

Яндекс Такси

# Этапы продаж

Обучающий курс

# Вы узнаете:

01 | Что такое продажи?

02 | Этапы продаж

03 | Как устанавливать контакт?

04 | Как выявлять потребность?

05 | Схему презентации продукта

06 | Схему отработки возражений

07 | Как завершить разговор?

08 |

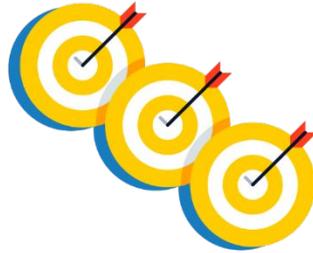
09 |

# Что такое продажи?

Продажа – это процесс помощи клиенту в поиске и/или принятии **ВЗАИМОВЫГОДНЫХ** решений.



# Этапы продаж



Только последовательное прохождение этапов и достижение целей в каждом из них может привести к результату! Будь внимателен!

Установление  
контакта

1

Выявление  
потребностей

2

Презентация  
сервиса

3

Работа с  
возражением

4

Завершение

5

# Установление контакта

Как строим разговор?

Приветствие

«Добрый день...»

Представление

«... меня зовут Иван, компания Яндекс!»

Назови клиента по имени

«Михаил,...»

Расскажи о причине звонка

«... Вы ранее интересовались нашим продуктом,  
а именно Яндекс.Такси для бизнеса, все  
верно?»

# Выявление ЛПР\*

Вопрос на выявление ЛПР

«Михаил, вы единственный человек, кто принимает решение по данному вопросу, или нам нужно будет еще с кем-то посоветоваться?»

Если человек не принимает решение, предложи ему пригласить того, кто принимает решение, к разговору

\*ЛПР – Лицо принимающее решение



# Выявление потребности

Нам нужно узнать:

1. Задачи клиента
2. Условия, которые клиенту важны

«Какие задачи вы хотите решать с помощью Я.  
Такси для Бизнеса?»  
«Что вам важно при выборе поставщика  
такси?»



Внимательно слушай клиента и записывай то, что он говорит. При необходимости задавай уточняющие вопросы.



# Презентация продукта

Главное – это четко связывать наши свойства с задачами, которые сможет решить клиент.

Если клиент хочет, чтобы его сотрудники ездили на деловые встречи за счет компании, и ему важны выгодная стоимость и возможность контролировать сотрудников, то презентация будет выглядеть следующим образом:

После подключения нашего сервиса, ваши сотрудники смогут вызывать такси через наше приложение, выбирая способ оплаты за счет компании...



...Это очень удобно, ведь им не нужно будет собирать чеки о поездках. Все закрывающие документы будут приходит в конце месяца!

Так же вы сказали, что вам важна стоимость такси...



... Именно поэтому мы вывели наши тарифы так, что они стали одними из самых выгодных на рынке!

При этом, вам важно иметь возможность контролировать поездки сотрудников...



... Это можно делать с помощью Личного кабинета. В нем вы будете видеть отчет о всех поездках за счет компании!

# Презентация продукта

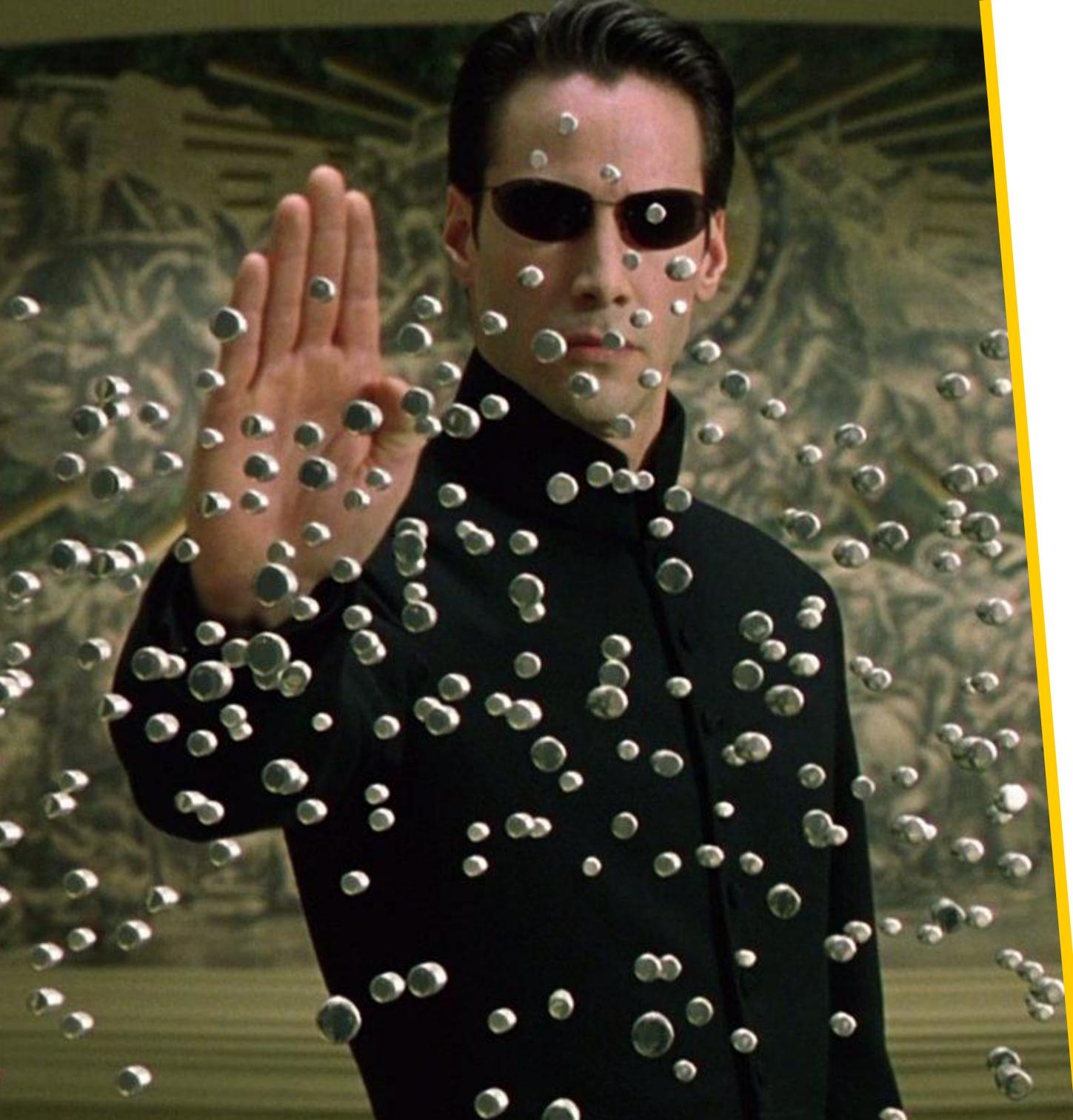
После предложения используйте фразы для закрытия клиента:

«Ну что, Михаил, давайте пробовать?»

«Михаил, когда готовы начать ездить?»

«Если вопросов у вас нет предлагаю перейти к следующему этапу – подписанию договора!»

Во многих случаях наши теплые клиенты отвечают взаимностью и сообщают о готовности выслать реквизиты. Но это происходит не всегда...



# Работа с возражениями

Наша цель: закрыть все сомнения клиента.

Какими они могут быть?

- ✓ Я подумаю
- ✓ Нужно посоветоваться
- ✓ Нужно посчитать

Клиенты не всегда готовы озвучить свои сомнения напрямую. Откладывая принятие решения, они либо тактично отказывают, либо просто берут паузу, во время которой их интерес может исчезнуть.

# Схема работы с возражениями

Любое возражение нужно уточнить!

Михаил, а что останавливает вас от принятия положительного решения прямо сейчас?

УТОЧНЕНИЕ

Уточнение, помогает нам найти истинную причину сомнения. Клиент может ответить:

«У вас плохие водители»

«У вас дорого»

Для того, чтобы клиент не чувствовал, что мы спорим с ним, нужно ПРИСОЕДИНИТЬСЯ.

Важно заметить: мы присоединяемся не к возражению, а к важности вопроса:

ПРИСОЕДИНЕНИЕ

~~Понимаю, у нас действительно встречаются плохие водители!~~

Действительно, важно, чтобы качество наших водителей было приемлемым!

~~Согласен, наши услуги и правда дорогие!~~

Действительно, важно, чтобы наш сервис был выгодным для вас!

# Схема работы с возражениями

После присоединения переходим к аргументации. Это можно сделать с помощью связок:

## СВЯЗКИ

«При этом», «Вместе с этим», «И в тоже время», «Именно поэтому»

\*Заметь, мы **не используем** союзы «НО», «ОДНАКО» - они «вычеркивают» все то, о чем мы говорили ранее.

## АРГУМЕНТЫ

1. Действительно, важно, чтобы качество наших водителей было приемлемым!

Именно поэтому мы создали несколько контролей качества. Помимо входного и фото-контроля, мы ввели систему рейтинга. В случае, если водитель получит много плохих оценок, мы примем меры, вплоть до отключения его от сервиса.

2. Действительно, важно, чтобы наш сервис был выгодным для вас!

При этом мы, как я уже говорил, мы вывели все тарифы, которые учитывают и километраж, и время поездки. Чтобы убедиться в выгоде нашего сервиса, предлагаю вам выслать мне ваш реестр поездок, и я на его примере смогу посчитать примерную стоимость!

# Схема работы с возражениями

Не дожидайся, пока клиент скажет да!  
Прояви инициативу:

«...Михаил, лучший способ узнать, как работает сервис – это попробовать!  
Согласны?»»

«...Так что Михаил, нет причин откладывать! Когда готовы начать ездить?»»



# Завершение

На завершении нам нужно описать клиенту порядок дальнейших действий и договориться о времени и дате следующего контакта:

- Михаил, когда сможете прислать свои реквизиты?
- Смогу сегодня.
- Отлично! Тогда сегодня жду от вас реквизиты на почту ..., а завтра в 13.00 я наберу вас, чтобы обговорить дальнейшие действия!
  
- Михаил, когда сможете выслать реестр?
- Смогу завтра.
- Отлично, тогда завтра жду от вас реестр, после чего в ответном письме отправлю вам расчет. Давайте я позвоню вам послезавтра в 11, чтобы обсудить все и ответить на ваши вопросы. Договорились?
- Да, договорились!

Осталось применить полученные знания в ролевке с твоим потенциальным руководителем!

Обязательно примени все полученные знания! Успехов!



Спасибо за внимание