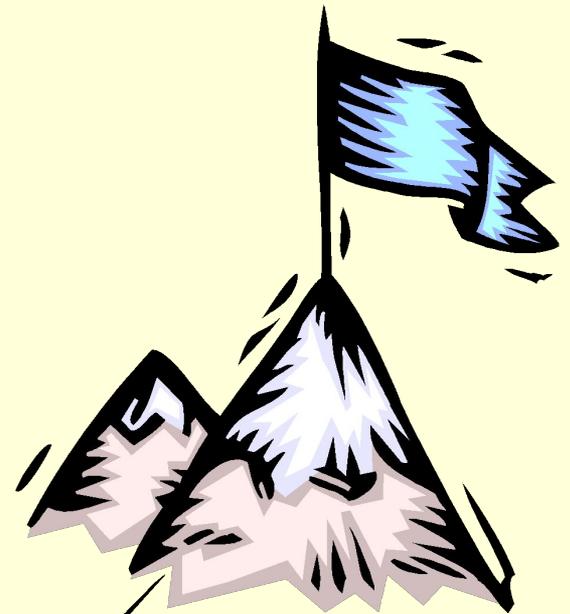




**Алгоритм  
клиентоориентированного  
обслуживания.  
Типы покупателей.  
Аргументация.**

# **Алгоритм профессиональной коммуникации с клиентом**

- 1. Подготовка и мерчендайзинг.**
- 2. Приветствие. Установление контакта с клиентом.**
- 3. Сбор информации о клиенте (выявление потребностей).**
- 4. Презентация.**
- 5. Работа с возражениями.**
- 6. Завершение коммуникации.**



# **Рекомендации для начала разговора с клиентом**

## **Как не использовать вопрос «Я могу вам помочь?»**

- **Задаем классификацию (ориентируем по отделу)**  
**+открытый вопрос – без пауз**

*«Здесь у нас представлены ... (назвать группы товара), а дальше ... (назвать другую группу товаров). Вы ищете что-то определенное ?»*

- **Презентуем группу товаров или заинтересовавший покупателя товар (важно обратить внимание на что смотрит покупатель)+открытый вопрос или уточнение**

*«....» отличает ... (называем преимущества товара, при этом информация должна быть сжатой). Что Вы думаете по поводу предложенного варианта?»*

- **Предлагаем консультацию**

*«Я могу проконсультировать по заинтересовавшему Вас ассортименту»*

# **Причины, по которым клиенты становятся «трудными»**

***"Со мною что-то происходит..."***

***"Вы мне кого-то напоминаете..."***

# Портреты «трудных» клиентов



# Особенности продажи дорогих товаров

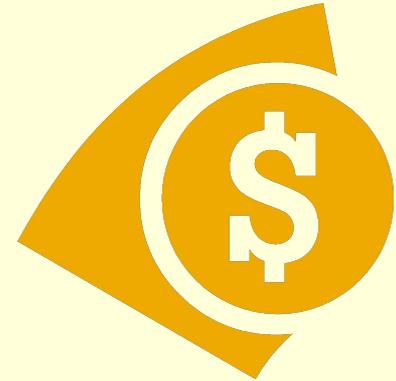
- Чем больше стоимость тем больше времени необходимо покупателю на принятие решения
- Более длительное и тщательное исследование потребностей покупателя
- Давление на клиента противопоказано – важно уметь сформировать ценность продукции

**Цена – это ценность продукта для покупателя.**

**Ценность – психологический феномен – формируется в голове покупателя**



# Процесс принятия решения



# 8 правил презентации цены

1. Правило "ярлыка".
2. Правило "дешевых цен".
3. Правило "дорогих цен".
4. Правило "ожиданий и возможностей".
5. Правило "игры с презентацией"

Игра "от середины"

Игра "на повышении".

Игра "на понижении"

В убеждении и обосновании цены наиболее популярны такие приемы, как: сравнение с аналогом, сравнение с конкурентами, цена за период, сравнение с иными важными покупками и т.д.

6. Правило "постоянного интереса".
7. Правило "своего мнения".
8. Правило "объяснения понятного и аргументации известного".