

A hand holding a white Sony mobile phone against a bokeh background of colorful lights. The phone is held vertically, and the Sony logo is visible on its back. The background consists of out-of-focus lights in shades of blue, yellow, and green, creating a soft, artistic effect. The entire image is framed by a white border.

Sales Experts INDUCTION

В этом уроке:

- Philip Morris International
- Модельный ряд устройств
- Конкурентные преимущества IQOS
- GSR/ принципы переключения
- Вкусовая карта табачных стиков/ строение табачных стиков
- Программа лояльности/ ценовая политика

The background of the slide features a photograph of a modern glass skyscraper. In the foreground, a dark, angled sign is visible, bearing the Philip Morris International logo and the company name. The logo includes a crest with a crown and the letters 'PM'. The text on the sign reads 'PHILIP MORRIS INTERNATIONAL'.

**Philip Morris International.
Предпосылки появления
бездымных продуктов**

Компания РМІ – международный табачный гигант с более чем столетней историей. Главный офис находится в городе Лозанна (Швейцария).

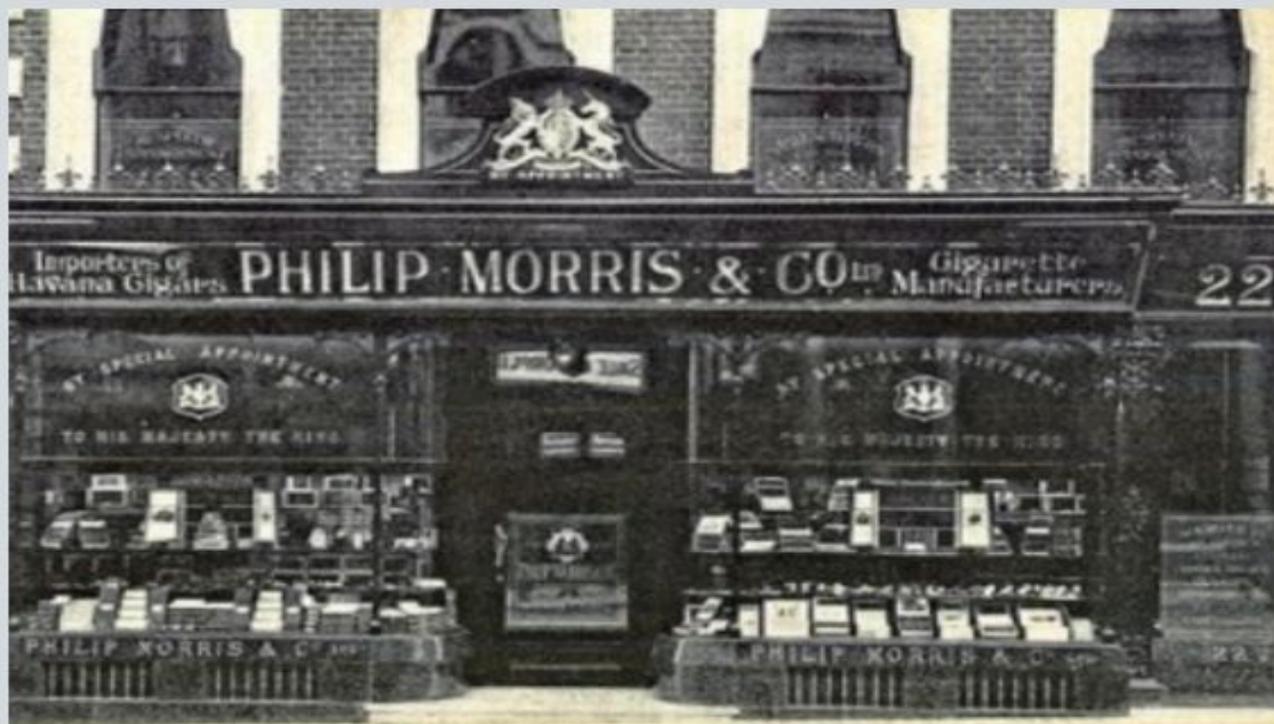
РМІ – лидер на рынке табачной продукции.



С чего всё началось?

С открытия обыкновенной табачной лавки в 1847 году мистером Филипом Моррисом. Лавка располагалась на улице Bond Street (знакомое название?)

Саму компанию основали его потомки и зарегистрировали ее в Нью-Йорке.



Что позволило РМІ добиться таких успехов?

В первую очередь - экспертиза в табаке и качество производимой продукции.

Именно поэтому 6 из 15 самых популярных табачных брендов принадлежат РМІ:



Chesterfield

STREET
BOND

**PHILIP
MORRIS**

PARLIAMENT

Революционное заявление

PMI продолжала думать о своем потребителе, и, как результат, в 2015 году произошло событие, которое шокировало многих.

**Я надеюсь, что однажды мы перестанем
продавать сигареты**



Андре Каланцопулос
PMI CEO

Это не означало, что PMI прекратит свою деятельность. Компания PMI сделала приоритетом запуск и развитие так называемых «бездымных продуктов», таких как IQOS.



IQOS -
электрическая
система нагревания
табака

**С того момента у РМІ появилась
новая миссия:**

**ПОСТРОЕНИЕ
БУДУЩЕГО БЕЗ
СИГАРЕТНОГО
ДЫМА**

Подведем итоги

1

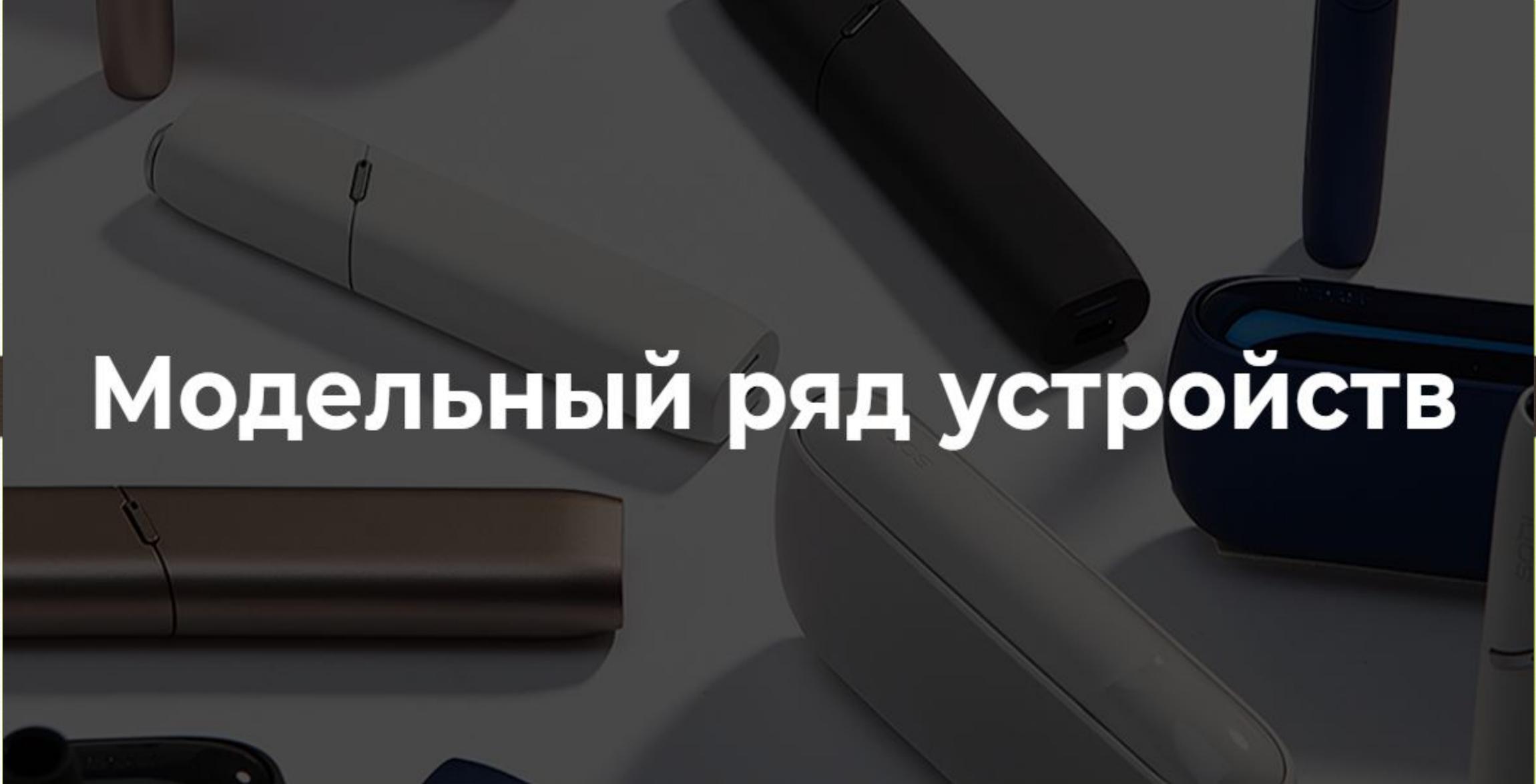
IQOS создан компанией PMI, обладающей **долгой историей** успехов и инноваций, огромной **экспертизой в табаке**, и которой **доверяют миллионы людей** по всему миру.

2

В своей деятельности **PMI всегда ориентируется на потребителя.**

3

Миссия компании – **«Построение будущего без сигаретного дыма».**



Модельный ряд устройств

Целых 20 лет мы разрабатывали наше первое устройство IQOS...
И теперь мы выпускаем по устройству в год и, на данный момент, продаем **Две версии** одновременно. Тебе необходимо быть в курсе событий, ведь клиент не всегда понимает, какое именно устройство ему приобрести.

В данный момент в нашем арсенале две версии устройств:

- IQOS 3 DUOS
- lil SOLID 2.0

IQOS 3 DUOS

IQOS 3 DUOS - **это наша передовая модель.** Это воплощение элегантности и технологий. Устройство позволяет использовать два сеанса подряд. **Дверца с магнитным механизмом** легко открывается и закрывается, такой механизм открывания добавляет прочности. **Магнитные контакты** позволяют помещать держатель в зарядное устройство интуитивно просто. У клиента есть **более 500 способов изменить внешний облик устройства** с помощью цветных колпачков и боковых панелей



DUOS является абсолютным приоритетом в наших продажах. Любого клиента мы в первую очередь знакомим именно с этой моделью. Даже если потребитель пришел за другой версией, очень важно постараться провести презентацию на IQOS 3 DUOS.

ТЕХНИЧЕСКИЕ
ХАРАКТЕРИСТИКИ
IQOS 3 DUOS





6 минут или 14 затяжек длится один сеанс использования. Можно использовать **2 сеанса подряд**



1 мин. 50 сек. время зарядки держателя до одного использования и еще **3 мин. 25 сек.** до второго



120 минут заряжается от сети зарядное устройство



20 сеансов при полностью заряженном устройстве



0-50°C температурный диапазон использования



Система вибросигналов оповестит о начале нагревания, готовности к использованию и о завершении сеанса



Встроенный **Bluetooth** и NFC метка



Зарядный кабель Micro **USB Type C**

lil SOLID 2.0 — простое и понятное устройство, разработанное корейской компанией **KT&G (Korea Tomorrow & Global)**. На российском рынке оно представлено IQOS. Наша компания выступает эксклюзивным дистрибьютором и будет осуществлять информационную (рекламную) поддержку этого бренда в России.

lil SOLID 2.0



ТЕХНИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ Iii SOLID 2.0



14 затяжек или 5 минут длится один сеанс использования. Устройство можно использовать **3 сеанса подряд**.



3 мин. 30 сек. до следующего использования (это время, необходимое **для охлаждения** устройства после 3 сеансов).



120 минут заряжается от сети зарядное устройство.



25 сеансов при полностью заряженном устройстве.



Система вибросигналов оповестит о начале нагревания, готовности к использованию, скором окончании сеанса и завершении сеанса.



Зарядный кабель **Type-C**.



-20°C до 58°C — температурный диапазон использования.

LIL SOLID 2.0



Комплект lil SOLID 2.0

Скорректировано

СТРАНА ПРОИЗВОДСТВА:

Устройство - Малайзия

Комплектующие – Вьетнам или Малайзия

ГАБАРИТЫ УСТРОЙСТВА:

21.4 X 30.8 X 106 MM; вес 98.8 грамма

ТИП АККУМУЛЯТОРА:

Литий-ионный перезаряжаемый

Блок
питания

USB Кабель оснащен
разъемом типа C

Упаковка без обложки

Обложка

Руководство
пользователя

Устройство
lil SOLID 2.0

Устройство
для чистки 2.0


SOLID
INTRODUCED BY
IQOS



- РЕГУЛЯРНЫЙ
АССОРТИМЕНТ
- Аксессуаров




IQOS
SMOKE FREELY



РЕГУЛЯРНЫЙ АССОРТИМЕНТ



Колпачок



Панель на LIL
SOLID 2.0



Панель



Силиконовый чехол



Автомобильная стичница



Стичница пластиковая



Палочки 30 шт



Палочки 10шт

Так же: есть два вида честящих палочек глицериновые и спиртовые

Подведем итоги

1

IQOS 3 DUOS – наша передовая модель и абсолютный приоритет в продажах

2

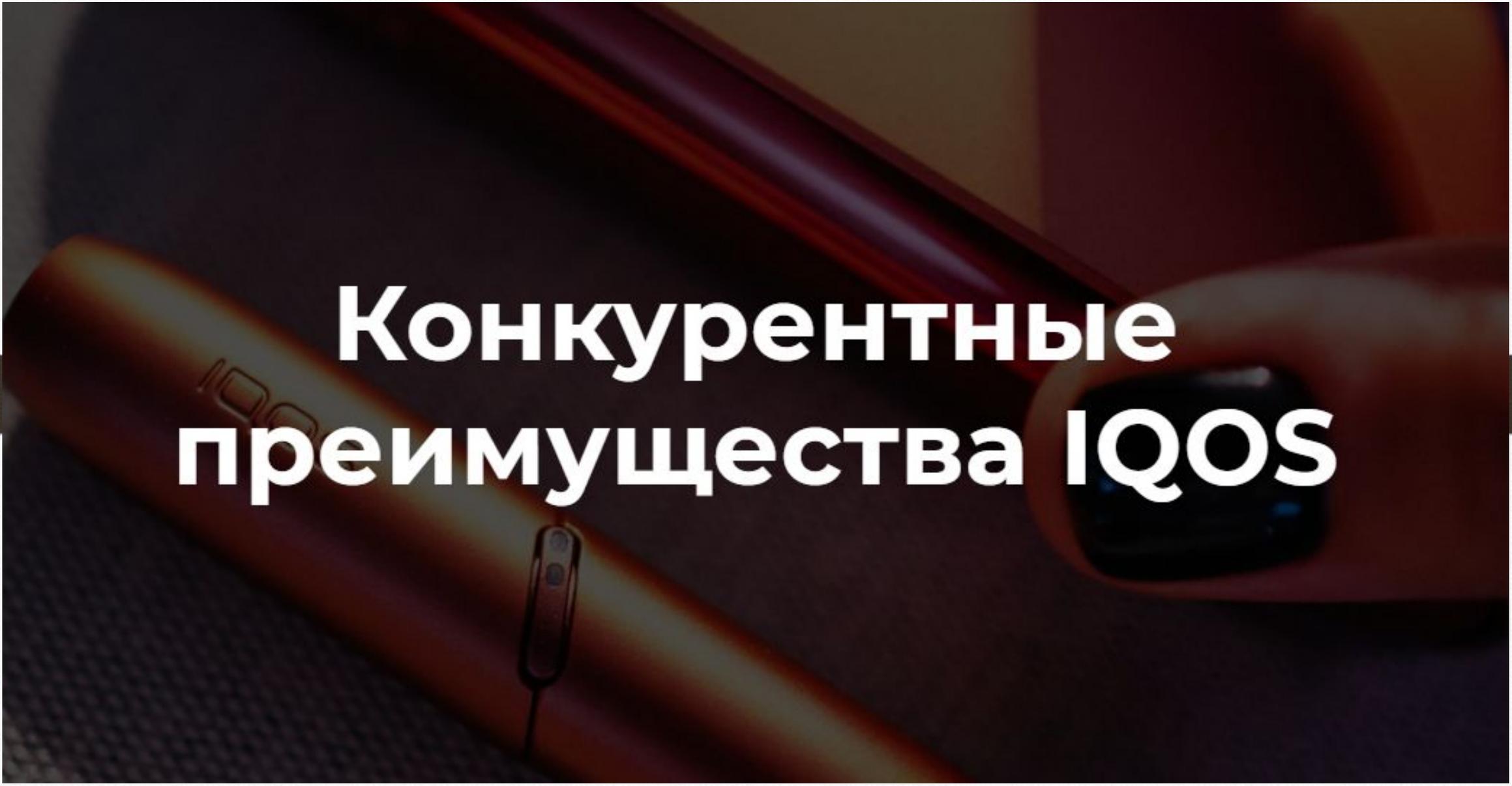
LIL SOLID 2.0 – является нашим вторым предложением, при отказе клиента от покупки IQOS 3 DUOS

3

Аксессуары – так же мы с вами узнали какие есть аксы.

4

Теперь мы знаем какие у нас есть устройства и аксессуары ну что теперь идем дальше).



**Конкурентные
преимущества IQOS**

Жизнь курильщика претерпела множество изменений. Раньше у тебя было только два варианта: кури или бросай. Сейчас же появилось множество альтернатив для совершеннолетних курильщиков, которые мы называем **бездымными продуктами**. IQOS, GLO, JUUL, вейпы, электронки - в общем, выбирай не хочу!
Почему же курильщику стоит обратить внимание именно на IQOS? Об этом и поговорим.

В этом разделе мы изучим конкурентные преимущества IQOS, а именно:

- Технология HeatControl и HolisticHeatingPin
- Научные исследования
- Натуральный табак

У IQOS есть три конкурентных преимущества:



Технология HeatControl



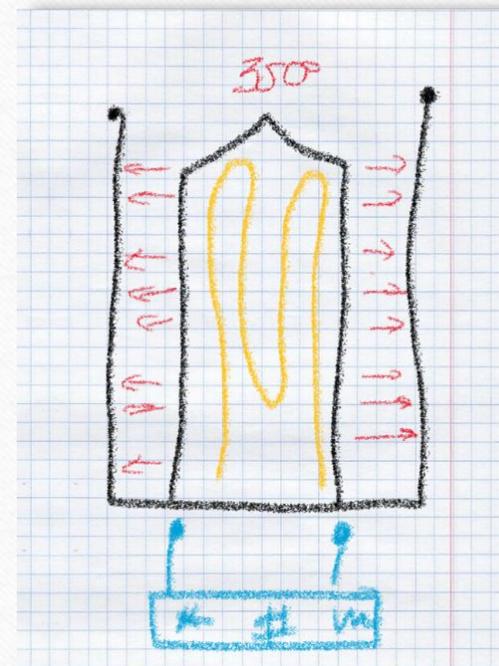
Научные исследования



Натуральный табак

Технология HeatControl

Умная электроника питает нагревательные элемент, изготовленный **из керамики с нанесением золота и платины**. Он равномерно нагревает табак **изнутри** до температуры **не более 350 °С**. При такой температуре табак нагревается, а **не горит**, и при использовании IQOS выделяется **на 95% меньше вредных веществ** по сравнению с сигаретами.



Но это не единственное, что может получить совершеннолетний курильщик при переходе на IQOS

- **Меньше запаха**

При использовании IQOS табачный пар рассеивается быстрее, чем сигаретный дым, и остаётся меньше неприятного запаха по сравнению с курением.

- **Чистота**

При использовании IQOS табак нагревается, но не горит, а значит и не образуется пепел.

- **Больше комфорта**

Табачный пар, образующийся при использовании IQOS, не оказывает негативного влияния на качество воздуха в помещении и рассеивается быстрее, чем сигаретный дым.

- **Удобство при использовании**

В IQOS нет горения, а значит при его использовании отсутствует риск прожечь обивку мебели, сидений автомобиля, предметов интерьера и одежду.

- **Белоснежная улыбка**

Табачный пар, образующийся при использовании IQOS, существенно меньше окрашивает зубы, чем дым сигарет.

Научные исследования



При выборе Совершеннолетним курильщиком альтернативы, **возможно самым весомым аргументом могут стать подтвержденные научные исследования**, доказывающие, что переход на эту альтернативу лучше, чем продолжение курения.

Мы тщательно тестируем наши продукты, прежде чем они попадут в руки совершеннолетним потребителям. В своих лабораториях мы проводим те же исследования, что применяются для потребительских и фармацевтических продуктов. Эти испытания мы проводим прежде, чем переходить к клиническим исследованиям, в рамках которых мы предлагаем IQOS группам совершеннолетних курильщиков-добровольцев.



Более 400 ученых и инженеров



Свыше 20 лет работы



Более 3 млрд долларов инвестировано в разработку

IQOS прошел все стадии тщательной научной оценки, включая **18 доклинических и 10 клинических исследований**.

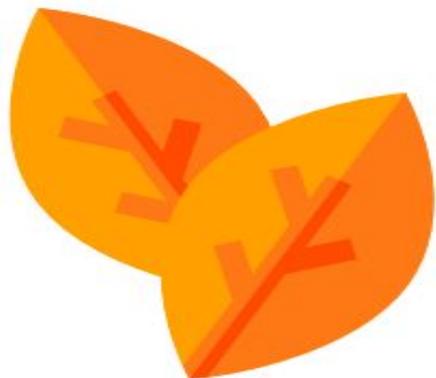
Исследования показали: использование IQOS не сводит риски к нулю. Однако, полный **переход на IQOS – это меньший риск для Вашего здоровья**, чем продолжение курения сигарет.

Научным исследованиям посвящен сайт pmiscience.com

7 июля 2020 года Управление по санитарному надзору за качеством пищевых продуктов и медикаментов США опубликовало решение, которое позволяет производителю продавать IQOS в США с указанием следующей информации:

- при использовании системы IQOS табак **нагревается, а не горит;**
- в результате образование вредных и потенциально вредных веществ **существенно снижено;**
- научные исследования показали, что полный переход от курения сигарет к использованию системы IQOS **значительно снижает воздействие вредных и потенциально вредных веществ на организм человека.**

Натуральный табак



Ты уже знаешь, что PMI больше 100 лет занималась табаком.

Именно PMI смогла создать такой продукт, который избавит потребителя от негативных сторон курения и при этом позволит и дальше наслаждаться вкусом натурального табака.

К тому же, для стиков HEETS подбирается только отборный табак наилучшего качества.

При производстве стиков HEETS используется три сорта табака:

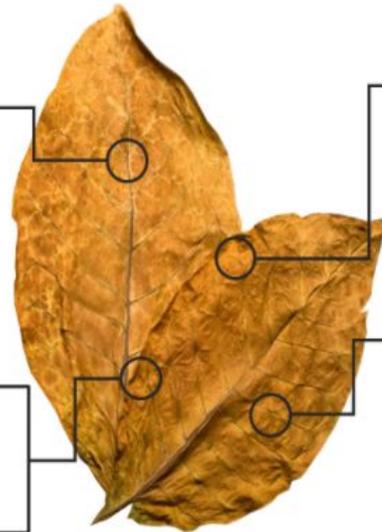
- **Вирджиния**
- **Берлей**
- **Ориентал** (восточный)

Смесь этих трех сортов называют «**американской мешкой**». Каждый из этих сортов имеет свои характерные особенности, и вместе они дополняют друг друга.

ВИРДЖИНИЯ

листья:
желто-
оранжевый

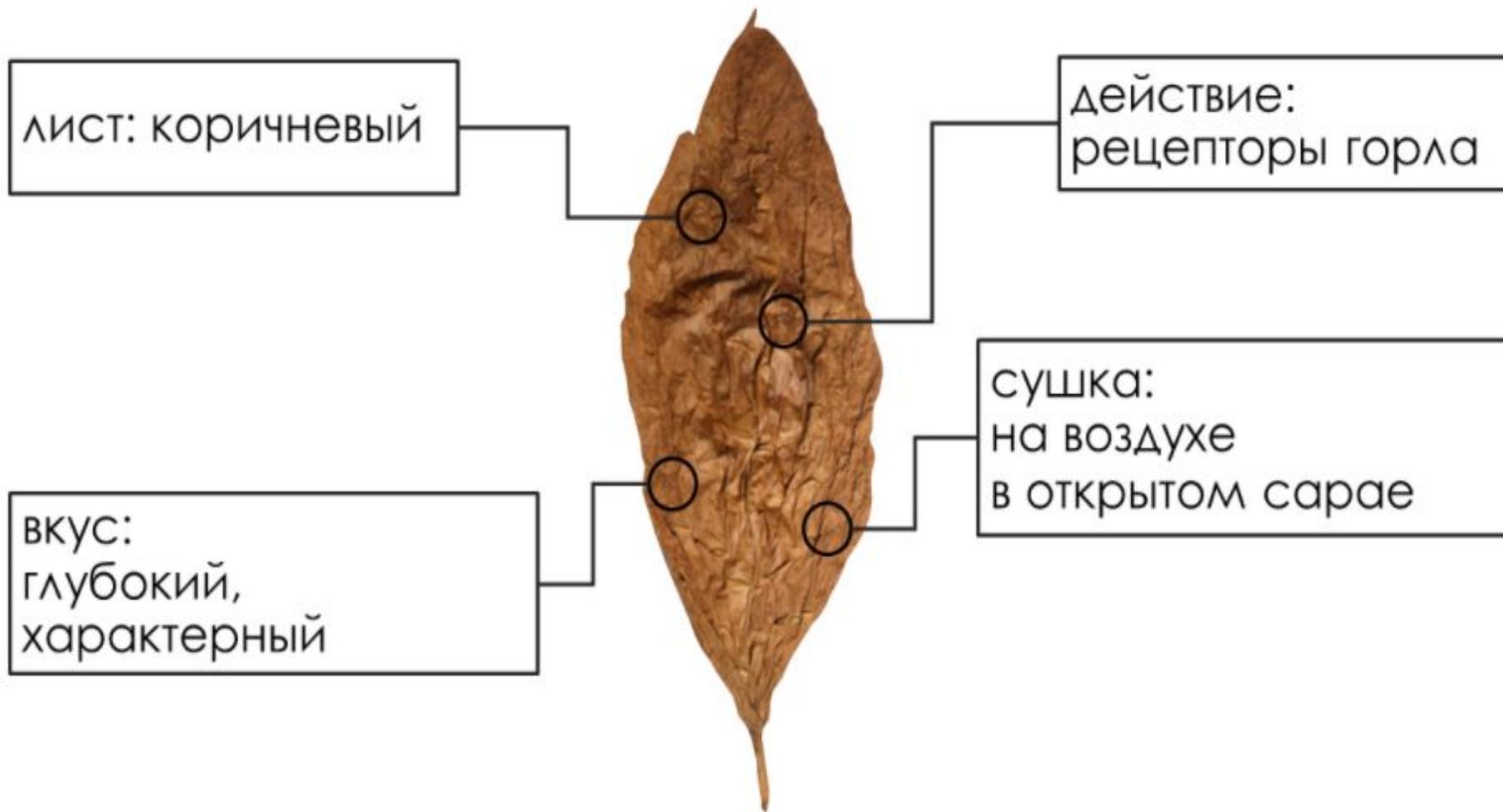
вкус:
сладкий, пряный,
живой



действие:
рецепторы рта

сушка:
турбоогневая

БЕРЛЕЙ



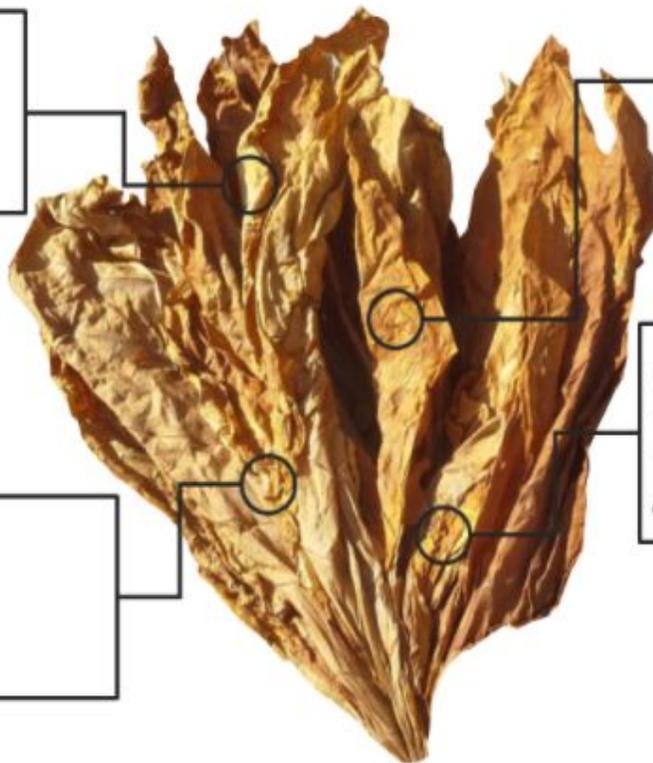
ОРИЕНТАЛ (ВОСТОЧНЫЙ)

ЛИСТ:
маленький
ЗОЛОТИСТЫЙ

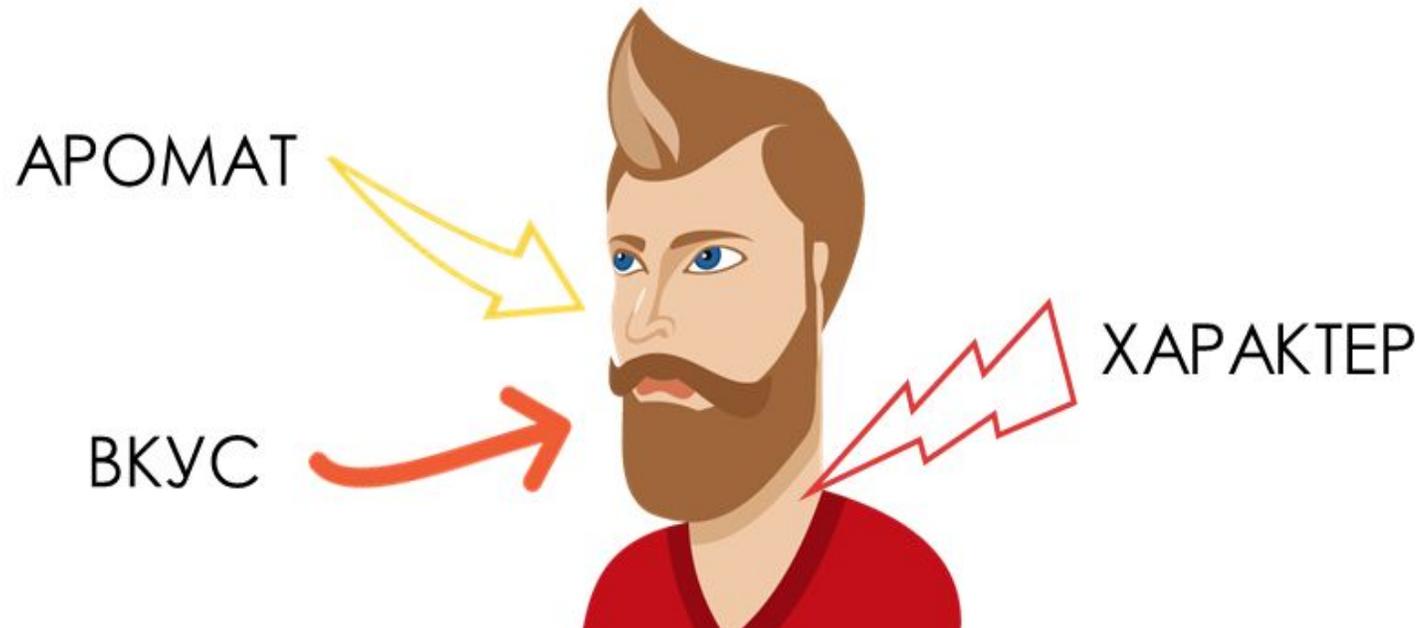
действие:
рецепторы носа

вкус:
ароматный

сушка:
на солнце, на
ДЛИННОЙ НИТИ



АМЕРИКАНСКАЯ МЕШКА



О конкурентах

Клиенты в наших магазинах могут задавать вопросы о конкурентах.

Очень важно, что ты можешь коммуницировать только о преимуществах IQOS. Не надо объяснять, как работают устройства конкурентов. Помимо этого, чтобы убедить клиента в правильности выбора IQOS, нет необходимости негативно отзываться о конкурентах.

Подведем итоги

1

У IQOS есть три конкурентных преимущества: **технология HeatControl, научные исследования и натуральный табак.**

2

В той конкурентной среде, в которой мы находимся, **особенно важными становятся научные исследования,** подтверждающие, что IQOS лучше, чем сигареты.

3

Не ругай конкурентов! Говори только о преимуществах IQOS.

The background of the slide is a wall densely covered with numerous newspaper clippings of various sizes and orientations. The text on the clippings is mostly illegible due to the dark, low-contrast lighting and the overlapping nature of the papers. The overall aesthetic is that of a collage or a wall of news, suggesting a focus on information, media, or public opinion.

GCP (Good Conversion Principles). Принципы переключения

Что это такое?

ПОЧТИ ОФИЦИАЛЬНОЕ ОПРЕДЕЛЕНИЕ

Принципы переключения – это свод правил и принципов, которые должен четко понимать и неукоснительно применять в работе каждый сотрудник, чьей работой является переключение на IQOS.

Почему важно?

Спешу тебя обрадовать, их нужно знать дословно. Не пытайся их интерпретировать! Каждое слово продумано и написано юристами!

То, как мы ведем наш бизнес, не менее важно, чем финансовые результаты, которых мы достигаем. Никто не должен действовать, считая, что цель бизнеса более важна, чем правовые и этические нормы.



№1

Курение сигарет является причиной серьезных заболеваний и вызывает зависимость. Безусловно, лучшим решением для любого курильщика является отказ от употребления табака и никотина во всех формах.

Применение в жизни:

- Если клиент задумывается о влиянии курения на здоровье, объясни ему, что IQOS не является безвредным.
- Расскажи клиенту, что потребление табака и иной никотиносодержащей продукции вредно для здоровья и лучше от него отказаться.
- Объясни, что стики HEETS содержат никотин, вызывающий зависимость, как и сигареты.

Ожидаемый результат:

Клиент нам доверяет, ведь ему не навязывают покупку и честно заявляют, что использование IQOS не исключает риски.



№2

Бездымные продукты PMI предназначены для тех совершеннолетних лиц, которые в противном случае продолжают курить или употреблять иную никотиносодержащую продукцию.

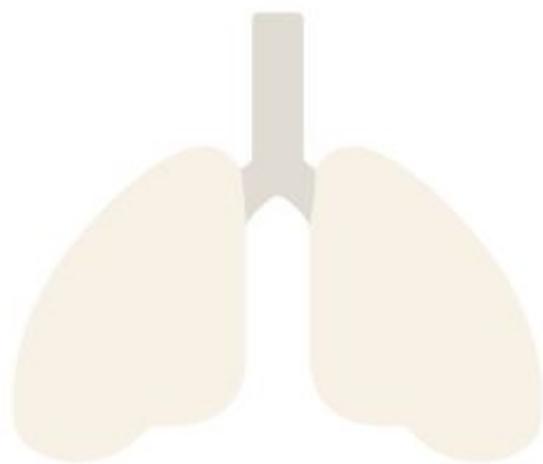
Применение в жизни:

Если клиент говорит, что хочет полностью отказаться от потребления никотина с помощью IQOS:

- Объясни клиенту, что IQOS не является средством, помогающим отказаться от потребления никотина.
- Скажи, что стики HEETS содержат никотин, вызывающий зависимость.

Ожидаемый результат:

- Клиент осознанно принимает решение использовать IQOS.
- Клиент понимает, что наша продукция содержит никотин, как и сигареты, поэтому IQOS – не способ бросить курить и не поможет отказаться от никотина.
- Клиент нам доверяет, ведь ему не навязывают покупку и честно заявляют, что использование IQOS не исключает риски.



№3

Бездымные продукты PMI не исключают риски для здоровья и содержат никотин, который вызывает зависимость, однако переход на такие бездымные продукты является лучшим выбором, чем продолжение курения.

Применение в жизни:

- Если клиент задумывается о влиянии курения на здоровье, объясни, что использование IQOS не исключает риски для здоровья.
- Расскажи клиенту про снижение содержания вредных веществ в аэрозоле IQOS по сравнению с дымом сигарет и за счет чего это достигается.

Ожидаемый результат:

- Клиент понимает, что IQOS не является безвредным продуктом и не исключает риски для здоровья.
- Клиент понимает разницу между курением и использованием IQOS.
- Клиент принимает взвешенное решение о переключении на IQOS вместо продолжения курения.
- Клиент нам доверяет, ведь ему не навязывают покупку и честно заявляют, что использование IQOS не исключает риски.



№4

Мы поддерживаем совершеннолетних пользователей наших бездымных продуктов в процессе полного переключения на такие продукты, обучая и направляя их.

Применение в жизни:

- Объясни клиенту все нюансы использования IQOS.
- Уточни, возникают ли у клиента трудности при использовании IQOS.

Ожидаемый результат:

- Клиент благодарен нам за то, что мы всегда готовы дать ему совет.



№5

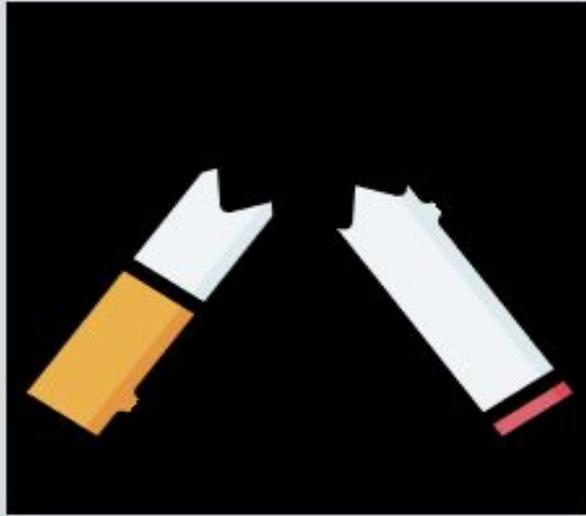
Мы не предлагаем бездымные продукты PMI тем, кто никогда не употреблял табачную или никотиносодержащую продукцию, или тем, кто отказался от её употребления. Наши бездымные продукты не являются альтернативой отказу от употребления табачной или никотиносодержащей продукции и не являются средством для лечения никотиновой зависимости.

Применение в жизни:

- Объясни клиенту, что IQOS не является средством, помогающим отказаться от потребления никотина.
- Скажи, что стики HEETS содержат никотин, вызывающий зависимость.
- Не продавай IQOS и не проводи презентацию клиенту, который хочет отказаться от потребления никотина с помощью перехода на IQOS (вот прямо не продавай, ты все правильно понял).

Ожидаемый результат:

- Клиент осознанно принимает решение использовать IQOS.
- Клиент понимает, что наша продукция содержит никотин, как и сигареты, поэтому IQOS – не способ бросить курить и не поможет отказаться от никотина.



№6

Для того, чтобы испытать преимущества бездымных продуктов, совершеннолетние потребители должны полностью перейти на такие продукты и прекратить курить навсегда.

Применение в жизни:

- Объясни клиенту, что при переходе на IQOS ему необходимо полностью отказаться от курения сигарет, и тогда он сможет оценить все преимущества.
- Уточни, что только сочетание IQOS и HEETS гарантирует все озвученные преимущества.

Ожидаемый результат:

- Клиент соглашается с нами, что оценить преимущества IQOS возможно только полностью отказавшись от курения сигарет.
- Клиент осознает, что IQOS необходимо использовать только с HEETS.
- Клиент благодарен нам за то, что мы всегда готовы дать ему совет.



№7

Несовершеннолетние не должны употреблять табак или никотин в любых формах.

Применение в жизни:

- Не продавай несовершеннолетнему ни IQOS, ни HEETS, ни аксессуары (только попробуй).
- Объясни несовершеннолетнему, что вся наша продукция предназначена только для совершеннолетних курильщиков, и убедись, что он покинул помещение магазина.
- Всегда обращай внимание на возраст посетителей магазина.
- Проверяй документ клиента, если сомневаешься в его возрасте.
- Объясни клиенту, пришедшему с ребенком, что ты можешь осуществить только продажу продукции, без презентации и пробы продукта.

Ожидаемый результат:

- IQOS используют только совершеннолетние курильщики.
- Клиенты с пониманием относятся к тому, что мы хотим оградить несовершеннолетних от потребления табачной продукции, в том числе и HEETS.



№8

Мы информируем совершеннолетних потребителей нашей бездымной продукции обо всех предупреждениях и инструкциях о технике безопасности в отношении нашей бездымной продукции.

Применение в жизни

- Можешь не спрашивать каждого клиента, относится ли он к этой категории.
- Расположи принципы GCP в магазине на видном месте.
- Если очевидно, что женщина беременна, объясни ей позицию компании.
- Предупреди клиентов, которые могут находиться в зоне риска, что наша продукция содержит никотин, а позиция компании заключается в том, что они не должны употреблять табак или никотин.
- Можешь осуществить продажу продукции клиентам, которые могут находиться в зоне риска, если они настаивают, но не проводи им презентацию.

Ожидаемый результат

- Клиент понимает, что IQOS не безвреден и не исключает рисков для здоровья.
- Клиент нам доверяет, ведь ему не навязывают покупку и честно заявляют, что использование IQOS не исключает рисков.

Подведем итоги

1

Ты должен неукоснительно **соблюдать принципы GCP** в работе.

2

Необходимо **определять клиентов, с которыми ты можешь осуществлять коммуникацию и которым ты можешь продавать** нашу продукцию.

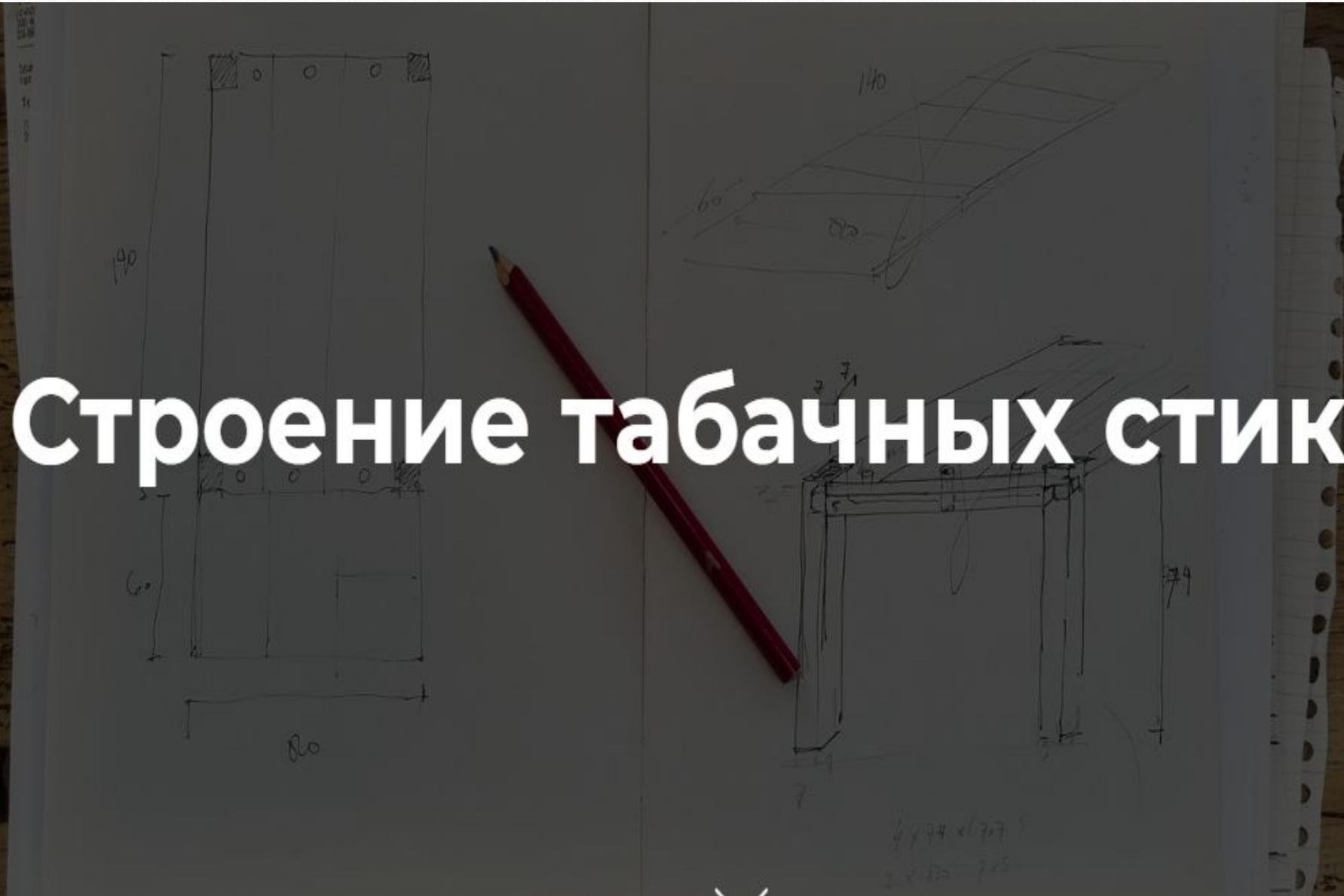
3

Не бойся отказывать клиентам в покупке, соблюдая принципы GCP.

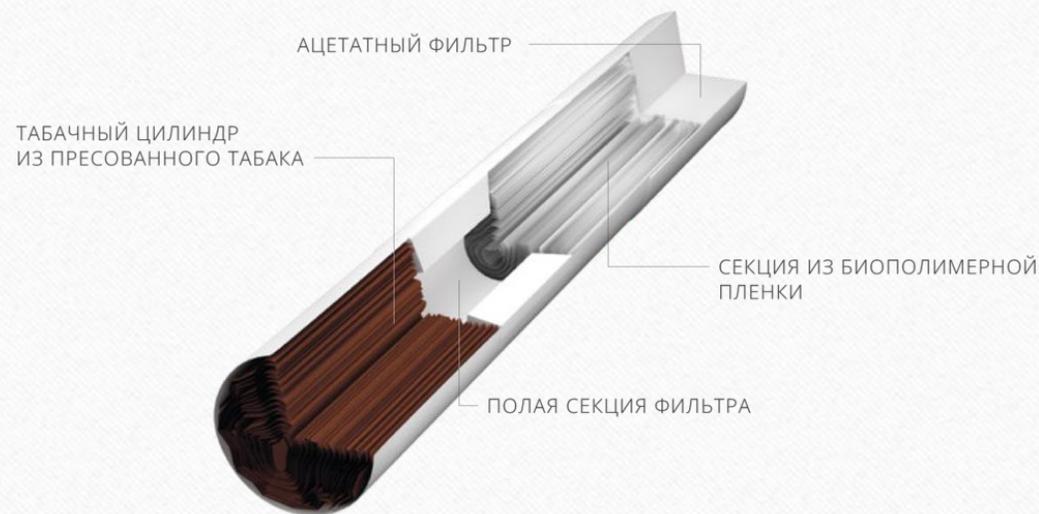
Это правильно.

Не переживай, если клиент оставит жалобу, ведь ты действуешь согласно правилам компании.

Строение табачных стиков



Мы уже обсуждали, что одно из ключевых преимуществ IQOS – это **натуральный табак**. И табак этот представлен в виде табачных стиков, которые вызывают множество споров. Да, табачный стик не похож на сигарету, и на то есть причины



1

Табачный цилиндр из прессованного табака.

Натуральный табак, обработанный и спрессованный по специальной технологии, обеспечивает вкус и аромат при нагревании.

2

Полая секция фильтра.

Полая секция фильтра, изготовленная из ацетатного волокна, фиксирует табачный цилиндр внутри стика.

3

Секция из биополимерной пленки.

Специальная биополимерная пленка позволяет поддерживать комфортный уровень температуры и влажности табачного пара, образующегося при нагревании табака. Она изготовлена из полимолочной кислоты — вещества, которое получают из крахмала, содержащегося в растениях. Этот полимер широко применяют в медицине и пищевой промышленности.

4

Ацетатный фильтр.

Ацетатный фильтр выполняет роль мундштука и похож на фильтр сигареты. Изготовлен из ацетатного волокна.

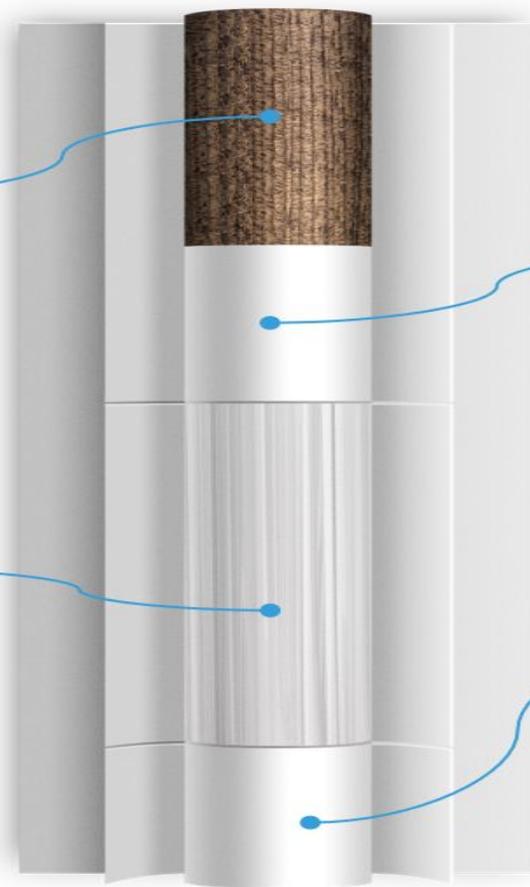
Стики Fiit

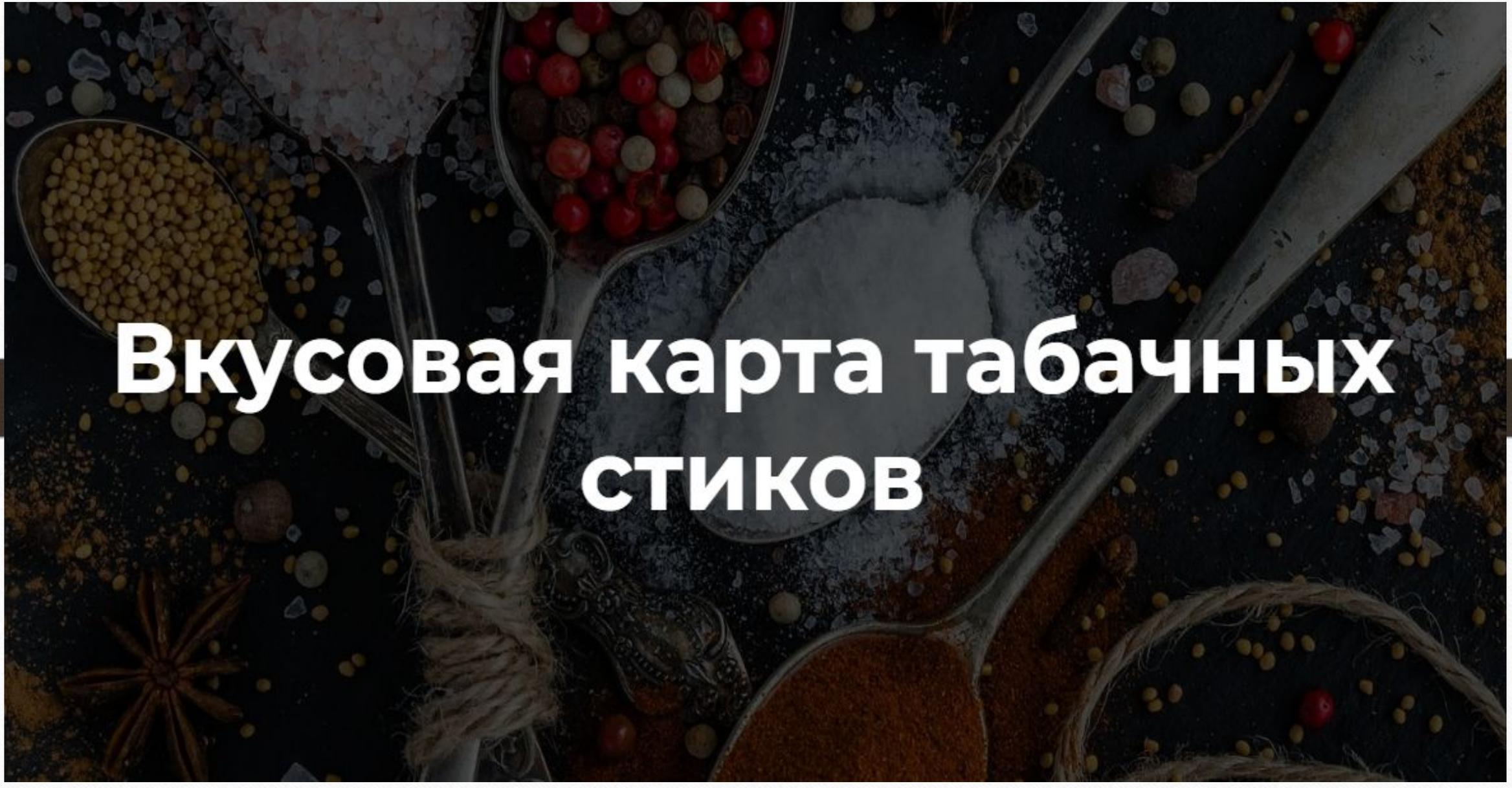
Табачный цилиндр из
прессованного табака.

Полая секция
фильтра

Секция из
биополимерной пленки

Ацетатный фильтр





Вкусовая карта табачных СТИКОВ

Вкус стиков отличается от вкуса сигарет, ведь при использовании IQOS или lil SOLID табак нагревается изнутри, а не горит. Когда клиент курит сигарету, он чувствует лишь вкус горелого табака. При использовании стиков раскрывается вся полнота табачных вкусов и ароматов. **Поэтому мы не сравниваем стики с обычными сигаретами.**

Наши клиенты действительно могут ощутить всю многогранность ароматических нот, присутствующих в табачных блендах HEETS и Fiit. **Тебе необходимо разбираться в отличиях между всеми вкусами.**

Мы продаем три линейки табачных стиков: **HEETS Creations, классические HEETS и Fiit.** У каждого вкуса из любой линейки свой уникальный вкус. Твоя задача - быть способным описать каждый вкус клиенту.

Для того, чтобы и тебе, и клиенту было проще, все вкусы можно логически поделить на **три серии:**



Классическая

Вкусы в которых преобладают **классические табачные ароматы.** Подходит любителям вкуса настоящего табака.



Свежая

Вкусы с ярко выраженным **ментоловым ароматом.**



Ароматическая свежая

Вкусы, в которых **ментол сочетается со всевозможными яркими ароматами.**

Табачные стики не отличаются друг от друга по крепости, как сигареты. При этом каждый вкус стиков оставляет абсолютно разные ощущения о насыщенности. Стики HEETS характеризуются по четырем параметрам:

1

Аромат

Это определенные, **хорошо узнаваемые ноты, запахи**, которые можно уловить в том или ином вкусе HEETS. Он может быть тонким, едва ощутимым, а может быть плотным и насыщенным. Он проявляется, как только ты откроешь пачку и раскрывается интенсивнее во время использования

2

Плотность

Представь разницу между кружкой горячего шоколада и чашкой зеленого чая. На уровне ощущений это **полнота, насыщенность, текстура**, которые возможно почувствовать.

3

Насыщенность

Это общее впечатление от вкуса, **совокупность аромата и плотности**. Она позволяет ощутить все грани вкуса, от насыщенного, сбалансированного и тонко выраженного, до свежего и ароматного.

4

Свежесть

Относится только к вкусам из свежей и ароматической свежей серий. Вкусы HEETS позволяют ощутить **все грани свежести** - от легких свежих нот мяты и заканчивая насыщенным охлаждающим ментолом.

HEETS



Наша основная линейка **HEETS** идеально подходит для тех, кто только **начинает использовать наши устройства и знакомится со вкусом нагреваемого табака**. Мы рекомендуем использовать HEETS с устройствами IQOS, так мы можем гарантировать полноту вкусов и ароматов.



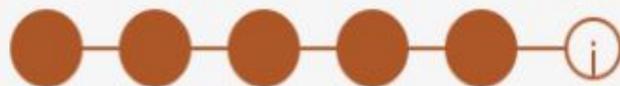


Bronze Selection

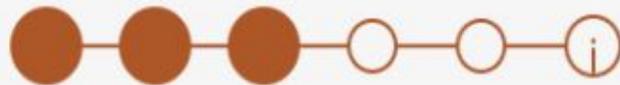
[Бронз Селекшн]

Насыщенный и теплый. Мягкий ароматный blend с легкими нотами какао и сухофруктов.

АРОМАТ



ПЛОТНОСТЬ



НАСЫЩЕННОСТЬ



КАКАО





Amber Selection

[Амбер Селекшн]

Сбалансированный и пряный. Вкус табака особой обжарки с легкими древесными и ореховыми нотками.

АРОМАТ



ПЛОТНОСТЬ



НАСЫЩЕННОСТЬ



ОРЕХОВЫЕ



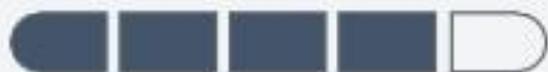


Slate Selection

[слейт селекшн]

Мягкий и утонченный. Мягкий и ароматный табачный blend с пряными нотами.

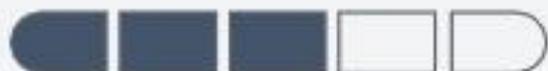
АРОМАТ



ПЛОТНОСТЬ



НАСЫЩЕННОСТЬ



Ароматические ноты:

Тонкие цитрусовые





Gold Selection

[Голд Селекшн]

Сбалансированный и свежий.
Бархатный вкус табака особой
обжарки с древесными нотами и
легким освежающим оттенком.

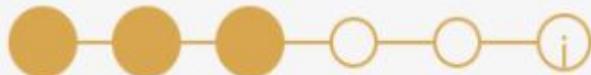
АРОМАТ



ПЛОТНОСТЬ



НАСЫЩЕННОСТЬ



ЛЕГКАЯ СВЕЖЕСТЬ





Ruby Fuse

[руби фьюз]

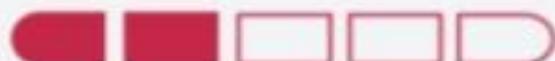
Насыщенный и ягодный. Мягкий и ароматный табачный blend дополнен выразительными ягодными нотами и легким цветочным оттенком.

Без ментола.

АРОМАТ



ПЛОТНОСТЬ

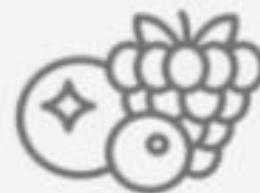


НАСЫЩЕННОСТЬ



Ароматические ноты:

Красные ягоды





Green Zing [Грин Зин]

Свежий и цитрусовый. Насыщенный и охлаждающий ментол усилен свежими цитрусовыми и травяными нотами.

АРОМАТ



ПЛОТНОСТЬ



НАСЫЩЕННОСТЬ



СВЕЖЕСТЬ



ЦИТРУСОВЫЕ





Purple Wave [Пёрпл Вэйф]

Ягодный свежий. Табачный blend с ароматом ментола и лесных ягод.

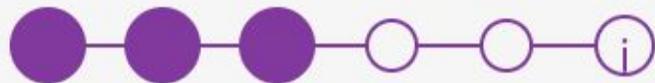
АРОМАТ



ПЛОТНОСТЬ



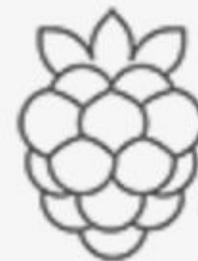
НАСЫЩЕННОСТЬ



СВЕЖЕСТЬ



ЯГОДНЫЕ





Summer Breeze

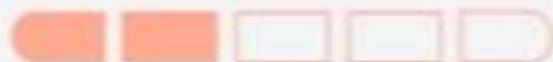
[саммер бриз]

Табачный blend с освежающим ментолом, дополненный выразительными нотами фруктов и легким цветочным оттенком.

АРОМАТ



ПЛОТНОСТЬ



НАСЫЩЕННОСТЬ



СВЕЖЕСТЬ



Ароматические ноты:

Теплые фруктовые



ПРЕДСТАВЛЯЕМ ОБНОВЛЕННУЮ КОЛЛЕКЦИЮ FIIT!



REGULAR DEEP

Насыщенный и пряный

Бархатный табачный blend с древесными и легкими ореховыми нотами

Ароматические ноты:
Ореховые



REGULAR

Сбалансированный и свежий

Ароматный табачный blend с травяными и цитрусовыми нотами.

Ароматические ноты:
Легкий цитрус



VIOLA

Свежий и ягодный

Сбалансированный табачный blend с охлаждающим эффектом ментола и сочными ягодными нотами.

Ароматические ноты:
Ягодные



SPRING

Свежий и фруктовый

Сбалансированный табачный blend с освежающим ментолом и кремовыми фруктовыми нотами.

Ароматические ноты:
Фруктовые



TROPIC

Свежий и экзотический

Сбалансированный табачный blend с освежающим ментолом и нотами тропических фруктов.

Ароматические ноты:
Тропические фруктовые

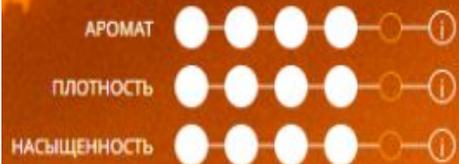
HEETS Creations

HEETS Creations были созданы для того, чтобы порадовать наших постоянных пользователей и перевернуть их привычное представление о вкусе. Для этого компания PMI впервые привлекла двух экспертов из гастрономической индустрии, которые знают о вкусе все. Вот их имена, которые тоже важно выучить: **Хуан Амадор и Рене Соффнер**.

Мировая премьера HEETS Creations состоялась в России. Пользователи нашей страны стали первыми, кто попробовал премиальную линейку.

НАСЫЩЕННЫЙ И КРЕМОВЫЙ

Табачный blend с древесными и сладковатыми фруктовыми нотами,
завершающийся бархатистым сливочным послевкусием.



АРОМАТИЧЕСКИЕ НОТЫ:
теплые фруктовые



Подведем итоги

1

Никогда не сравнивай вкус табачных стиков со вкусом сигарет. При нагревании вкус и аромат табака раскрываются в полной мере.

2

Помни, что приоритетом в продажах являются стики HEETS Creations.

3

Устройства IQOS рекомендуется использовать со стиками HEETS и HEETS Creations. Так мы можем гарантировать полноту вкуса и аромата.

4

Стики Fiit были созданы для устройства lil SOLID.

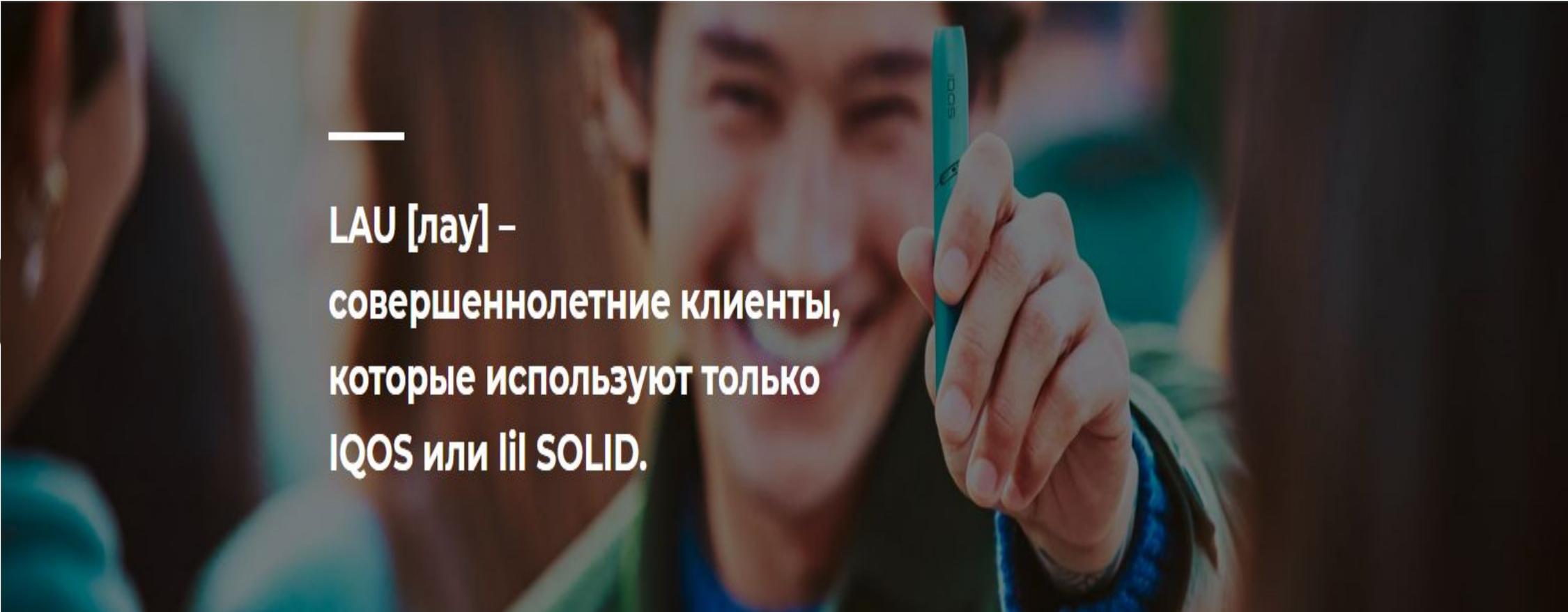
Las, Lau, Lap

Типы клиентов и

Сервисное обслуживание

**LAS [лас] –
совершеннолетние
курильщики сигарет,
который никогда не
пробовали IQOS или lil SOLID.**



A close-up photograph of a young man with a bright smile, holding a teal-colored IQOS cigarette in his right hand. The background is blurred, showing other people in a social setting. The image is framed by a white border with a thin black line inside, set against a light brown background.

—
**LAU [лау] –
совершеннолетние клиенты,
которые используют только
IQOS или iil SOLID.**

Таких клиентов мы делим на два типа:

- LAU, которые полностью переключились и всем довольны;
- LAU, которые полностью переключились, но чем-то недовольны в использовании IQOS или lil SOLID.

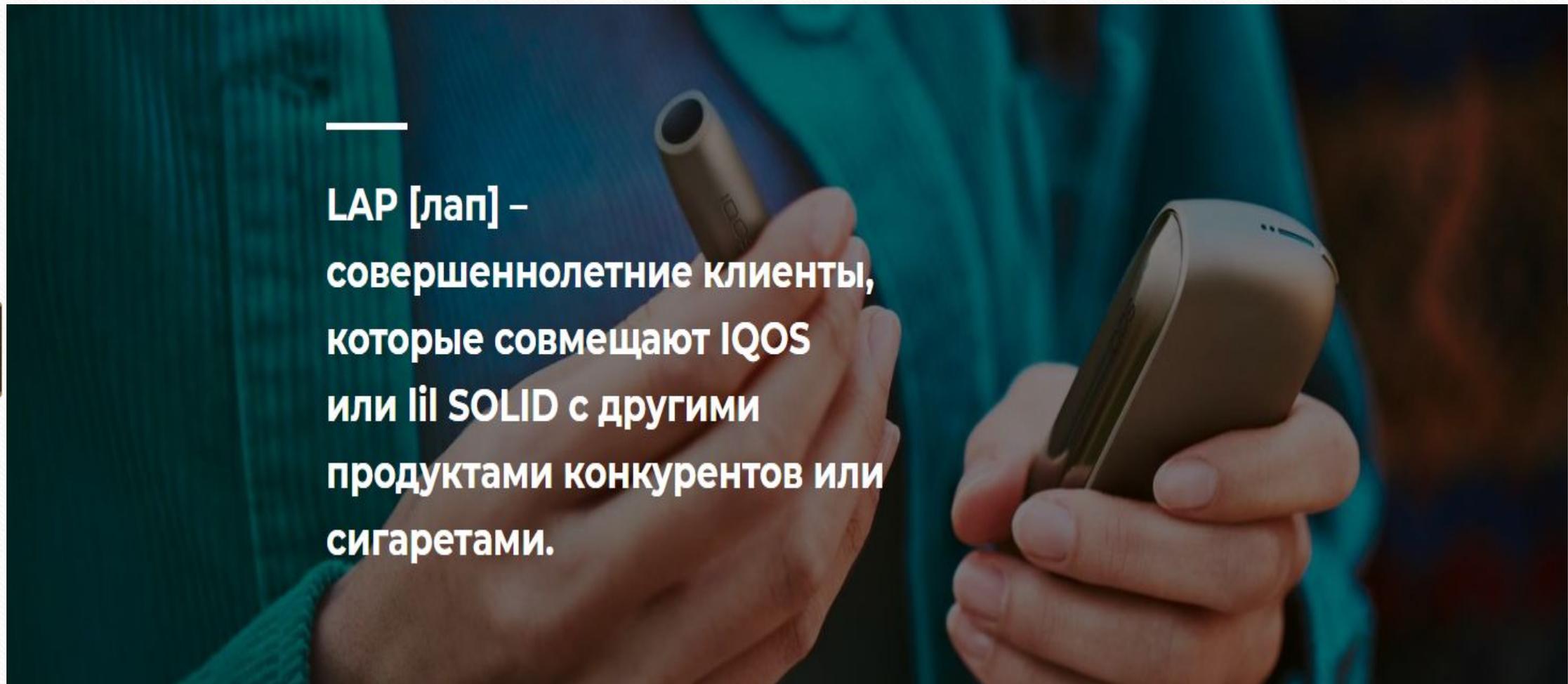
Для **довольных LAU** у тебя будет своя стратегия работы. Ниже ты ее разберешь.

Основная цель с ними – укрепить веру в продукт и убедиться, что клиент знает ключевое сообщение – 95% меньше вредных веществ по сравнению с продолжением курения сигарет.

С **недовольными LAU** стратегия работы будет немного другой. С ней ты тоже познакомишься. **Основная цель** с такими клиентами – выявить причину неудовлетворенности продуктом и решить проблему клиента с помощью актуального инструмента.

До таких клиентов нам очень важно донести ключевые преимущества категории, чтобы они поняли, что точно приняли правильное решение, когда перешли на IQOS или lil SOLID. В противном случае недовольный LAU легко может вернуться к курению сигарет или переключиться на продукты конкурентов.

**LAP [лап] –
совершеннолетние клиенты,
которые совмещают IQOS
или iil SOLID с другими
продуктами конкурентов или
сигаретами.**



Для таких клиентов тоже существует своя стратегия работы. **Основная цель** контакта с ними – выявить причины совмещения с сигаретами или другими устройствами и решить проблему клиента с помощью актуального инструмента.

Что такое Сервисное обслуживание

Сервисное обслуживание – это
целый комплекс сервисов, которые
мы можем предложить клиенту для
решения его проблемы с
устройством.

Диагностика устройства



Быстрый и эффективный способ выяснить, что не так с устройством, и устранить причину неисправности.

Профессиональная чистка



Позволяет устранить неисправности, связанные с загрязнением устройства. Например, если стик вставляется не до конца или образуется мало пара.

Замена



Если устранить поломку невозможно, и гарантия её покрывает, замени неисправный элемент или устройство целиком.

Специальные предложения



Если поломка не покрывается гарантией или гарантия закончилась, клиент всегда может воспользоваться специальным предложением.

А если клиент не согласен с решением?

А если вдруг клиент не согласен ни с одним из предложенных решений, ты всегда можешь предложить **дополнительные варианты**, чтобы он остался доволен.

Длительная диагностика

Предложи клиенту оставить его устройство на длительную диагностику для комплексной проверки. Чтобы он не остался без устройства, выдай ему «Подменное устройство» на этот период.

А если клиент не готов оставлять свое устройство, то предложи ему снять видео и уже с ним обратиться к нам повторно.



Независимая экспертиза

Отправь устройство на экспертизу сертифицированному партнеру. Предупреди клиента, что устройство будут разбирать и внимательно проверять на наличие производственного брака. На этот период времени можешь предложить «Подменное устройство».



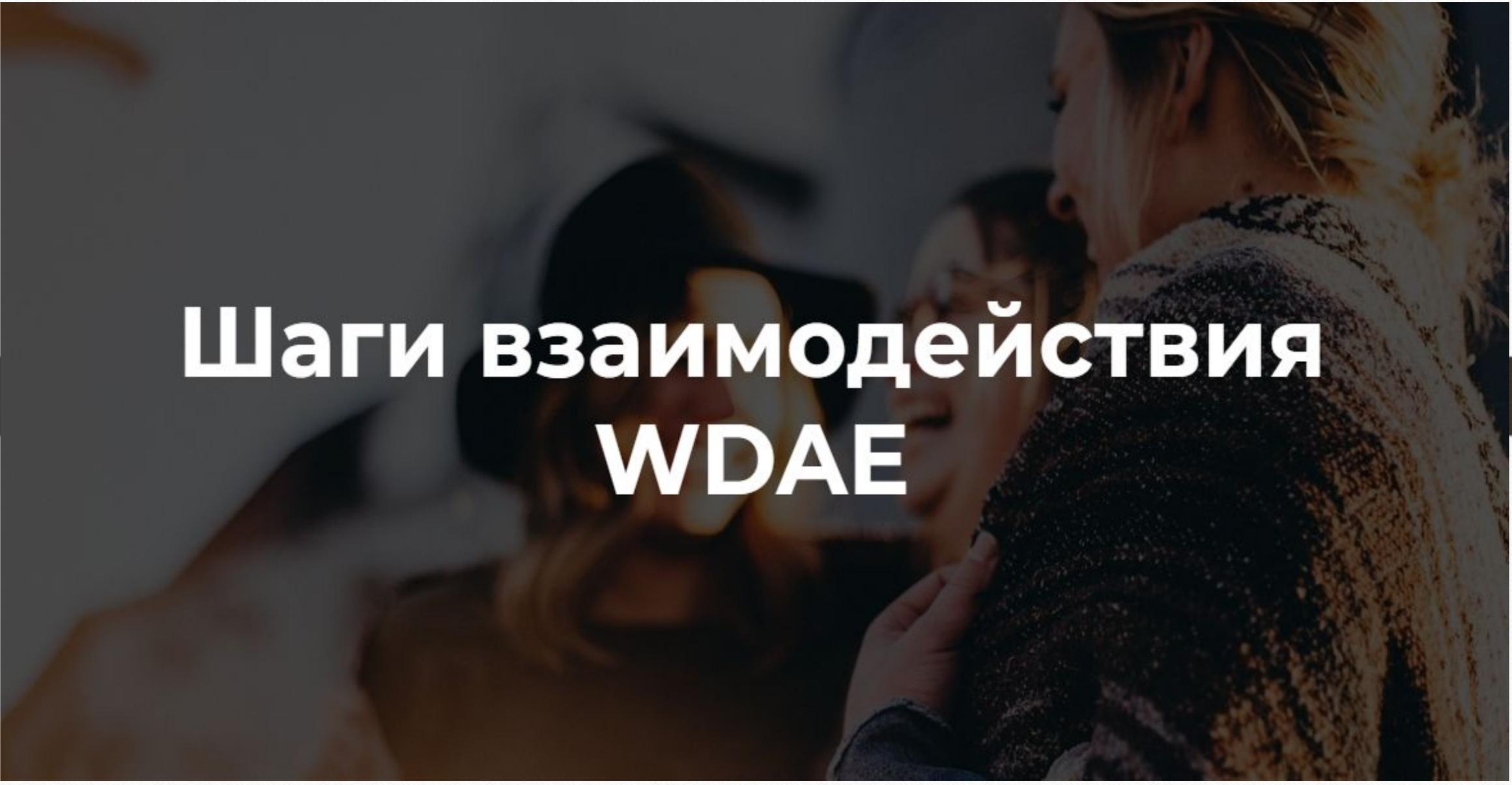
Возврат

А если клиент ничего не хочет и требует возврат денег? Это тоже возможно. И это законное право клиента. В этом случае тебе необходимо проверить устройство на соответствие требованиям и оформить возврат, если проверка оказалась успешной.



Если к тебе пришел клиент, который обнаружил неисправность, используй доступные тебе инструменты в **правильной последовательности.**





Шаги взаимодействия WDAE

Ты теперь многое знаешь об IQOS и табачных стиках. Но знание продукта – это только половина успеха.

Главное – это удовлетворенность нашего клиента! Он должен быть доволен и продуктом, и общением с нами. Поэтому именно особенностям работы с клиентами мы посвятим оставшиеся уроки. А начнем с каркаса, на котором строится наше общение с каждым потребителем.

WDAE

WELCOME

[вэлкам]

Установление контакта.

DISCOVER

[дискавер]

Выявление потребностей.

ADVICE

[эдвайс]

Предложение решения.

ENRICH

[энрич]

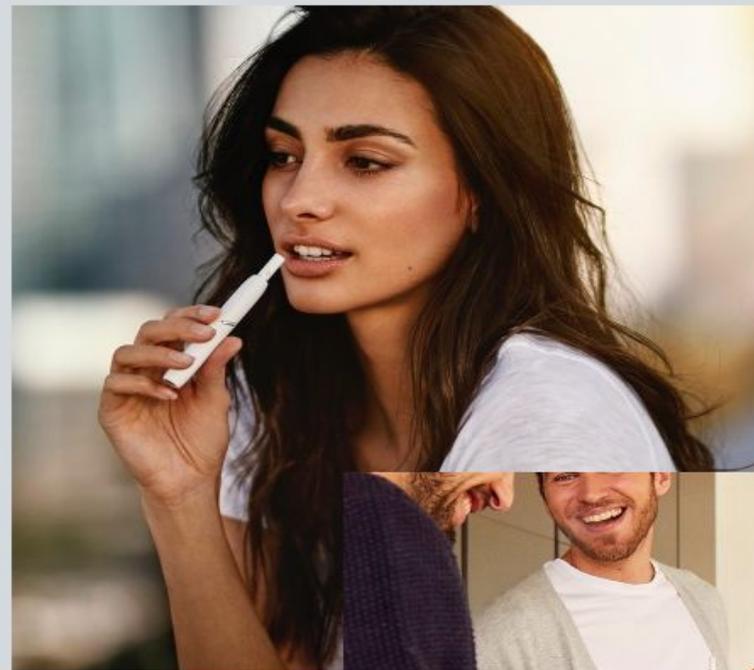
Завершение контакта.

WELCOME

Установление контакта

**Это первые
мгновения контакта
с клиентом.**

От того, как ты начнешь диалог с человеком, зависит, насколько он будет расположен к дальнейшему общению.



На этом этапе ты...

1

Приветствуешь клиента.

Думаю, не стоит объяснять важность этого действия.

2

Обмениваешься с ним именами.

Используя в общении с клиентом его имя, ты увеличиваешь степень доверия между вами.

3

Узнаешь, зачем клиент пришел в магазин.

Именно с этим его запросом тебе предстоит работать.

4

Говоришь, что ты готов помочь в решении его вопроса.

Показываешь, кто тут профессионал.



Используй открытую позу

Прямая спина, руки в зоне видимости, руки и ноги не скрещены. Это поможет клиенту чувствовать себя комфортнее при общении с тобой.



Улыбайся

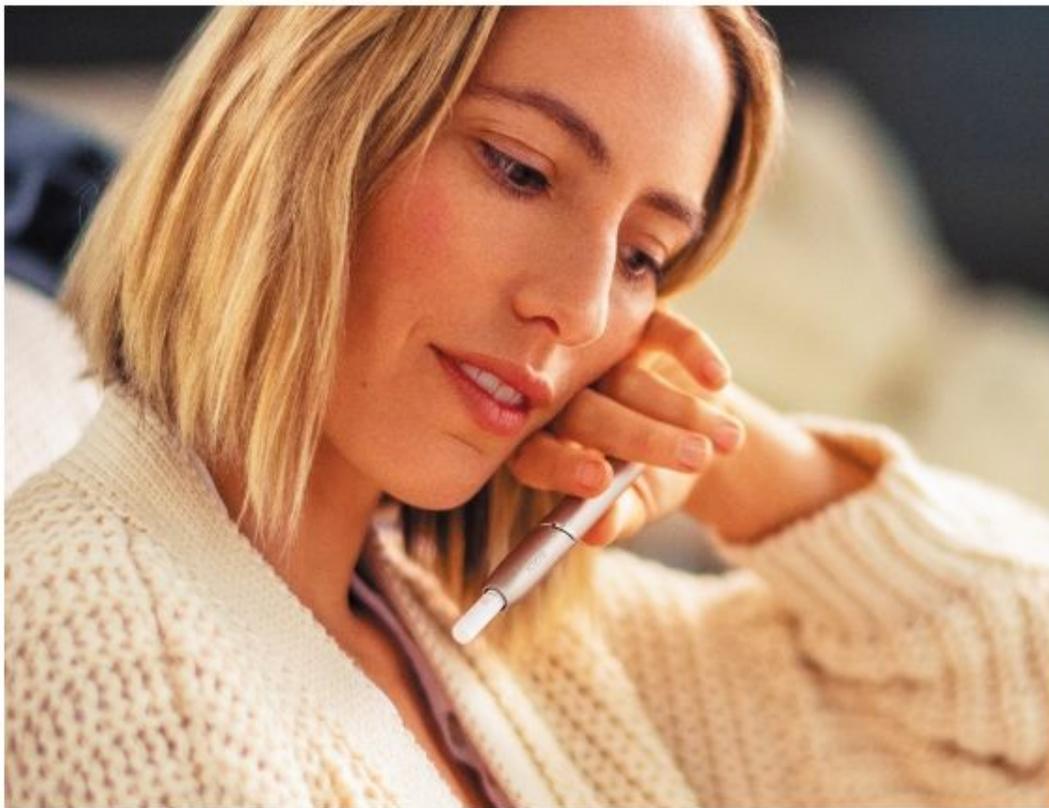
Улыбка — один из самых мощных инструментов при установлении контакта, она порой важнее слов. Главное — ее искренность.



Проявляй инициативу

Увидев клиента, не жди, пока он сам что-то спросит. Желательно реагировать на появление посетителя в течение первых 10-15 секунд. Если у тебя очередь, то как минимум обрати на него внимание взглядом или приветствием.

Выявление потребностей



Discover — это очень важный и при этом сложный этап.

Когда ты узнаешь своего клиента, тебе будет намного проще предоставить ему решение. Но зачастую мы боимся или вовсе не хотим задавать вопросы.

Только при наличии качественного этапа Discover мы сможем оказывать качественный сервис.

На этом этапе карьерного пути тебе необходимо выявлять именно потребности клиентов. Потребность для нас — это причина, по которой клиент заинтересован или может быть заинтересован в определенном продукте.

Пример: «Я хочу купить IQOS, потому что хочу избавиться от запаха сигарет».

«Хочу купить IQOS» — это **запрос**.

«Хочу избавиться от запаха сигарет» — **потребность**.

Для выяснения потребности используй открытые вопросы.



Открытые вопросы начинаются с вопросительного слова («кто», «что», «когда», «почему» и т. д.) и подразумевают развернутый ответ. Используя их, ты можешь получить больше информации, при этом задавая меньше вопросов. Так клиент будет чувствовать себя комфортнее.



Примеры открытых вопросов для этапа Discover.

- «Почему вы решили купить IQOS?»
- «Что вас заинтересовало в IQOS?»
- «Что вам нравится в процессе курения? Что хотите изменить?»
- «Что вам нравится в процессе использования IQOS? Как бы вы дополнили или улучшили использование IQOS?»
- «Как вы защищаете ваш IQOS от повреждений?»

Есть еще один полезный инструмент для получения информации. Это **техника TED**:

- **Tell** me more – «Расскажите мне больше»;
- **Explain** to me – «Объясните мне»;
- **Describe** to me – «Опишите мне».

С ее помощью мы можем попросить клиента поделиться своей историей, связанной с курением сигарет или использованием IQOS. Не обязательно применять все три пункта. Иногда достаточно и одного так называемого призыва к рассказу или описанию ситуации.

Пример.

- **T:** «Расскажите мне больше о вашем опыте использования IQOS».
- **E:** «Объясните, что именно вызывает трудности при использовании IQOS».
- **D:** «Опишите те моменты, которые вы хотите изменить при переходе на IQOS».

ADVICE

Предложение решения

ЧПВ — это способ аргументации

Черты

Физические свойства и характеристики продукта.

Преимущества

То, что выделяет этот продукт среди других.

Выгода

То, что получает клиент.

Пример с IQOS:

«В IQOS используется технология HeatControl, которая нагревает табак изнутри. Благодаря этой уникальной технологии отсутствует процесс горения и образуется табачный пар, оставляющий меньше запаха на одежде, руках и волосах. Это значит, что вы будете ощущать только аромат своего парфюма и чувствовать себя комфортнее».

После ЧПВ лучше всего переходить к презентации продукта. Для этого используйте «фразы-мостики»:

- «Давайте я расскажу вам, как работает наше устройство»;
- «Давайте мы подберем для вас подходящий вкус стиков»;
- «Предлагаю вам познакомиться с нашим ассортиментом аксессуаров».

После презентации, если клиент хочет купить наш продукт, мы должны оформить покупку. С покупками связаны еще два термина: Up-sell [апсел] и Cross-sell [кроссел]. Это техники, за счет которых мы можем увеличить средний чек в наших магазинах.



Up-sell

Увеличение итоговой суммы чека за счет большего количества позиций приобретаемого товара (клиент пришел за пачкой HEETS, а после твоего совета купил две или три) либо за счет продажи более дорогого товара (пришел за 2.4+, но после твоего совета приобрел IQOS 3 DUOS).



Cross-sell

Увеличение итоговой суммы чека за счет продажи товаров из другой категории (клиент покупает устройство и по твоей рекомендации приобретает к нему чехол).

Правила Up-sell и Cross-sell

- 1 Предлагай аксессуары только после того, как убедился, что клиент решился на покупку устройства.
- 2 Предлагай не больше одного дополнительного товара.
- 3 Аргументируй предложение с помощью ЧПВ.

ENRICH

Завершение контакта

То, как мы попрощаемся с клиентом, во многом повлияет на его желание вернуться к нам.



На этом этапе...

- 1** **Проясняем, остались ли у клиента вопросы.**
Убедись, что предоставил клиенту всю необходимую информацию.
- 2** **Сообщаем клиенту, что будем рады видеть его снова.**
Дай ему понять, что он может прийти с любым вопросом в любое время и ему будут рады.
- 3** **Прощаемся с клиентом по имени.**
Поддерживаем уже заслуженный уровень доверия.
- 4** **Не забываем улыбаться.**

Подведем итоги

1

WDAE — это не шаблон, это лишь этапы общения, которые могут наполняться по-разному с каждым клиентом.

Троекратное проговаривание аббревиатуры WDAE не превращает воду в вино (а жаль), но следование этим этапам позволяет создать позитивные впечатления у клиента.

3

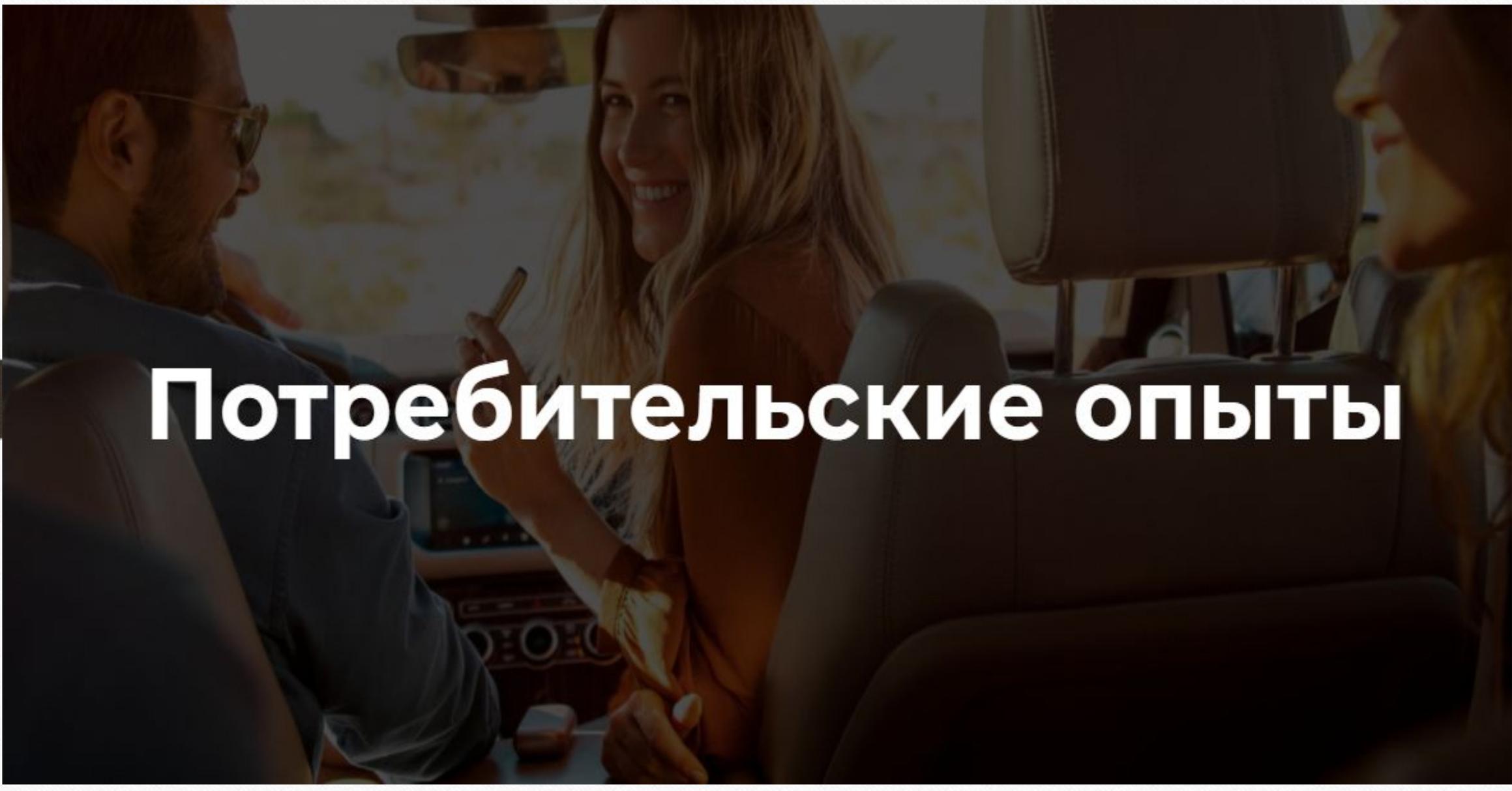
Пытайся делать **Cross-sell и Up-sell**: это влияет на твою зарплату.

2

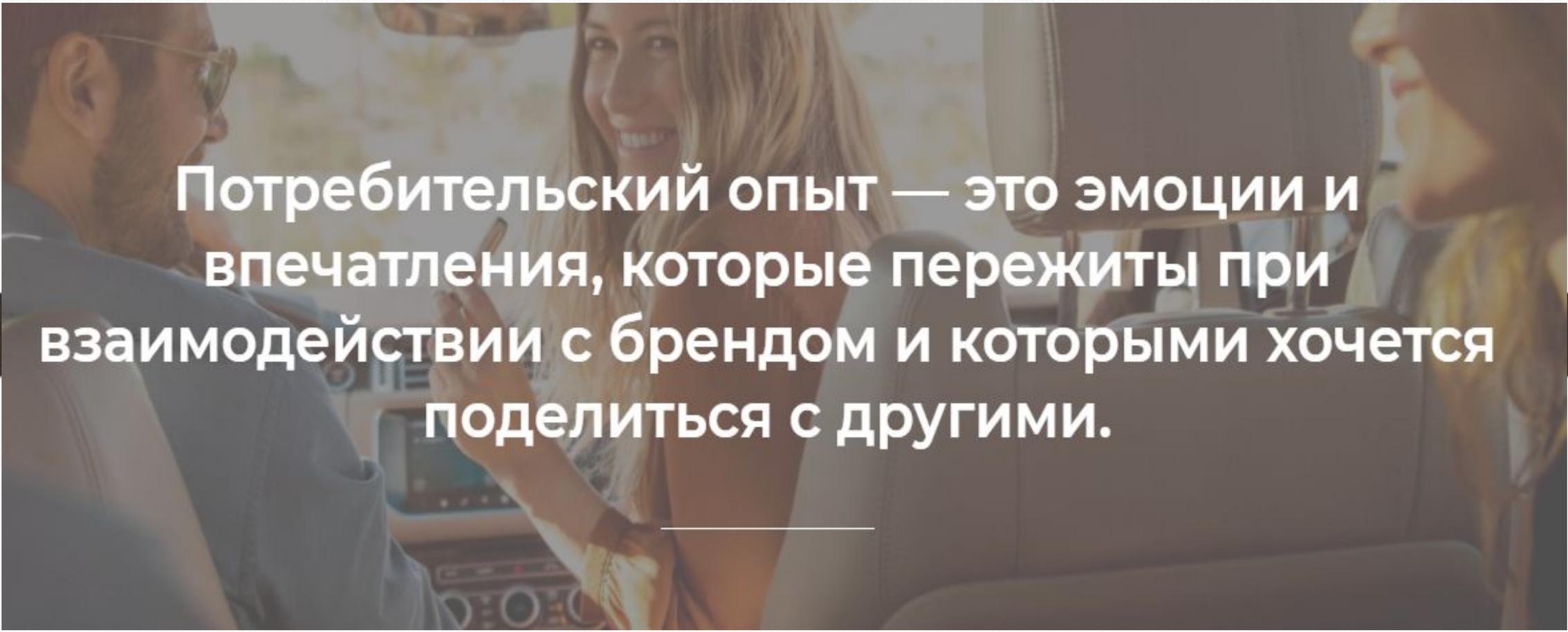
Выявляй потребности клиента с помощью **открытых вопросов и техники TED**.

4

Всегда аргументируй свои предложения с помощью **ЧПВ**.



Потребительские опыты



Потребительский опыт — это эмоции и впечатления, которые пережиты при взаимодействии с брендом и которыми хочется поделиться с другими.

Когда мы предоставляем потребительский опыт, **мы не только рассказываем, но и показываем, а еще вовлекаем клиента** (т. е. он сам выполняет какие-то действия).

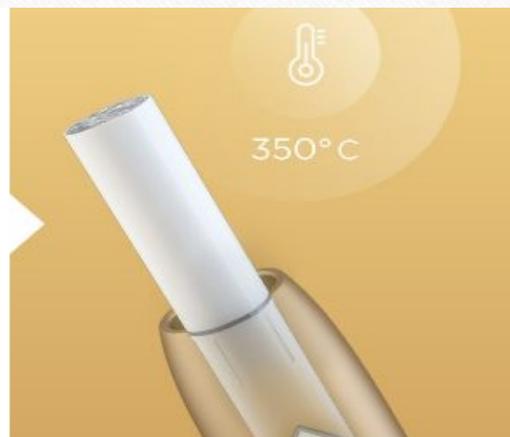
Вот они:

1. открытие преимуществ категории;
2. тактильный контакт;
3. открытие вкуса;
4. открытие ритуала использования;
5. открытие новых вкусов;
6. сопровождение и поддержка;
7. персонализация;
8. интеграция в жизнь.

Четыре наиболее важных потребительских опыта для LAS

Открытие преимуществ категории

Проживая этот опыт, клиент понимает, зачем ему нужно перейти на IQOS.



Открытие вкуса

Вряд ли клиент станет использовать устройство, если ему категорически не нравится вкус стиков, поэтому ему необходимо подобрать оптимальный вкус.



Открытие ритуала использования

Клиента научили использовать, заряжать и чистить устройство, и у него не возникает проблем.



Сопровождение и поддержка

Клиент не переживает из-за возможных сложностей с устройством или стиками, ведь он знает, что всегда может рассчитывать на помощь со стороны сотрудников IQOS.

Четыре наиболее важных потребительских опыта для LAU

Тактильный контакт

Наши пользователи всегда могут оценить внешний вид, качество и удобство новых версий устройств и аксессуаров.



Открытие новых вкусов

Пользователи убеждаются в правильности выбора бренда IQOS, ведь им предлагают постоянно расширяющийся ассортимент вкусов.



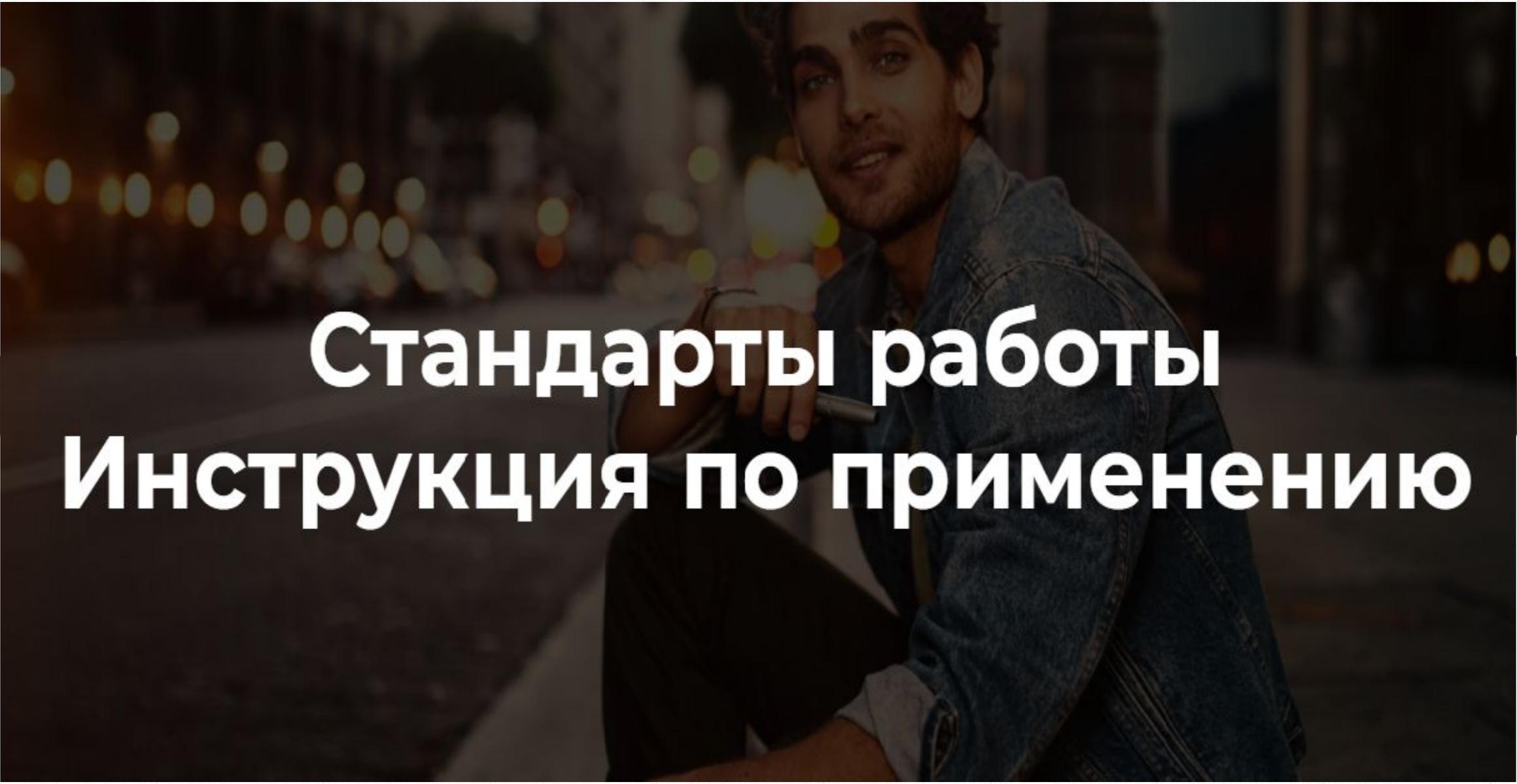
Персонализация

Пользователи создают для себя уникальный продукт в собственном стиле на основе личных предпочтений.



Интеграция в жизнь

У пользователей есть возможности создать экосистему IQOS для комфортного использования устройства в различных жизненных ситуациях.

A man with dark hair and a beard, wearing a denim jacket, is sitting on a bench at night. He is looking towards the camera with a slight smile. The background is dark with blurred city lights, creating a bokeh effect. The overall mood is relaxed and urban.

Стандарты работы Инструкция по применению



Стандарт – это минимальный список действий, обязательный к выполнению любым сотрудником проекта IQOS при взаимодействии с клиентом. Стандарт работы укладывается в рамки уже знакомой тебе модели WDAE, а также задействует изученные тобой потребительские опыты.



Подведем итоги

1

Стандарт — это минимальный список действий, обязательный к выполнению. С помощью стандартов мы поддерживаем одинаково **высокий уровень сервиса** во всех магазинах.

2

Очень **важно** предоставить клиенту **ключевые** для LAS/LAU **потребительские опыты**.

3

Никогда не забывай о принципах **GCP**.