас данную скидку, Вы готовы оформить покупку?

Я могу согласовать с руководством для Вас расширенную гарантию, Вы готовы оформить покупку?



# ЗАВЕРШЕНИЕ СДЕЛКИ. ОПЛАТА

Задайте клиенту вопрос, чтобы любой ответ привел Вас к сделке.

Вы как будете оплачивать – наличными или картой?

Вам доставку лучше на какой день оформить?

Что решили? Берете ТОВАР 1, ТОВАР 2?

Обратите внимание, что у нас есть фильтры для смягчения воды в бытовых целях- это позволит вам увеличить срок службы стиральной и посудомоечной машины, снизить количество потребления моющих средств - всего за 31 рубль в день!

# ЗАВЕРШЕНИЕ СДЕЛКИ. ГАРАНТИЯ ВОЗВРАТА

Некоторые товары по закону подлежат возврату, это может помочь в завершении сделки.

“Если сомневаетесь, берите этот товар. При условии если товар будет невскрытым в течении 14 дней у Вас будет время подумать. Не понравится - вернете.”





# ЗАВЕРШЕНИЕ СДЕЛКИ. ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОТНОШЕНИЯ

Итак, в итоге Вы получите: Осмотической фильтр по самой выгодной цене, фильтр для душа со скидкой - отличный выбор, вы будете довольны качеством вашей воды!

Благодарим Вас за доверие нашей компании, будем рады видеть Вас и вашим близким в нашем салоне! Для Вас всегда будут выгодные цены и актуальные позиции!

# ИЗ ОПЫТА

Фильтр плохой – хороший

Нет акций

Предложение изначально дешевых позиций

“ну возьмите кувшин”



**СПАСИБО!**



# СКРИПТ

В: Добрый день! Меня зовут Вероника, а как к Вам можно обращаться?

М: Здравствуйте, Максим.

В: Максим, я отвечу на все ваши вопросы, что вас интересует?

М: Да вот фильтр смотрю

В: Скажите, кто будет пользоваться фильтром?

М: Вся моя семья

В: Какие показатели в воде Вы бы хотели улучшить ? Есть ли накипь, привкус, запах?

М: Да всё не устраивает

В: У Вас частный дом или Вы проживаете в квартире?

М: В квартире

В: Рекомендую Вам/предлагаю Вам трехступенчатый фильтр – устраняет все не желаемые показатели и доводит до высокого качества исходную воду – еще и по выгодной цене!

Фильтр успешно справится с такими загрязнениями как:

Этот фильтр позволит Вам сократить время ожидания чистой воды за счет отдельного крана и позволит экономить финансовые затраты.

М: Дороговато сейчас

В: Я вас понимаю вопрос цены очень важен. Моя рекомендация исходя из ваших потребностей наоборот сократит в последующим затраты. Если вы выберете кувшин, то сменные модули Вам придется менять раз в 2 недели.

М: Ладно лучше я посоветуюсь с женой.

В: Какие у вас остались сомнения?

М: Да я не знаю, вдруг он не подойдет

В: Если сомневаетесь, берите этот товар. При условии если товар будет невскрытым в течении 14 дней у Вас будет время подумать.

Не понравится – вернете. Опыт показывает – возвращаются покупатели довольные за сменными модулями!

Если вопросов больше нет, тогда скажите пожалуйста как вам удобно оплачивать картой или наличными?

М: Наличными

В (оформляя продажу): Обратите внимание у нас в наличии фильтр для душа – от хлора, что позволит Вам снизить риск появления аллергии и сухости кожи – особенно у детей. Фильтры для смягчения воды в бытовых целях

М: ну давайте, сколько он там стоит?

В: 997 рублей со скидкой! 30 в день на здоровье вашей семьи!

М: Хорошо.

В: Итак, в итоге Вы получите: Трехступенчатый фильтр по самой выгодной цене, фильтр для душа со скидкой - отличный выбор, ваша семья будет довольна качеством воды!

Благодарим Вас за доверие нашей компании, будем рады видеть Вас и ваших близких в нашем салоне! Для Вас всегда будут выгодные цены и актуальные позиции!

# КОНТЕКСТ НА КОМПАНИЮ

Я есть компания ФИЛЬТРОЛОГИЯ успешная процветающая стабильная , создающая легкий позитивный настрой покупателя к компании, продавая высококачественный товар с выручкой в месяц на одну торговую точку от

Пром от

Розница от



# КОНТЕКСТ НА ЗАРПЛАТУ

Я есть Диана счастливая успешная здоровая женщина, создающая благополучие, изобилие, легкое достижение планов в работе от “СУММА” к 31 марта 2019 года, результат в зарплате /доход за месяц от 100000 рублей к 31 марта 2019 года. И этому быть во Вселенной!