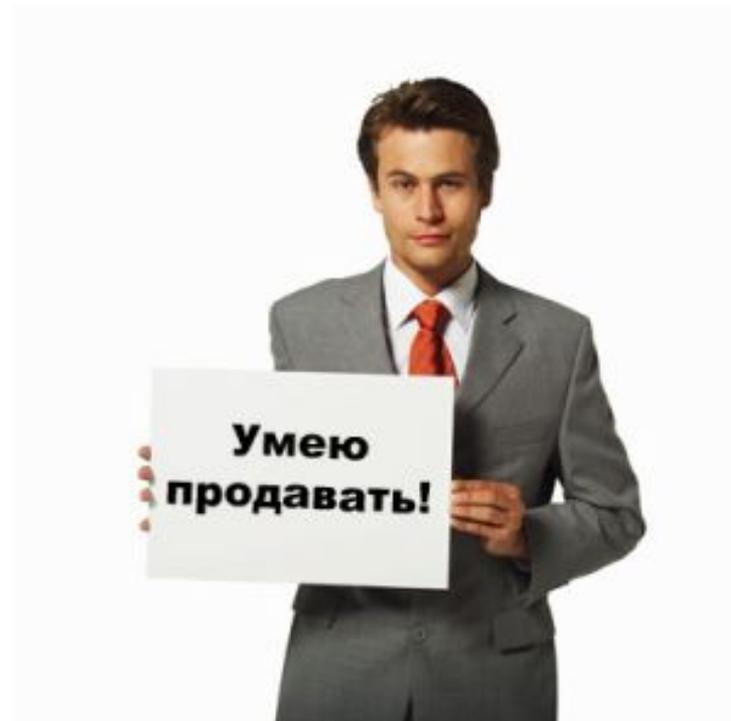


СУПЕР ПРОДАВЕЦ!



Автор: **Сергей Плумер**,
тренер Восточная Сибирь

ВМЕСТО ПРЕДИСЛОВИЯ!!!

Привет!

Если ты смотришь данную презентацию, то по всей видимости, Ты имеешь отношение к продажам. Или пока не имеешь???

Может быть, Ты начинающий Продавец , а, возможно, заслуженный Мастер продаж...

1. Из скептического любопытства : «**Ну, что еще там понаписали эти умники!?**»
2. Из праздного интереса: « **Может картинки какие прикольные есть?**»
3. Из чистого азарта, с ожиданием чуда: « **А, ну-ка! Вдруг найду что-то, что позволит мне продавать все и всем?!**»

Так вот!

Вне зависимости от того, что Ты думаешь сейчас, у Тебя три варианта того, как поступить:

1. Прочитать изложенное, и сказать самому себе: «**Я и так все это знаю**» и закрыть презентацию.
2. Прочитать все внимательно и опять сказать себе: «**Ну, и Че нового-то?!?**»
3. Прочитать, увидеть реально, ценное-полезное, начать использовать и —

ЗАРАБАТЫВАТЬ БОЛЬШЕ!!!



ЧИТАЙ И ДЕЙСТВУЙ!!!

Просто прочитав данную презентацию, Ты не заработаешь больше. А вот начав регулярно **ДЕЙСТВОВАТЬ** так, как написано в презентации, Ты действительно **начнешь зарабатывать больше**. И при этом, **легко**.

Знай одну простую вещь: **все зависит только от Тебя!**

Твои достижения, как Продавца - это Твои способности убеждать Покупателей, располагать их к себе и удовлетворять их потребности.

Продажа - это активный процесс, в котором преуспевает тот, кто проявляет максимум энергии и творчества!!!



ВСЕМ ПРАВИЛАМ ПРАВИЛО!!!

Продажа начинается дома!!!

Напомним тебе простые правила, соблюдая которые Ты будешь в форме на все 100%

1) Да будет чистым тело твое!!!

В продаже, как в сексе - ценится гигиена! Даже при том, что у всех разные вкусы, подавляющее большинство людей охотнее общаются с тем, от кого приятно пахнет, чьи волосы аккуратно уложены, чьи руки чистые, у кого нет грязи под ногтями! :-)))

2) Будь одет аккуратно!!!

Аккуратная одежда- это значит отглаженная и чистая. С трудом можно себе представить, что Ты, занимая высокий пост в компании, придёшь на встречу с инвесторами в мятой рубашке с грязными рукавами. Тренируйся выглядеть на все 100%! Пусть Твой внешний вид способствует Твоим продажам.

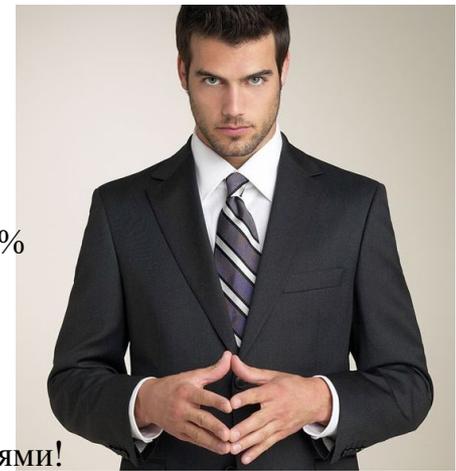
А еще - это Твой настрой на продажи. И создавать его можно с момента, когда Ты начал одеваться и обуваться. Сравни свои ощущения, когда ты надеваешь свежую(постиранную и выглаженную) рубашку, и когда эта рубашка неделю ношена. Эти, казалось бы, мелочи создают Тебе правильный настрой и привлекают к Тебе клиента.

Итак , хочешь быть более привлекательным для Покупателей - будь опрятен.

3) Будь опрятным и ухоженным!!!

Исследование FEDERAL RESERVE BANK:

Ухоженные люди зарабатывают на 18% больше своих менее ухоженных коллег.



ШАГ ПЕРВЫЙ: ПОЗДОРОВАЙСЯ ПРАВИЛЬНО!



Здороваться – это норма. Вопрос, однако, в том, **каким образом Ты здороваешься**. Когда человек с постным лицом невнятно буркнет кому-то «Здрасьте...», для этого «кого-то» это не будет означать пожелание доброго здоровья. Такое приветствие вообще ничего не будет означать! А точнее, будет означать нечто прямо противоположенное тому, ради чего стоит здороваться! Вполне возможно, Покупатель подумает, что его не очень то и рады видеть, что с ним здороваются только потому, что так «полагается». И это неприятно. Ты можешь сам это почувствовать, если представишь. От приветствия зачастую зависит, захочет ли Покупатель с Тобой говорить, захочет ли спросить, захочет ли открыть свой кошелек. Так поздоровайся по-человечески!!!

Скажи: «Здравствуйте!» так, чтобы каждую букву было слышно!

От того, как Ты поприветствуешь входящего, зависит, станешь ли Ты сегодня еще богаче.

Приветствуя Покупателя по-человечески, Ты сообщаем ему: «Я вас увидел, я Вам рад, и я открыт для общения с Вами!».

ПОЗДОРОВАЙСЯ ОТ ДУШИ, ИСКРЕННО ЖЕЛАЯ СВОЕМУ ПОКУПАТЕЛЮ ЧЕГО-ТО ХОРОШЕГО!!!

Используй приветствия: «Здравствуйте!», «Доброе утро!», «Добрый день!», «Добрый вечер!».

Американский психолог Дэниэл Голдман:

«Жизнерадостные люди более экспрессивны, чем печальные, и благодаря этому поднимают настроение у своих Клиентов, что в результате выражается в удачных сделках»

Будь радушным хозяином на своем магазине !!! И- УЛЫБАЙСЯ!!!

Вывод:

Твое приветственное слово покупателю, произнесенное четко, приветливо, с искренней улыбкой, увеличивает вероятность покупки!!!!



ШАГ ВТОРОЙ: СОЗДАНИЕ ОТНОШЕНИЙ

Есть версия. Что **80% мужчин** предпочтут уйти из магазина, нежели попросят Продавца о консультации по какому-либо вопросу. А это **80% кошельков** мужского пола, зашедших в Твой магазин.

Можешь представить сам, сколько там денег? И они уходят!!!

Подойди к вошедшему в салон человеку!

Поздоровайся с ним индивидуально, приветливо и негромко, но так чтобы он Тебя услышал. Улыбнись, не жди, когда он подойдет сам. Возможно, он просто очень застенчивый, но он не просто так пришел. Ему нужен Продавец. Для чего то нужен. Так позаботься о нем! Стань тем самым, лучшим Продавцом для него!

Подойди к своему Покупателю! И начни получать удовольствие!!! Есть штуки, которые работают, где бы Ты ни продавал и что бы Ты ни продавал! Это проверено временем и подтверждено результатами. Так делай изо дня в день правильные вещи , соблюдай логику и будет Тебе счастье!!!



Говори с покупателем искренне и индивидуально!

Заходя в разные магазины, ты можешь испытывать разные чувства - от удовольствия и наслаждения до дискомфорта и отторжения.

И дело бывает совсем не в ассортименте, а в том, **как к Тебе обращаются работники салонов**. Неважно, речь идет о магазине цифровой техники или магазинах одежды.

Есть конкретные шаблоны фраз, которые вызывают у Покупателя негативные чувства и эмоции, независимо от того, куда и зачем он пришел. **Знаешь, о чем речь?**

Это **шаблонные фразы**, которые Покупатель уже слышал сотни раз в магазинах, в которых работают незаинтересованные в искреннем общении люди.

А искренность в общении с покупателем очень важна! И индивидуальный подход – тоже важен! Иначе посетитель так и останется только лишь посетителем, а на шаблонные фразы у него готов отрицательный ответ: **«Нет, спасибо, я посмотрю!»**

Неудачные шаблоны фраз – это штампы.

Вот небольшой пример формулировок фраз, которые вызывают у Покупателя недоверие, и даже сомнение в искренней заинтересованности продавца:

«Что Вас интересует?»
«Вам помочь чем-нибудь?»
«Вам что-то подсказать?»
«Какая моделька заинтересовала?»
«Может, вас проконсультировать?»
«На какую сумму рассчитываете?»



На эти и подобные шаблонные фразы практически каждый вошедший ответит:

- ▣ Нет, спасибо, ничего не нужно.
- ▣ Я просто смотрю.
- ▣ Спасибо, мне и так все понятно.



В итоге, Мы наблюдаем некую пошаговую игру, где и Продавец, и Покупатель знают, что будет дальше)))

Продавец делает вид, что интересуется тем, насколько он может быть полезен Покупателю.

При этом использует такие шаблоны, которые сигнализируют: слова продавца - это банальная формальность.

Покупатель со своей стороны «вежливо» отказывается от липовой поддержки . И при этом он, также как и Продавец, использует привычные фразы. А на самом деле имеет в виду : «**Отстань от меня!**». И продавец это отлично знает!

И , самое поразительное: Ты бываешь очень доволен собой и возмущен поведением Покупателя: «**Как же так? Я же подошел! Я же все сделал правильно!**».

А какие шаблонные фразы используешь Ты?

Заметь их, и **ПЕРЕСТАНЬ** использовать!!!

А если это **ТАКИЕ ШАБЛОННЫЕ ФРАЗЫ, КОТОРЫЕ УДАЧНО И, ГЛАВНОЕ, ЭФФЕКТИВНО ОТКРЫВАЮТ ТВОЕ ОБЩЕНИЕ, И ПРЕВРАЩАЮТ ПОСЕТИТЕЛЯ В ПОКУПАТЕЛЯ** - запиши их и создай свой список удачных шаблонов.

Вот те шаблоны, которые предлагаем тебе мы - которыми можно начать разговор:

«Какой товар привлек Ваше внимание?»

«Какой товар выбираете?»

«Кому выбираете: себе или в подарок?»

«Какой вид техники Вас интересует?»

«Что привело Вас сегодня в наш магазин?»

«Что из представленного привлекло ваше внимание?»

«Вы к нам за покупкой или за хорошим настроением?»

«Сегодня прекрасный день для прекрасной покупки!»

Заметь: Каждый из этих вопросов позволяет «выйти» в другой вопрос, и таким образом **НАЧАТЬ полезное общение.**

А именно это является Твоей целью!



И – огромная просьба к Тебе: еще раз обрати внимание на то, как называется этот шаг : «**Создание отношений**».

Если Ты чувствуешь, что к данному конкретному Покупателю требуется **иной подход, и фразы, которые Ты прочел в этой презентации, не сработают – дерзай - импровизируй!** Заинтересуй покупателя нашими товарами, которые реально позволят ему сэкономить, обрати его внимание на интересные новинки в ассортименте Твоего магазина, поговори с ним о грядущих праздниках, коих огромное количество , пожелай ему прекрасного настроения, предложи провести экскурсию по витринам...Есть десятки способов завести с Покупателем разговор!

Сконцентрируй внимание на уникальности Человека , который сейчас переступил порог Твоего магазина, и который будет - обязательно будет! - Твоим Постоянным Клиентом! Соображай и действуй!

Вывод!

Создание отношений- момент, с которого начинается путь к выявлению потребностей, к презентации товара и, главное, к **продаже**. Каждый раз используй индивидуальный подход. Будь искренне заинтересован в своих покупателях!

**Добавь творчества!
Это быстро окупится!**



ШАГ ТРЕТИЙ: ВЫЯВЛЕНИЕ ПОТРЕБНОСТИ!

Фишка в том, что даже очень удачные шаблоны по-разному работают для разных типов Покупателей. То есть - использование точного вопроса к каждому типу позволит Тебе увеличить количество Твоих сделок.

Читай дальше. Читай внимательно! Твоя задача: четко уловить разницу между типами Покупателя, увидеть их прямо перед собой (если Ты сейчас на Магазине), и выбрать тот вопрос, ту реплику, которая больше подходит Твоему Покупателю.

При этом, очень важно, вот что: разные Продавцы по-разному воспримут одного и того же Покупателя. А именно: один Продавец увидит вошедшего, как Холодного покупателя, а другой - как Теплого.

А Гений Продаж увидит его как Горячего (даже если сам покупатель об этом даже не подозревает)!

Хочешь стать Гением Продаж?

Высказывание Альберта Эйнштейна:

Для начала тщательно изучи правила игры. А затем начни играть лучше всех!

Работай с любым Покупателем!

Итак, типология:

Горячий покупатель - тот, кто знает, чего он хочет (или думает, что знает);

Теплый покупатель - чего-то хочет, но толком не знает, чего конкретно;

Холодный покупатель - ведет себя так, будто он ничего не хочет.



ГОРЯЧИЙ ПОКУПАТЕЛЬ!

Это тот человек, который знает, чего он хочет.

Он быстрый, он конкретный.

Он говорит:

-Я хочу купить вот эту модель...

-А где у Вас?

-А покажи мне...

То есть, он уже знает (или думает, что знает), зачем он пришел сюда.

И чего он ждет от Тебя? Точно! Быстрого профессионального обслуживания! И ещё он будет рад, когда ты похвалишь его выбор.

Твой первый шаг- уточнение. Важно убедиться, что Ты верно понял Покупателя.

И Ты спрашиваешь: «**Верно ли я понял, что Вы хотите...?**», «**Какой цвет предпочитаете?**» или «**То есть, модель...?**»

И покупатель говорит Тебе: «**Да, именно это!**»

А Ты: «**Конечно! Одну минутку! Я сейчас принесу!**»

Радостный покупатель спокойно дожидается счастливого момента, когда Ты принесешь ему желанный ноутбук, телевизор, планшет, фотоаппарат.....

А теперь-внимание!

Покупатель пришел к Тебе за покупкой. Ты даешь ему то, зачем он пришел, и Ты доволен собой! Но неужели Ты считаешь, что на этом все?!?

Твоя работа с Горячим покупателем только начинается, и **впереди-настоящие продажи!** Ты же не отпустишь максимально заряженного на покупку Горячего Покупателя только с одним ноутбуком или, допустим принтером?

ЭТО ЛУЧШИЙ МОМЕНТ ДЛЯ ДОПОЛНИТЕЛЬНЫХ ПРОДАЖ!



ТЕПЛЫЙ ПОКУПАТЕЛЬ!



Это тот, кто чего-то хочет, но сам не знает — что конкретно.

Он что-то ищет, ничего толком не говорит... И он ждет, что Ты его о чем-то спросишь.

Вот твои вопросы:

- **Какой товар привлек Ваше внимание?**
- **Кому выбираете: себе или в подарок?**
- **Что самое важное для Вас при выборе....**

Задавая эти вопросы, Ты выяснишь, чего же хочет Покупатель, что для него самое важное при выборе товара. И если Покупатель до конца не определился, задай дополнительные вопросы:

- **Какие у Вас предпочтения по фирмам?**
- **Какие функции Вам необходимы?**
- **Какая форма(цвет, размер и) Вам нравится?**

Таким образом, Ты поможешь Покупателю уточнить его потребности. Задавай вопросы, **а там глядишь- Твой «теплый покупатель» уже «горячий»!**

Еще нет? Тогда продолжай! Уточняй!!!

Запомни правило:

**ТОТ, КТО ЗАДАЕТ ВОПРОСЫ, ТОТ УПРАВЛЯЕТ ПРОЦЕССОМ.
ХОЧЕШЬ УПРАВЛЯТЬ ПРОДАЖЕЙ-СПРАШИВАЙ. ВСЕ ПРОСТО!**



ХОЛОДНЫЙ ПОКУПАТЕЛЬ!

Этот ведет себя так, как будто ему ничего не нужно. Он молча стоит у витрины не отвечает на Твои вопросы, лениво рассматривает товар и вообще, похоже, это как раз, тот, который зашел «дождь переждать».

Или Покупатель Тебе не доверяет, считая Тебя очередным «необразованным втюхивальщиком».

Или он опасается за свои деньги. Или он думает, что зря потратит на Тебя свое время.

Работать с ним не хочется, и внутренний голос шепчет тебе: «Не подходи к нему, потратишь силы напрасно, он все равно ничего не купит!».

Тем не менее - Подойди к нему!

Только не с вопросом из серии «Что Вас интересует?». Очевидно, что его на данный момент НИЧЕГО не интересует. Или - он делает вид, что это так. И с таким вопросом ты рискуешь быть посланным в мягкой или не очень мягкой форме.

Сразу предлагать купить что-то Холодному покупателю не стоит. Не стоит задавать вопросы конкретного товара. Зачастую это раздражает его, он воспринимает такие вопросы как навязчивость. Есть смысл задавать вопросы, направленные на самого Покупателя. Например, аккуратно узнать о его профессии, его планах на отдых и т.д. Люди обычно охотно говорят о себе (но не все, и это надо помнить). Начни общение с ним о чем-то посторонним, чтобы завязать неформальную, теплую беседу.

А уже после обрати его внимание на товар, акции или витрину с новым товаром!

Это вполне уместно, так как это шанс «разогреть» этого Покупателя!!!!

ВЫВОД:

Горячему Покупателю - скорость и точность + доп.продажи.

Тёплому – уточняющие, «разогревающие» вопросы.

Холодному - согревающее общение и предложения «между делом».



ВОПРОСЫ – ТВОЙ ГЛАВНЫЙ ИНСТРУМЕНТ!

Вопросы, вопросы, вопросы ...

Знай: КТО ЗАДАЕТ ВОПРОСЫ, ТОТ УПРАВЛЯЕТ ОБЩЕНИЕМ.

Не веришь? Проверь! Проживи свой экспериментальный день: с утра и до вечера всем, с кем будешь общаться, задавай только вопросы (желательно открытые).

И увидишь - это фантастически эффективно работает!

ВНИМАНИЕ! Задав одновременно 2-3 вопроса, Ты расставляешь самому себе ловушку: человек обычно «слышит» или первый, или последний вопрос, а Ты думаешь, что остальные вопросы для него не актуальны, хотя он просто их не услышал.

ВАЖНО: ЗАДАВ ВОПРОС, ДАЙ ПОКУПАТЕЛЮ ВОЗМОЖНОСТЬ НА НЕГО ОТВЕТИТЬ - ДОЖДИСЬ ОТВЕТА, ВЫДЕРЖИ ПАУЗУ.

Есть несколько типов вопросов:

1. ОТКРЫТЫЕ: Что? Как? Для чего? Какие?

Задача открытого вопроса - получить развернутый ответ Покупателя. Чем больше свободы в ответе, тем лучше. А Твоя задача - внимательно слушать и услышать его ответ.

- *Какой товар привлёк Ваше внимание?*
- *Что привлекает Вас в нетбуках?*
- *Каковы Ваши критерии выбора телевизора?*
- *Что для Вас особенно важно при выборе фотоаппарата?*



2. ЗАКРЫТЫЕ ВОПРОСЫ: Предполагают однозначный ответ «ДА!» или «Нет!»

Задача такого вопроса - уточнить желание Покупателя, проверить свое понимание его потребностей.

- *Оформляем?*
- *Вам продемонстрировать возможности данного ноутбука?*
- *Я правильно Вас понял(а), Вам нужен.....?*



3. АЛЬТЕРНАТИВНЫЕ ВОПРОСЫ: Предполагают выбор из вариантов.

Удобнее всего использовать альтернативу из двух вариантов. Идеально, когда любой ответ Тебя устраивает.

- *Оплачивать будете наличными или картой?*
- *Вам белый или красный?*

ВЫВОД:

УМЕНИЕ К МЕСТУ ИСПОЛЬЗОВАТЬ РАЗНЫЕ ТИПЫ ВОПРОСОВ ДЕЛАЕТ ТЕБЯ РЕЗУЛЬТАТИВНЫМ ПРОДАВЦОМ!



ШАГ ЧЕТВЕРТЫЙ: ПРЕЗЕНТУЙ ЭФФЕКТИВНО!



Часто бывает так, что Покупатель тщательно изучает продукт, прежде чем его приобрести. Он может смотреть в Интернете отзывы, сравнивать цены в разных салонах, читать обзоры и т.д. И, тем не менее, в итоге он всё равно приходит и задаёт какие-то вопросы ...

Будь внимателен! О том, что в этом ноутбуке стоит виндоус 7 и прочие технические характеристики, покупатель скорее всего уже знает или может легко узнать об этом и без Твоего участия. И поэтому ...

Сделай презентацию максимально образной, опиши товар, используя самые яркие и запоминающиеся слова нашего языка – прилагательные.

Рисуй в воображении Покупателя яркие картины, будь художником слова, создавай отношение к товару! Формируй желание купить!

Украсть свою речь такими привлекательными словами, как *«выгодный»*, *«хороший»*, *«надежный»*, *«стоящий»* И т.д. Они помогут Тебе создать запоминающийся образ в сознании Покупателя, а это, в свою очередь, поможет ему принять решение о покупке.

Во время презентации почувствуй позитивные эмоции по отношению к тому, что Ты презентуешь. Если Ты сам не веришь в то, что продаёшь, то Покупателю передастся Твоё недоверие, и он, скорее всего, откажется от покупки. Любой товар, который есть у Тебя в продаже, достоин того, чтобы его приобрели.

Знай: Ты нужен не для трансляции характеристик товара (они вообще-то на ценниках написаны ;).

Твоя задача: убедительно рассказать Покупателю о **ЦЕННОСТИ** приобретения этого товара в **формате** «свойства выгода». Эта ценность для Покупателя не очевидна, и о ней не написано в инструкции пользователя. Твоя задача, образно говоря, «встроить товар (со всеми его характеристиками) в жизнь Покупателя».

Покупателю НЕ достаточно информации из интернета, НЕ достаточно сравнительных характеристик с другими моделями, и именно поэтому Покупатель идёт к Тебе!

- **ИМЕННО ТЫ** можешь связать желания Покупателя с конкретным товаром или услугой.
- **ИМЕННО ТЫ** способен продемонстрировать Покупателю конкретные выгоды "той покупки".
- **ИМЕННО ТЫ** знаешь, каким образом "то приобретение будет полезно Покупателю или даже незаменимо.



ТЕХНОЛОГИЯ ПРОСТА. ИСПОЛЬЗУЙ ФРАЗЫ:

- ... это даст Вам возможность ...*
- ... это позволит Вам ...*
- ... благодаря этому Вы сможете ...*



С их помощью Ты связываешь конкретную функцию покупаемого товара с той пользой, которую приобретает Покупатель. И в этом, одно из Твоих главных преимуществ, перед «говорильными машинами» других салонов.

Представь, человек проходит несколько салонов связи, определяясь с покупкой, и везде ему говорят: *«В этом ноутбуке процессор нового поколения. Ноутбук очень быстрый, а поверхность экрана не царапается.»* И как, спрашивается, Покупателю определиться с выбором, если ему везде просто повторяют свойства товара, которые ему и без того известны?

В итоге, Покупатель сделает покупку у того Продавца, который продолжит:

- В этом ноутбуке процессор нового поколения, который позволит Вам работать с более новыми и требовательными программами.*
- Этот ультрабук очень легкий, поэтому Вам будет удобно носить его с собой.*
- Поверхность экрана не царапается, поэтому Вы можете быть спокойны за внешний вид Вашего телевизора, даже если ваши детки пошалят.*
- Этот телефон стильный. Он Вам очень подходит.*



Тем самым Ты пробуждаешь ПЕРСОНАЛЬНЫЙ интерес к покупке.

Стоит говорить не просто о технических свойствах телефона, а о том, что получит Покупатель, приобретая такой товар; насколько Покупателю будет удобно пользоваться телефоном; как он будет смотреться с таким аппаратом в руках и проч.

ПОМНИ: просто так, телефон, фотоаппарат, видеокамера - они никому не нужны. Они нужны ЗАЧЕМ ТО. Они нужны для реализации каких-то устремлений.

И именно Ты можешь увязать конкретный гаджет с личными задачами человека.

А есть ещё такой смелый и эффективный аргумент:

«Я сам таким пользуюсь - очень удобно!»

ВЫВОД:

**НЕ ПОВТОРЯЙ ТО, ЧТО НАПИСАНО В ИНСТРУКЦИИ ПО ПРИМЕНЕНИЮ.
ПРЕДЛАГАЙ ПОЛЬЗУ И ВЫГОДУ ДЛЯ ПОКУПАТЕЛЯ, СВЯЗЫВАЙ !**



ШАГ ПЯТЫЙ:

РАБОТАЙ С ВОЗРАЖЕНИЯМИ ПОКУПАТЕЛЯ!

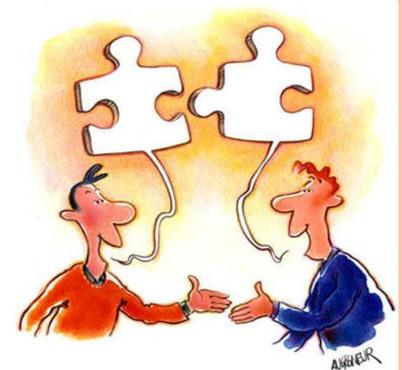
Наверняка, Ты сталкивался с расхожим мнением на тему: «Покупатель всегда прав!»

Вот, что думаем мы: «Покупатель прав!» далеко не всегда ••• **НО ОН ИМЕЕТ НА ЭТО ПОЛНОЕ ПРАВО!**

Настоящая продажа начинается с момента, когда Ты услышишь первое возражение.

Спокойствие! Для Тебя это шанс снять неопределённость, недоверие, которое, возможно, присутствует у Покупателя по отношению к товару. Не упusti свой звёздный час, будь готов к нему! Работа предстоит интересная - Твоя задача не только веско аргументировать свою позицию, но и сохранить доверие Покупателя, приобретённое Тобой на предыдущих этапах.

ДЕЙСТВУЙ ТАК:



ВЫСЛУШАЙ ВОЗРАЖЕНИЕ ПОКУПАТЕЛЯ!

Слушай внимательно и заинтересованно!

Воспользуйся одним или несколькими примерами:

▣ **Задай** уточняющий вопрос:

Например: «Скажите, пожалуйста, что именно Вас смущает?»

Или «откуда у Вас такая информация?»

▣ **Частично согласись** с мнением Покупателя. Например:

«Да, действительно есть такое мнение....»,

«Да, я тоже слышал об этом ...»

▣ **Вырази** свое понимание чувств Покупателя, эмоционально присоединись к его состоянию.

Например: «Я понимаю Ваши опасения...», «Мне понятны Ваши сомнения...»

▣ Используй фразу-связку: «... в то же самое время...» или «... при этом...»

Аргументируй свою точку зрения! Например, так: «Да, Вы, возможно, сможете найти этот телевизор несколько дешевле, но у нас он точно не окажется «серым», и гарантия от официального партнера будет. И сервисная служба у нас своя.»

Важно!!! Дослушав возражение до конца - не молчи! Как можно быстрее отреагируй на него, используя для этого различные варианты уточняющих вопросов.

Помни!!! Чем продолжительнее пауза между возражением Покупателя и Твоей реакцией на него, тем меньшую силу будет иметь Твой последующий, пусть даже самый веский аргумент.





ШАГ ШЕСТОЙ:

ПОБУДИ К ПОКУПКЕ ПОКУПАТЕЛЯ!!!

ВАЖНО! Продавец - это человек, ведущий переговоры и совершающий коммерческие сделки. Результатом его переговоров является сделка, то есть акт купли-продажи.

Ты можешь великолепно знать товар и красиво рассказывать о нем Покупателям. Но это не будет означать, что Ты - хороший Продавец. Ты - хороший Продавец, если результатом Твоего общения с Покупателем является продажа. И для того, чтобы твои усилия по выявлению потребностей и презентации товара не прошли даром, помоги Покупателю принять решение!

Используй простые вопросы: **«Оформляем?», «Берёте?», «Покупаете?»**

Их можно произносить только по отношению к конкретному товару.

РАБОТАЙ ТАК: 1. ВОПРОС + 2. ПАУЗА

Помни: задав вопрос, направленный на получение согласия Покупателя, важно молчать. Если начнёшь говорить первым - Ты проиграл. Если первым начнёт говорить Покупатель - Ты выиграл!

«Оформляем?» » И Покупатель задумался.

В такие моменты Продавцы зачастую совершают ошибку - ломают паузу и начинают ещё что-то предлагать. Покупатель тут же «цепляется» за возможность отсрочить момент покупки и говорит: «Да, Я, пожалуй, ещё Вас послушаю. Вот про эту модель теперь расскажите ... »

Понимаешь, что происходит? Нарушая паузу, Ты сам, своими собственными действиями возвращаешь Покупателя от этапа принятия решения к этапу презентации.

И теперь вновь Тебе предстоит чем-то удивить его, удержать его внимание. Цени свой труд! Ты же работал с Покупателем! Ты задавал ему вопросы, уточнял потребности, демонстрировал возможности ... А теперь помолчи! Пусть он примет решение, ТЫ всё уже сделал.

ДЕРЖИ ПАУЗУ! ДАЙ ЕМУ ВОЗМОЖНОСТЬ СКАЗАТЬ ТЕБЕ «ДА»



Вот Тебе ещё пара приёмов для эффективного завершения продажи:

ПРИЁМ «ДЕФИЦИТ»

Удивительный факт: многие люди почему-то боятся не успеть что-то купить. Всегда есть ощущение, что тот товар, который так понравился, может закончиться. И это можно использовать.

На реплику Покупателя *«Надо подумать ... »*

Ответь: *«Да, конечно. Принять решение нужно, всё взвесив. Хочу лишь обратить Ваше внимание, что эта модель очень популярна, и у нас в магазине осталось всего ... штуки.»*

Идея в том, чтобы у Покупателя возникли сомнения в том, что он сможет порадоваться своей покупке завтра, а сегодня - пожалуйста.

ПРИЁМ «ДОПУЩЕНИЕ»

Ты как бы уже допускаешь, что он купил этот ноутбук, не оставляешь никаких сомнений в том, что это действительно удачная покупка, которую он сделает сегодня:

«Допустим, Вы решили приобрести этот ноутбук. Какие функции Вы освоили бы в первую очередь?»

или

«Предположим, Вы решили купить этот фотоаппарат. Какой объем карты памяти был бы для Вас достаточным: 4 Гб или 8 Гб? Сколько фотографий Вы планируете хранить на нём?»

Какой бы вариант побуждения к покупке Ты ни выбрал

- ГЛАВНОЕ: завершить продажу!!!



Шаг седьмой: Продал, продай еще!



Ура (он сказал: *«Беру!»*).

Безусловно, есть чем гордиться - Твой Покупатель принял, наконец, решение и готов расстаться с энной суммой денег. Впору расслабиться...

КАК БЫ НЕ ТАК! Ты подумал о том, сколько открывается возможностей именно сейчас, когда на волне позитива от практически совершенной покупки Покупатель мысленно расстаётся с деньгами за выбранный товар? Сделай так, чтобы Покупатель был не просто доволен - подари ему Счастье!

«О чем это они?» - спросишь Ты? - **«Какое такое счастье?»**

Ответим. Представь: Покупатель, довольный уходит из Твоего магазина со свежескупленным сверхнавороченным ноутбуком. Счастье, да и только!

При этом:

1. Будучи активным пользователем, он очень много путешествует и передвигается по любимым местам. Итог - новая вещь уже исцарапана, а он был такой красивый! Сам виноват.
2. Купил новую плазму, поставил дома и вытирает с него пыль любимым махровым полотенцем. Итог - новая покупка претерпела изменения. Или скачек напряжения, и она сгорела, сам виноват.

Ты знаешь много нужных вещей, которые помогут защитить его драгоценное, или облегчить эксплуатацию - установить на нужное место и обезопасить в процессе эксплуатации.

Их цена является не существенной, по сравнению с основным приобретением, а тебе позволит увеличить сумму своего чека, и количество строк в твоём супермегадлинном чеке=))))))

А когда Ты предложишь, расскажешь, в чём суть, то Покупатель сможет всё это с радостью купить, и вы оба получите больше удовольствия от сделки. И пусть Покупатель пока не видит потребности в дополнительном товаре - **НЕ БЕДА!** Для этого Ты и работаешь. Будь благодарен за это. Тебе не обязательно осознавать эту потребность, и удовлетворить её, как говорится, не отходя от кассы! И кому он знает: Именно Ты продаешь то, что в итоге добавит радости Покупателю, потому что продлит жизнь его ноутбуку или переконмендует твой филиал своим друзьям. И именно поэтому Покупатель придёт к тебе снова или

Потому что Ты - лучший Продавец!!!



ШАГ ВОСЬМОЙ:

ПОПРОЩАЙСЯ ПРАВИЛЬНО И СОЗДАЙ НАСТРОЕНИЕ!



Отдавайся каждой продаже без остатка и не думай, что продажа закончена, даже если деньги уже лежат в кассе!

Сейчас Твоя основная задача - создать у Покупателя особое настроение и желание вновь вернуться в «ДНС». Обычно в памяти человека о каком-либо событии сохраняются только начальные и конечные впечатления о нём, а то, что было в середине постепенно забывается. Так пусть этот финальный аккорд Твоей работы с Покупателем будет максимально ярким, запоминающимся и позитивным!

Поэтому действуй так:

ВЫРАЗИ ВОСХИЩЕНИЕ выбором Покупателя. Тем самым Ты ещё раз убеждаешь Покупателя в том, что он сделал великолепный выбор, и его деньги не были выброшены на ветер.

Вот Покупатель уже расстался со своими, кровно заработанными ... И вот он, нагруженный покупками, направляется к выходу ... и тут у него в голове начинают рождаться нешуточные сомнения, типа «А то ли я купил?» или «НУЖНО ли мне ЭТО?»

В голове у него включается калькулятор, на котором Покупатель начинает подсчитывать, сколько всего он потратил, и, самое главное, сколько других замечательных вещей он мог бы приобрести за эти деньги. Естественно, возникают сомнения по поводу целесообразности только что потраченных денег.

Поэтому поддержка в виде комплимента очень уместна! **Похвали выбор Покупателя - он этого достоин!**

ПОЖЕЛАЙ ему от души, искренне и с улыбкой:

Пользуйтесь на здоровье!

Приятных Вам звонков!

Хорошего Вам настроения!

Пригласи Покупателя зайти снова в Твой филиал «ДНС».

Ведь «ДНС» - огромная Корпорация с высокими стандартами качества работы, отличающимися от других магазинов. И Мы с тобой подтверждение этого!!! Ты же хочешь, чтобы Покупатель вернулся именно в «ДНС»? Тогда искренне и с улыбкой пригласи его: «Всего доброго Вам! Ждем Вас снова в «ДНС»»



Иногда они возвращаются!!!



Случается и такое, когда наш, довольный Покупатель, ушел довольный с покупкой.

Правда, вернуться он может не только за новым товаром, но и по другому поводу:

- товар перестал ему нравится или работает не так, как он ожидал;
- Товар сломался (или он думает, что сломался);

И уже разгоряченный покупатель приходит к тебе, для душевного разговора в стиле ЭКШН!

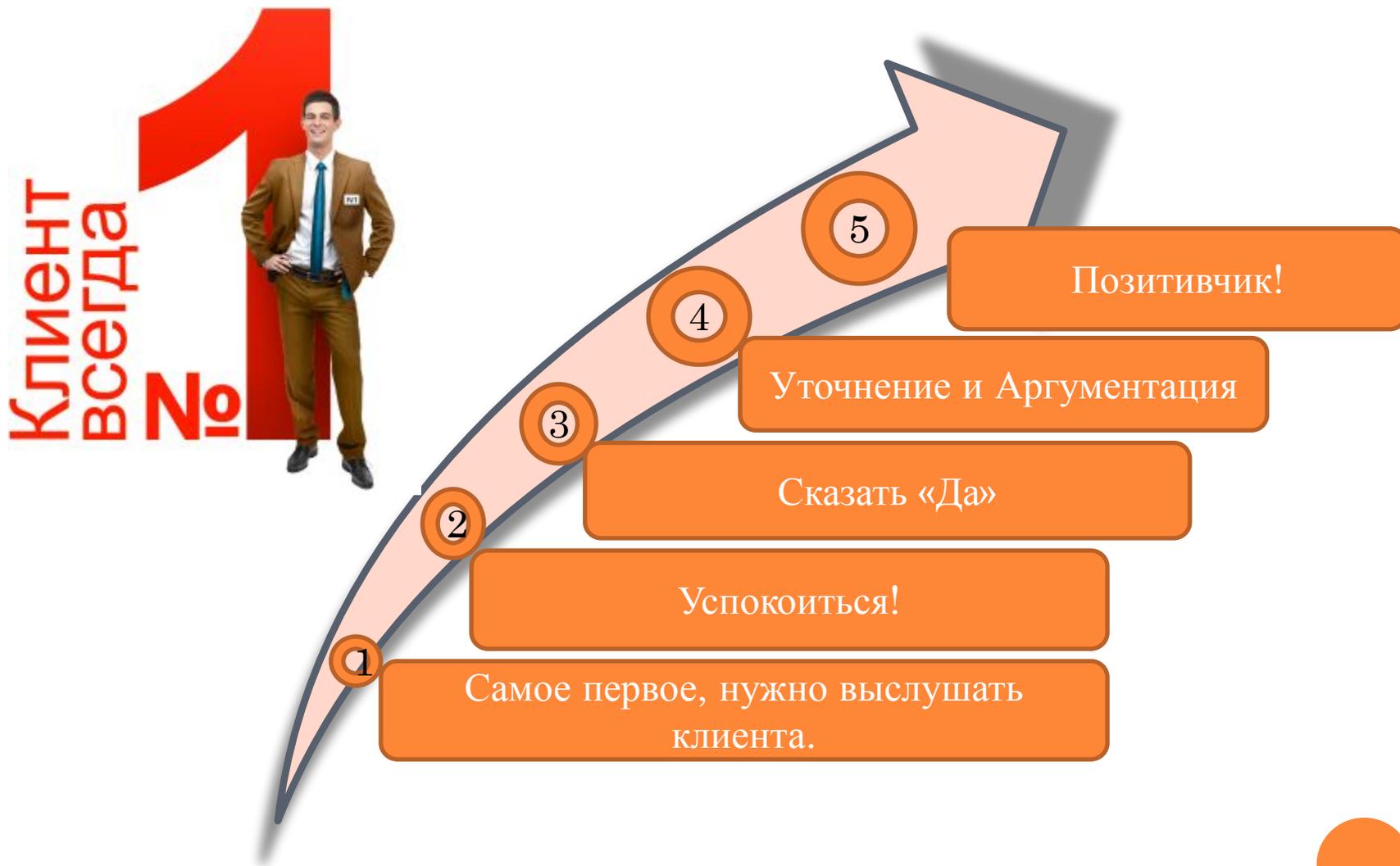
Ты - лицо нашей Компании, и именно через Тебя огорчённый Покупатель высказывает свой негатив по отношению к «ДНС». И именно Тебе предстоит конструктивно разрулить эту ситуацию.

Выдохни. Представь себя на месте этого Покупателя, подели с ним его чувства.

И самое главное - **помоги ему** решить возникшую проблему, ведь именно Ты - его единственная надежда в эту минуту.



Алгоритм работы с проблемными клиентами!



РАЗБЕРЕМ КАЖДЫЙ ЭТАП ПО ПОРЯДКУ.



1. Выслушать.

Именно выслушать. Пока клиент не выскажется полностью, вы не сможете дальше с ним взаимодействовать. Слушать нужно для того, чтобы вникнуть в суть его негодования. Может и нет самой проблемы, а есть небольшое недопонимание. Слушать не отвлекаясь, и не брать все, что он говорит, на себя. Лично к вам у него претензий нет, хотя он и обращается именно к тебе.

2. Успокоиться.

Это нужно для того, чтобы твой внутренний огонь, который вспыхнул при нелестных высказываниях Твоего Покупателя, поух. Это поможет тебе собраться с мыслями и действовать быстро, вникнув в самую суть проблемы!

3. Сказать: «Да»

Это полное согласие с клиентом, понимание его чувств и переживаний. Ты тоже бывал в таких ситуациях. И плюс, есть маленькая хитрость- когда Ты соглашаемся с Покупателем, то автоматически переходишь на его сторону. Соответственно он не будет видеть в тебе врага, а Ты уже будешь его соратником. И уже бороться будет не с кем!!!

4. Уточнения и Аргументация.

Этот этап позволит еще более глубоко вникнуть в суть проблему или не проблемы, и предложить пути ее решения. Порядок действий, которые Твой Покупатель должен совершить, для решения той или иной ситуации. Уточняя и аргументируя, Ты даешь понять, что тебе не все равно и ты готов помочь!

5. Позитивчик =)

Не важно, как закончился ваш разговор, и в чью пользу повернулась фортуна. Нужно сохранять доброжелательные отношения. Ибо он придет к тебе еще раз. И Всем расскажет, что в ДНС работают СУПЕР - ПРОФЕССИОНАЛЫ! Добавь позитива в конце, поддержи своего Покупателя, пусть он помнит, что здесь ему ВСЕГДА рады!!!!

ДА ПРЕБУДЕТ С ТОБОЙ СИЛА!

**ТВОЙ САМЫЙ ЛОЯЛЬНЫЙ И ПОСТОЯННЫЙ ПОКУПАТЕЛЬ - ЭТО ТОТ,
ЧЬЮ ПРОБЛЕМУ ТЕБЕ УДАЛОСЬ РЕШИТЬ**



И НАПОСЛЕДОК!!!

ДУМАЙ! БУДЬ ВНИМАТЕЛЕН! АНАЛИЗИРУЙ!



Знаешь, чем настоящий Профи отличается от подмастерья?

Профи думает!

Он замечает, что он делает и к каким результатам это его приводит.

Он думает о том, как повысить своё мастерство.

Он не останавливается на достигнутом, и для этого он задаёт себе вопросы:

- Действительно ли Я сегодня сделал всё, что было в моих силах?
- Так ли Я поговорил с тем или иным человеком по поводу продажи/покупки телефона, ноутбука, магазина, компании, холдинга?
- Как Я достиг успеха в сегодняшних переговорах? Какой вопрос был самым удачным?
- Что такого делает мой коллега, который продаёт больше, чем Я?

ВАЖНО! Профи может конкретно описать, каким именно способом он достигает тех успехов, которыми восхищаются другие.

ЗНАЙ: врожденного профессионализма не бывает!!!

Профессионализм - это результат работы над ошибками, поиска эффективных решений. И ни на кого не рассчитывай в этом! Никто кроме Тебя самого не сделает Тебя лучше, чем Ты есть.

ВЫВОД:

ЛУЧШИЙ ПРОДАВЕЦ - ЭТО ТОТ , КТО СОЗНАТЕЛЬНО И СИСТЕМАТИЧНО ПРОИЗВОДИТ ИМЕННО ТЕ ДЕЙСТВИЯ, КОТОРЫЕ ПРИВОДЯТ К ПРОДАЖЕ.

ОН ДУМАЕТ О ТОМ, КАК ОН ПРОДАЁТ И ЧТО ОН МОЖЕТ ДЕЛАТЬ ЛУЧШЕ.



**ТЫ КЛАССНЫЙ? - СТАНЬ ЕЩЁ ЛУЧШЕ!
СДЕЛАЙ ЭТО ДЛЯ СЕБЯ! И - УДАЧИ ТЕБЕ!**

