

«МЫ НЕ В ТАНКЕ!»

или

главный принцип эффективной презентации



МАГАЗИН ИЛИ ПОЛЕ БОЯ?

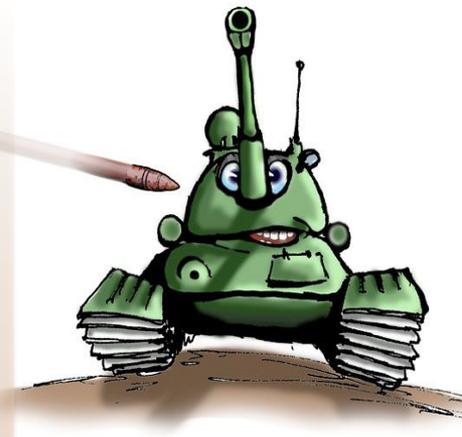
Иногда, процесс продажи напоминает поле боя, где каждый в своем танке...

Клиент «заезжает на своем бронированном танке» в магазин. Это нормально, т.к. он попадает на незнакомую территорию и зачастую вынужден защищаться от нападения некомпетентных продавцов. И вот, он остановился возле джинсовой зоны. В него прилетает «снаряд»: «Тут джинсы прямого кроя, тут зауженные». «Спасибо» – отстреливается в ответ покупатель. «Какого плана джинсы подбираете?» – поступает вопрос. Клиент начинает постепенно снимать броню, в надежде, что попал не на вражескую территорию, и здесь нападать не будут, а наоборот, помогут ему принять лучшее решение, подходящее под его пожелания и задачи... только готовится ответить... Но... Продавец же «в танке»... Тут прилетает череда новых снарядов: «Прямого кроя, зауженного?», «Посадка низкая, средняя, высокая?», «Темные, посветлее?»

Клиент вынужден отстреливаться: «Ну, пусть прямого, средняя посадка, лучше потемнее...»

И вот, новые залпы: «Вот вам 4-5 модели, они темные, тут посадка чуть выше, тут чуть ниже», «Пойдемте в примерочную»...

Клиент обреченно отправляется в примерочную, не понимая, а нужны ли ему эти джинсы? Тут еще и рубашку совсем ему не нужную предлагают по акции... а на кассе еще летят снаряды в виде нижнего белья и носков... И практически на все, клиент отстреливается снарядом «НЕТ!», потому как нужно ему не это...



ПРЕЗЕНТАЦИЯ - ЭТО...

Презентация – это тот этап, на котором у Клиента формируется желание примерить предлагаемую Вами продукцию и купить.

Презентация – о чем она? О товаре или о клиенте?

К сожалению, многие продавцы считают, что презентация – это рассказ о товаре. Порой, когда заходишь в магазин, кажется что продавец «в танке»...

Еще не узнав потребности клиента, продавец начинает сразу «запускать снаряды» и презентует все подряд, исходя из своего видения. Но... Нередко клиент просто не может понять, о чем говорит этот продавец и зачем пытается продать то, что ему не нужно...

Или, продавец задает несколько вопросов касательно характеристик товара и презентует только их – эти самые характеристики.



ПРЕЗЕНТАЦИЯ – ЭТО РАССКАЗ О КЛИЕНТЕ

Понимая и принимая потребности и мотивы покупателя, продавец рассказывает не о товаре, а о **решениях запроса клиента**, о реализации его **желаний и задач**, о том, **что Клиент получает** благодаря приобретению образов в магазинах COLIN'S.



Презентация, это ответы на вопросы Клиента: «Зачем мне это нужно? Что я смогу сделать с помощью этого товара? Как это решит мои проблемы? Как это поможет создать правильное впечатление и достичь мои цели? Как это поможет стать мне более счастливым?» и т.д.

Клиентоориентированные продавцы, сосредоточены именно на клиенте, его уникальной жизненной ситуации, его нуждах, желаниях, опасениях, решении его задач. Главный секрет профессиональной продажи - «Не продавай, а помогай».

ПРЕЗЕНТАЦИЯ – ЭТО РАССКАЗ О КЛИЕНТЕ

Чтобы эффективно осуществить презентацию и повлиять на покупательское решение, необходимо успешно пройти вместе с клиентом предыдущие этапы продажи.

Если не выяснить истинные мотивы, цели и ценности клиента, то презентация уже будет похожа на «впаривание», будет навязчивой и не эффективной («метод танка»).

К сожалению, очень часто, заходя в магазины, клиенты «попадают под танк», где им сразу начинают предлагать все подряд, услышав только одно слово, например «Куртка на осень»... и поехала артиллерия по всем курткам в магазине...

Чтобы не быть «Танком» для клиента, необходимо понимать, для чего клиенту важен этот товар, какие свои задачи он хочет решить с помощью новых изделий



ПРОДАВЕЦ-КОНСУЛЬТАНТ vs «ТОТ, КТО В ТАНКЕ»

Давайте кратко сравним эти два метода.

КЛИЕНТООРИЕНТИРОВАННАЯ ПРЕЗЕНТАЦИЯ

1. Продавец перед презентацией выявляет потребности, не только предпочтения о характеристиках товаров, но и мотивы клиента, какие задачи и желания Клиент хочет решить с помощью данной покупки. Запоминает главные пожелания, понимает проблему Клиента. Фокусируется не на товаре, который планирует купить клиент, а на проблеме, которую клиент хочет решить с помощью этого товара.

2. Строит презентацию на основании информации важной для Клиента, предлагает ему решение. Говорит о Клиенте и о том, как Клиент может решить свои задачи с помощью товара.

«МЕТОД ТАНКА»

1. Продавец сразу приступает к презентации, не выявляя истинные цели и мотивы покупателя.

Или задает вопросы как «по чек-листу», но не слышит и не запоминает то, что говорит Клиент. Не придает значения проблеме Клиента.

Фокусируется на названиях изделий, которые клиент может рассмотреть.

2. Презентует товар с позиции своего опыта, «запускает снаряды» в надежде, что какие-либо из них «попадут в цель» и возможно заинтересуют Клиента.

ЧАСТЫЙ ПРИМЕР ПРЕЗЕНТАЦИИ ПО «МЕТОДУ ТАНКА»

Покупатель заходит в магазин. К нему подходит продавец-консультант.

ПК: *Добрый день! Что подбираете?*

КЛ: *Хочу что-то теплое на осень.. Зиму... может джемпер какой, или кардиган...*

ПК: *Хорошо. Пойдемте. У нас есть такой джемпер, такой, такой, такой. Пойдемте туда, есть еще такой и такой.*

КЛ: *ээ.. Мне такие не нравятся... этот розовый, этот на застежках... мне такие не подходят...*

ПК: *Так Вам может свитшот нужен? Или пуловер?*

КЛ: *Не знаю, может...*

ПК: *Хорошо, пойдемте. Есть такой, такой, такой. Идемте сюда. Тут еще есть такой и такой...*



Такая презентация, как правило, становится очень энергозатратной для продавца и утомительной для клиента...

ПРОДАВЕЦ-КОНСУЛЬТАНТ vs «ТОТ, КТО В ТАНКЕ»

В предыдущем примере, как Вы заметили, нет ни презентации, ни клиентоориентированности. Просто перечисление того «что есть в магазине». Этот танк не просто бронирован, но, видимо, и пушка уже стрелять отказывается...

Далее, рассмотрим пример в сравнении.

Из предыдущего разговора с клиентом, Вам удалось узнать о нем следующую информацию:

1. Он ищет одежду на прохладную погоду/холодную на каждый день:
 - а) офисная работа, без строгого дресс кода, стиль скорее, комфортный, возможно джинсы с приталенной рубашкой, в офисе бывает холодно.
 - б) городские прогулки (в кино, в парк) – теплая комфортная одежда, не сковывающая движения.



ПРОДАВЕЦ-КОНСУЛЬТАНТ vs «ТОТ, КТО В ТАНКЕ»

Метод «Танка»:

«Посмотрите эти **джинсы**, эти и эти: здесь высокая посадка, они без потертостей, цвет классика. Покрой прямой, слегка зауженный. А в этих и покроем и штанина заужены. Хорошо смотрятся и с **рубашками** и с джемперами. И возьмите еще эту **рубашку**. Она **приталенная**, хорошо садится. Можно еще этот **кардиган**, он из акрила, очень прочный материал, огнеустойчивый. Могу еще **джемперы** какие принести... **Жилетки** есть... А **куртку** посмотреть не хотите?»

Клиентоориентированная презентация:

«Примерьте вот эти **джинсы**, за счет сочетания в составе хлопка и эластана, ткань более мягкая и **Вам будет комфортно при движении**. А цвет и стиль подходит как для **работы**, так и для **прогулок**, достаточно просто поменять верх. Например, для работы, примерьте к джинсам вот эти приталенные **рубашки, как Вы и любите 😊**. А чтобы было тепло на работе, добавим к образу этот **кардиган**, они хорошо сочетаются по цвету, и к тому же, **Вы выдерживаете офисный стиль**.

Для **комфорта и тепла во время городских прогулок**, примерьте еще этот **свитер, свитшот и джемпер**. Эти изделия трикотажные, а значит **Ваши движения будут абсолютно свободны, и Вам будет тепло**. Преддверие наступления зимы, примерьте еще эту **куртку для завершения образа и экономии своего времени** в дальнейшем...»

Какая презентация более эффективна на Ваш взгляд?

Как мы с Вами видим, в последнем случае вся презентация построена на интересах, желаниях Клиента и направлена на решение его потребностей.

Исходя из этого, мы с Вами получаем главный принцип Эффективной презентации:

Презентация основана на потребностях клиента!

Никто не любит, когда ему продают. Но все мы любим, когда нам помогают (помогают покупать).

Для эффективной и убедительной презентации следует:

1. Выявить потребности, цели и мотивы Клиента (как это сделать, можно вспомнить с помощью ИП № или джемпере, а о том, что получит от этих изделий. А это – надо узнать и услышать)
2. Говорить о самом Клиенте, а не о товаре.

ЗАДАНИЕ ДЛЯ ТРЕНИРОВКИ НАВЫКА ЭФФЕКТИВНОЙ ПРЕЗЕНТАЦИИ

Ранее, к информационному письму №17 «История одного торта», Вы выполняли задание «Выявите и запишите потребности Клиента».

Сейчас, следующий этап работы с заданием:

Задание № 1:

Переведите потребности Клиентов в эффективную презентацию. Сделайте анализ, как в данном информационном письме, насколько Ваша презентация соответствует потребностям клиента. Разберите результат с Вашим руководителем магазина.

Практическое задание 1.

Выяви потребности у нескольких покупателей и заполни таблицу-анкету по каждому из них по той информации, которую тебе удалось выяснить.

Так ты научишься отличать выявление потребностей от выявления характеристик и предлагать товар, который сделает наших покупателей счастливыми.

| | Информация о покупателе | Все товары, которые могут удовлетворить потребность |
|--------------|--|---|
| Покупатель 1 | Например, мужчина, около 27 лет, выяснила, что подбирает на работу, а работает в офисе с нестрогим <u>дресс-кодом</u> . На работу добирается на велосипеде, на нем же катается в выходные. Не любит яркие цвета (цвета радуги). Ценит удобство движений. Важно, чтобы вещи в уходе были просты. Особых предпочтений в стиле нет, готов пробовать, так как раньше не придавал стилю значение. Хочет обновить вещи, так как многие пришли в негодность. Ходит в магазины редко, но много покупает сразу. | Можем подобрать комплекты из вещей, которые <u>взаимзаменяют друг друга</u> . Например: 2 футболки + 2 рубашки + <u>лонгслив</u> + джинсы + <u>чиносы</u> + ремень + куртка + толстовка + шарф + рюкзак. Таким образом, покупая этот набор вещей, клиент получит сразу минимум 10 базовых сочетаний (5 предметов верха и 2 предмета низа), которые можно дополнять курткой или толстовкой в зависимости от погоды. А аксессуары дополнят функционально комплект: рюкзак удобен в перемещениях на велосипеде, ремень поддерживает брюки, шарф защитит от ветра. Джинсы должны быть с <u>эластаном</u> , чтобы удобно было крутить педали |

ЗАДАНИЕ ДЛЯ ТРЕНИРОВКИ НАВЫКА ЭФФЕКТИВНОЙ ПРЕЗЕНТАЦИИ

Задание № 2:

Переведите в презентацию потребности клиентов, указанные ниже в кейсах.

Сделайте анализ, как в данном информационном письме, насколько Ваша презентация соответствует потребностям клиента. Разберите результат с Вашим руководителем магазина.

Клиент № 1:

«Думаю, может джинсы посмотреть. Буду носить на учебу. Ну и так куда-нибудь... например в кафе с подружками, или на дискотеку. Люблю одежду свободного стиля, скорее такой, городской стиль что ли... Ценю комфорт и новизну вещей, люблю быть в тренде 😊 но и чтобы из универа не выгоняли 😊».

Клиент № 2:

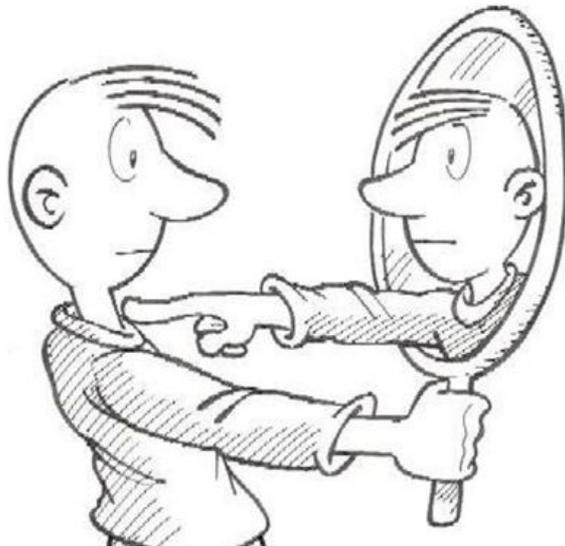
«Нужен свитер на зиму. Мне кажется, что рисунки орнаменты мне не подходят... самое важное, чтобы был теплый и удобный. Аллергии на материалы вроде бы не было, и все же когда чистая шерсть ощущаю дискомфорт. На работе, правда иногда жарко бывает. Туда можно носить рубашки и классические джинсы, либо брюки. А в обычном режиме ношу разные джинсы с рубашками, джемперами, футболками... в общем, чтоб было удобно и выглядело нормально».

Клиент № 3:

«Джинсы или что-то на Новый год. Отмечать будем в коттедже большой компанией, елка на улице, шашлык. Само празднование в доме... хотя, кто знает, может на и на улицу потянуть. Единственное, вечно мерзну, если вне дома... ну.. Может на сам момент НГ и не джинсы, не знаю пока... но если на улицу, то точно надо тепло одеваться».

ЗАДАНИЕ ДЛЯ ТРЕНИРОВКИ НАВЫКА ЭФФЕКТИВНОЙ ПРЕЗЕНТАЦИИ

1. Попросите руководителя понаблюдать за вашей презентацией Клиенту и в последующем дать Вам обратную связь.
2. Проанализируйте, насколько Вам удалось узнать о целях и мотивах Вашего покупателя
3. Проанализируйте, какой была Ваша презентация и предложение образов для клиента: это было о товаре, или о клиенте?
4. Сколько важных для Клиента решений Вы описали покупателю во время презентации?



Если вдруг Вы еще периодически находитесь «в танке», выходите и наслаждайтесь открытым и доверительным общением 😊

Умение делать презентацию Клиентоориентированной, не только повысит ваши результаты и доход, но еще и значительно улучшит Ваше настроение, сэкономит энергию и силы. И конечно же, владение этим навыком принесет Вам победу и результат во многих жизненных ситуациях 😊

И помните, такая Презентация образа продолжается и в примерочной и при предложении альтернативного и дополнительного товара 😊



Материал подготовила
Александра Майстрович
Бизнес-тренер Colin's Academy