

## Принципы продаж

### ПРОДАВАЯ, МЫ РУКОВОДСТВУЕМСЯ СЛЕДУЮЩИМИ ПРИНЦИПАМИ

Любой товар, наряду с прямым предназначением (показывать, кипятить воду, охлаждать, стирать и пр.), должен соответствовать базовым человеческим потребностям.

*БАЗОВЫЕ ПОТРЕБНОСТИ: Безопасность, Экономия, Удобство / комфорт, Здоровье, Престиж, Любопытство, Общение, Признание.*

При принятии любого решения о покупке эмоции играют более значимую роль, чем это могут себе представить покупатель и продавец.

Для продажи своего товара продавцу необходимо овладеть **ТЕХНИКОЙ САМОПРЕЗЕНТАЦИИ**.

Определять потребности покупателя с помощью **ТЕХНИКИ ПОСТАНОВКИ ВОПРОСОВ**.

Решающим фактором для клиента при принятии решения будет не качество продаваемого товара, а соответствие Вашего аргумента Его потребностям.

Путь к заключению сделки проходит через **СИГНАЛЫ ПОКУПКИ** (вопросы, жесты, действия клиента, демонстрирующие его явный интерес к товару/готовность приобрести).

# Самопрезентация



## Правила коммуникации

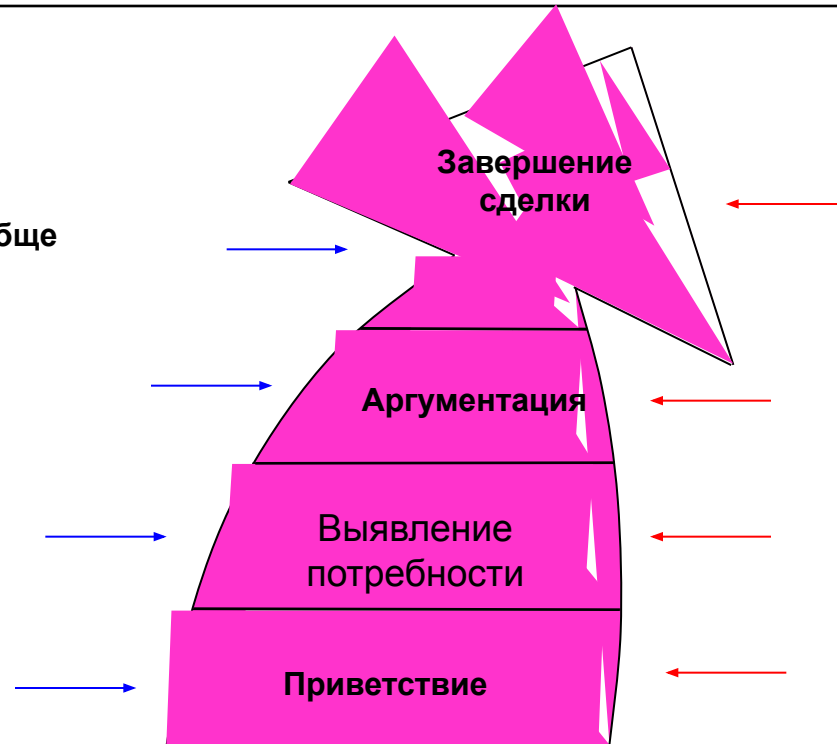
### РАЗГОВАРИВАЯ С КЛИЕНТОМ, МЫ

- Говорим естественно
- Активно слушаем и не перебиваем (внимательно, задавая уточняющие вопросы)
- Избегаем Слов - «Колючей проволоки» (например, «Я гарантирую», «Поверьте мне», «Проблем не будет», «Дешевый» и т.п.)
- Избегаем негативных высказываний (например, «не могу», «не скажу» и т.п.)
- Избегаем споров

# Этапы продаж

**!!!! СИГНАЛЫ ПОКУПКИ и ВОЗРАЖЕНИЯ**  
 могут, как присутствовать на любом из  
 этапов продаж, так и отсутствовать вообще

Они не являются отдельным этапом  
 продаж.



 Сигналы покупки (вопросы, жесты, действия клиента, демонстрирующие его явный интерес к товару)

 Возражения (сомнения, недовольство, восклицания, претензии, жалобы клиента)

## Этапы продаж

### Приветствие

Мы даем понять клиенту, что рады его видеть и готовы помочь ему в любой момент (УЛЫБКА, ЗРИТЕЛЬНЫЙ КОНТАКТ, КИВОК ГОЛОВЫ и т.д.)



### Выявление потребностей

- начинается с открытого (открытых) вопроса (-ов) (Пример: «Какой вы представляете свою новую кофеварку?»)
- клиент принимает для себя только такие аргументы, которые соответствуют его потребностям
- мы управляем разговором с помощью вопросов, а не с помощью утверждений

# Этапы продаж

## Аргументация

Аргумент состоит из трех частей:

Таковыми составными частями являются: конкретная информация о товаре, описание пользы для клиента и вопрос, направленный на подтверждение интереса у клиента.



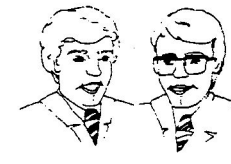
Конкретная  
информация  
о товаре

неудовлетворительно



Конкретная  
информация  
о товаре  
+  
2. Значение,  
польза,  
преимущество  
для  
покупателя

удовлетворительно



Конкретная информация о  
товаре  
+  
2. Значение, польза,  
преимущество  
для покупателя  
+  
3. Вопрос, способствующий  
продолжению беседы

хорошо и успешно

## Этапы продаж

### Завершение сделки

1. Предлагая клиенту выбор, ведущий к принятию решения о цвете, модели, размере, времени доставки, проведению инструктажа и т.п.
2. Побуждая клиента представить, предположить, что он уже обладает данным товаром

*«...предположим, Вы остановились на этой модели, как Вы думаете, она полностью вас устроит?»*

*«...в данном случае...?»*

*«...в случае, если ...?»*



3. Предлагая попробовать технику в использовании, подобрать аксессуары, позвонить кому-либо и посоветоваться, и пр.

## Этапы продаж

### Сигналы покупки

- это могут быть вопросы, жесты, действия клиента, демонстрирующие его явный интерес к товару/готовность приобрести.

Сигналы покупки должны обрабатываться СРАЗУ, иначе это может поставить под угрозу заключение сделки.

Сигналы покупки правильно обрабатываются, если мы

- Правильно и предметно отвечаем на них и после этого
- Задаем встречные вопросы, которые  
=> ведут к заключению сделки.

