

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

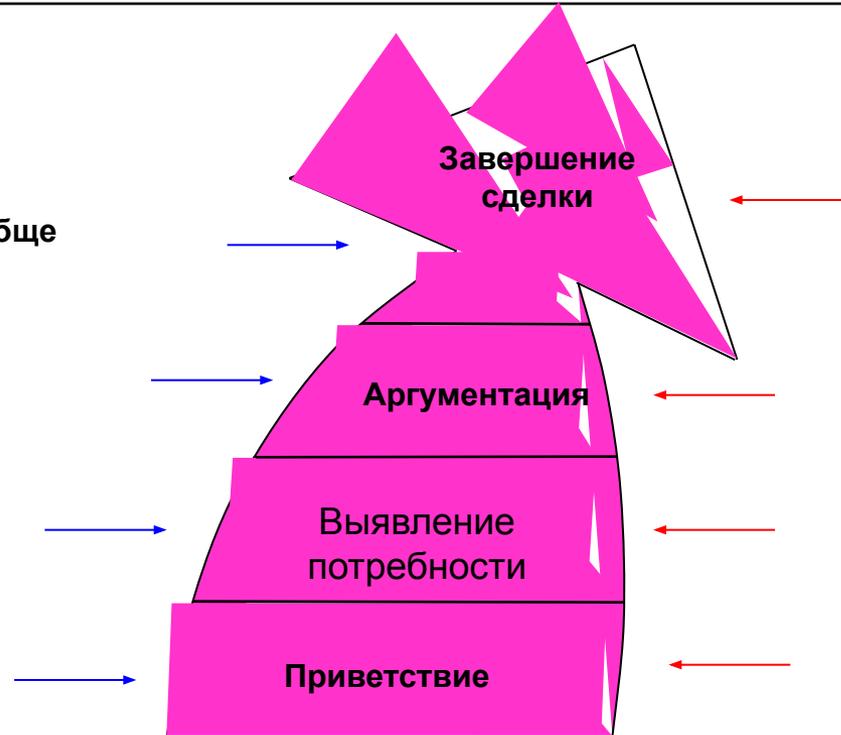
РАЗГОВАРИВАЯ С КЛИЕНТОМ, МЫ

- 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

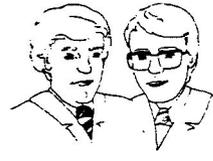
Аргумент состоит из трех частей:

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



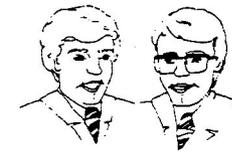
Конкретная информация о товаре

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.

