

# ТРЕНИНГ ТЕХНОЛОГИЯ ПРОДАЖ

Что такое «продажа»? 

Что значит уметь продавать? 



# СМЫСЛ ПРОДАЖИ

*Все мы являемся продавцами. Каждый день вы продаете свои способности, свои умения, свои представления. При этом важны не столько знания, сколько важность в успехе их реализации, способности преподнести себя, расположив человека к себе и, тем самым, стать убедительным!*

**Продажа** - это ряд последовательных действий, совершаемых продавцом, направленных на удовлетворение истинных потребностей покупателя с целью совершения взаимовыгодной сделки.

**Уметь продавать** - это значит общаться с людьми, слушать, задавать вопросы, а услышав дать то, что ему действительно необходимо!

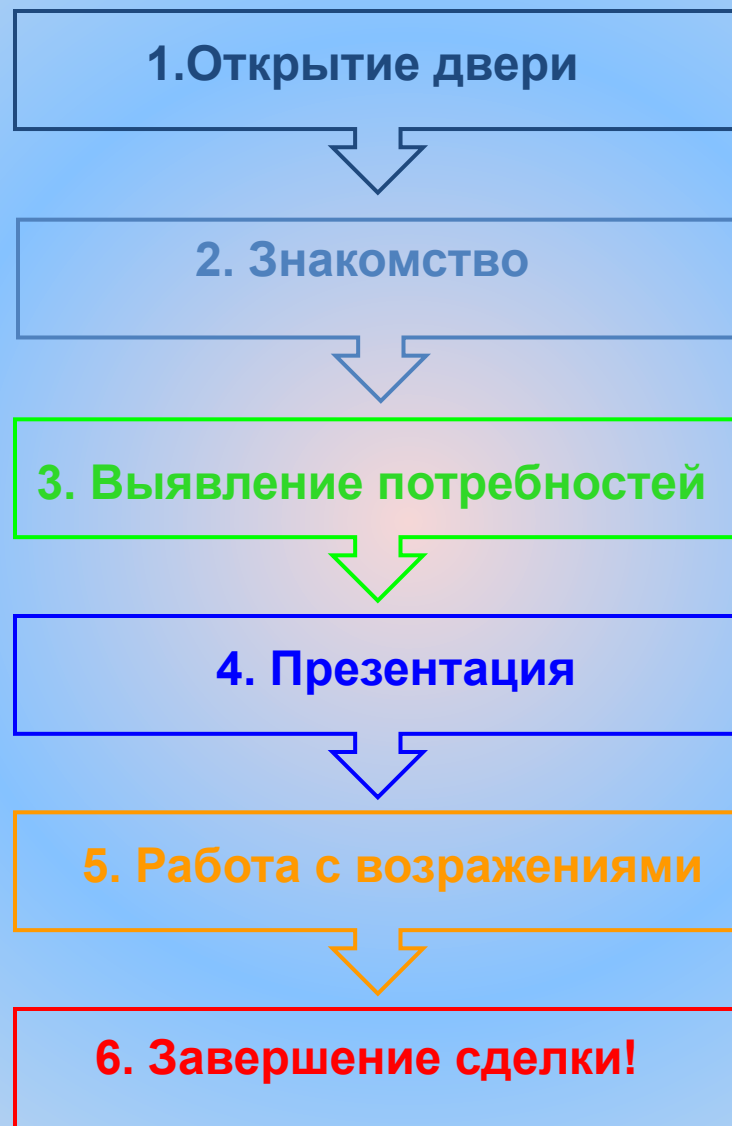
**Клиент покупает не у компании – он покупает у человека!**



# ПРЕИМУЩЕСТВА

- **Качество наших услуг проверено** ведущими российскими компаниями, такими как: Газпром, Сбербанк, Росатом, ФСБ.
- **Компания предоставляет услуги связи на любой вкус:** Интернет, телевидение, телефония, видеонаблюдение.
- **Выбирая интернет, Вы выбираете ЦД,** Мы работаем напрямую с магистральными линиями. Получаете только самый качественный и стабильный интернет.
- **Наши скорости соответствуют заявленным.** "Честный" Интернет без ограничений.
- **Наши тарифы меняют представления о скоростях,** нашим клиентам мы можем предложить тарифы до 1Гбит/сек или 1000Мбит/сек

# ЭТАПЫ ПРЯМОЙ ПРОДАЖИ



# ОТКРЫВАЕМ ДВЕРЬ

Как открыть дверь?



Настройся на успех

Создай интерес



**Интерес за счет познания!**

# Знакомимся

*Цель: Вызвать интерес.*

*Средства: Улыбка, жесты открытости*

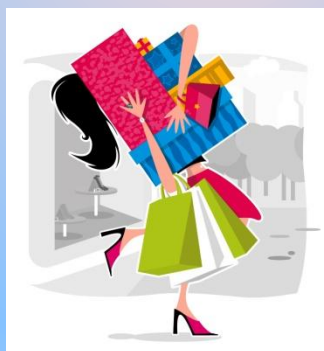
*Ваш внешний вид, манера держаться и относиться к клиенту - станут Вашим конкурентным преимуществом! Ваше отношение для клиента важнее, чем Ваш товар. Сначала отношение – потом предложение.*

**80%**

Правое полушарие:

- ✓ Чувства и эмоции
- ✓ Выполнение личного желания или мечты
- ✓ Неподдающиеся оценке мотивы

**Принятие решений**



**20%**

Левое полушарие:

- ✓ Факты и логика
- ✓ Анализ и расчет
- ✓ Влияние продукта или услуги на финансовую выгоду

# Установление контакта



Люди при первом контакте доверяют информации, связанной с :

- Содержанием речи на **10 %**.
- Звучанием голоса и особенностью речи на **60%**.
- Особенностями поведения (мимика, жесты) на **30%**.

## Задачи этапа установление контакта

- Привлечь внимание.
- Заинтересовать.
- Создать обстановку доброжелательности и доверия.



# Установление контакта

## Содержание речи в момент установления контакта:

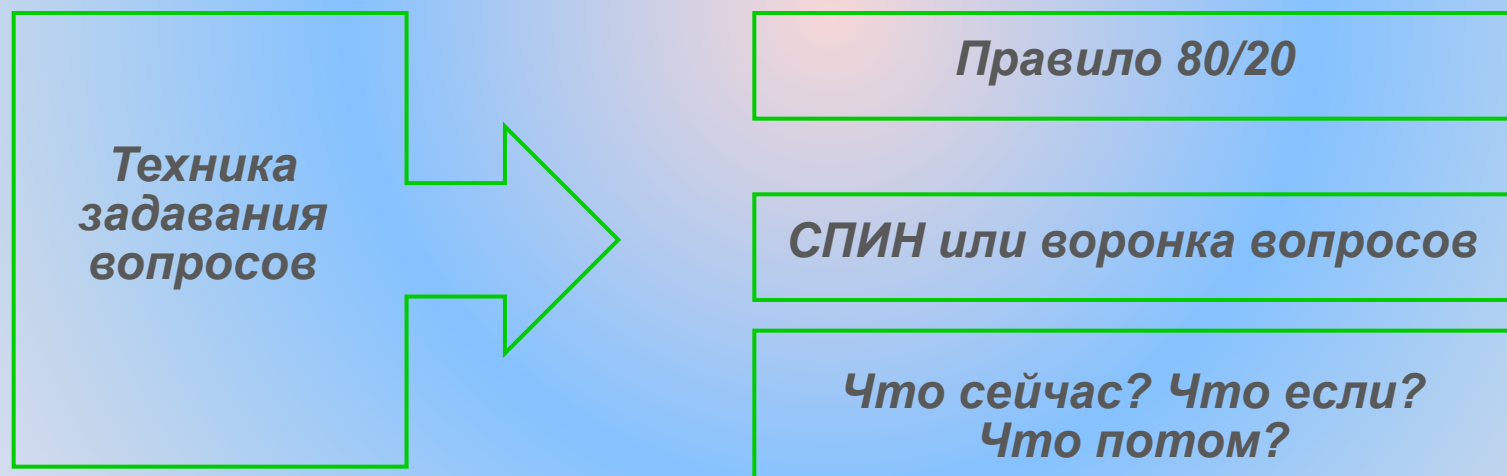
- Приветствие (выражение позитивных эмоций)  
« Добрый день!» «Я рад вас приветствовать!»
- Обозначение компании  
«Я представляю компанию Цифровой Диалог...»
- Знакомство  
«Меня зовут...Я персональный менеджер по Вашему дому в сфере телекоммуникаций...Как я могу к Вам обращаться...»
- Презентация  
«В Вашем районе установлено оборудование...»
- Информирование  
«характеристики продукта»
- Выражение готовности к сотрудничеству

# ВЫЯВЛЯЕМ ПОТРЕБНОСТИ

*Девиз: 90% сделок заключается не благодаря умению красиво говорить, а благодаря мастерству слушать.*

*Цель: Узнать, что важно для клиента и помочь осознать потребность.*

*Средства: Интерес, активное слушание, техника задавания вопросов.*



# ВЫЯВЛЯЕМ ПОТРЕБНОСТИ

## Потребности клиента.

Общие потребности покупателя имеют многомерную структуру и могут быть выражены на базе следующих факторов:

**Качество** - продукт (услуга) соответствует своей функции, продукт качественный и это качество стабильно.

**Финансы** - цены на продукт (услугу) конкурентоспособны, издержки на установку и обслуживание минимальны, существуют различные условия платежей.



# ВЫЯВЛЯЕМ ПОТРЕБНОСТИ

## Разновидности вопросов

<b>Открытые</b>	<b>Сбор информации и доброжелательная обстановка</b>	отвечают на вопросы: Кто? Что? Как? Где? Сколько? «Какой пакет услуг вам интересен?» «Что для вас важно при выборе поставщика услуг?»
<b>Закрытые</b>	<b>Инициатива (возможно ответить только «да» или «нет»)</b>	«У вас есть Интернет?»
<b>Уточняющие</b>	<b>Претензии, недовольства</b>	«Скажите что именно?» «Вы сказали более современные технологии, позвольте спросить, что вы имеете в виду?»
<b>Альтернативные (или выбор без выбора)</b>	<b>Стимулирование принятия решения</b>	«Вам удобнее позвонить в первой или второй половине дня?»

# ВЫЯВЛЯЕМ ПОТРЕБНОСТИ

<b>Ситуационные</b>	<b>Вопросы о фактах и подробностях обстоятельств клиента в данный момент</b>	<b>«Вы заинтересованы в другом тарифном плане?»</b>
<b>Проблемные</b>	<b>Вопросы о проблемах, затруднениях, которые испытывает клиент и которые вы можете устранить с помощью вопроса</b>	<b>«Вам важны особые условия сотрудничества?»</b>
<b>Направляющие</b>	<b>Направляют внимание клиента на преимущества решения проблемы с помощью вашего предложения</b>	<b>«Вы заинтересованы в экономии ваших средств?»</b>

# ПРЕДСТАВЛЯЕМ ПРОДУКТ

*Девиз: Презентация эффективна, когда она, как костюм на примерке, подогнана под конкретного клиента.*

*Цель: Показать как Ваше предложение решает проблему клиента.*

*Средства: Знание товара, уверенная речь, убедительные аргументы, техника «Свойство- Выгода-Зацепка» .*

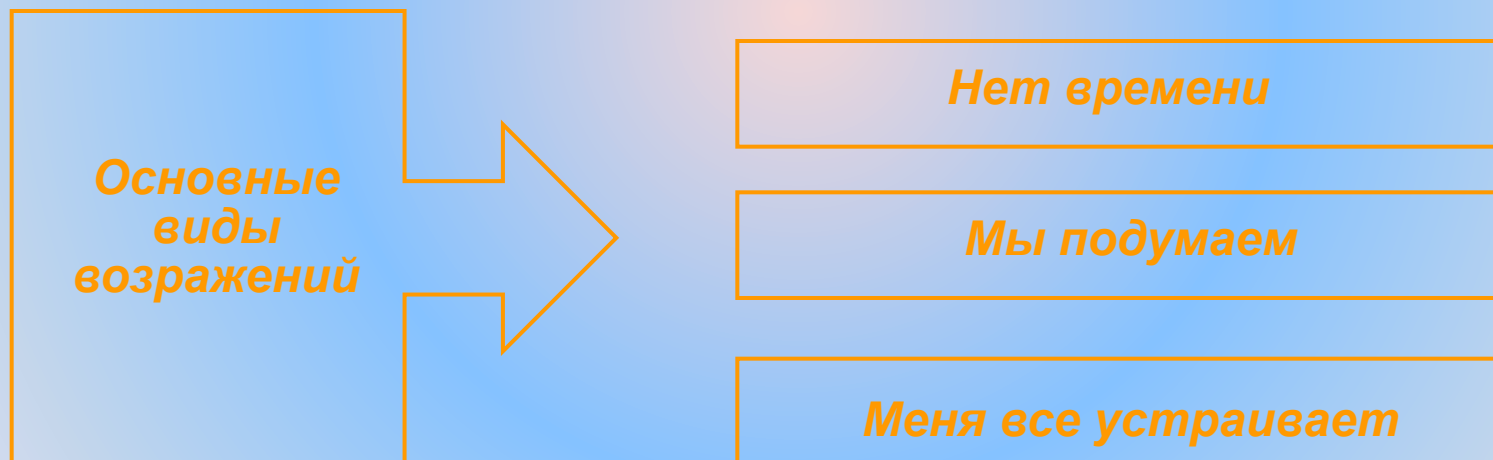


# СНИМАЕМ ВОЗРАЖЕНИЯ

*Девиз: Продажа не начинается пока клиент не говорит первое «нет».*

*Цель: Понять истинную причину возражений, снять сомнения клиента – продолжить диалог.*

*Средства: Согласие, уточнение, аргументация, сравнения, подведение итогов.*



# РАБОТА С ВОЗРАЖЕНИЯМИ

Когда клиент высказывает возражение он:

- Дает возможность понять, что для него важно;
- Сообщает, что его беспокоит;
- Готов выслушать ответ или разъяснение, получить информацию.

**Помните!**

**Возражение - первый признак желания купить.**

Только выявленные возражения помогают продвигаться вперед. Они указатели того пути, по которому следует двигаться.

Если клиент говорит: «Я хотел бы подумать об этом» или «Я не знаю» — вам следует попытаться узнать о причинах сомнения. Задайте своему клиенту вопросы такого рода:

«Какая информация Вам необходима для принятия решения?»

«В чем состоят Ваши сомнения?»

**Приложите все усилия для того, чтобы выявить все сомнения и возражения клиента.**



# ЦИКЛ РАБОТЫ С ВОЗРАЖЕНИЯМИ

1. Выслушать полностью, не перебивая

2. Уточнить все непонятные моменты

Пример:

Клиент: «Вы будете искать слишком долго.»

Продавец: «Как Вы считаете, сколько должен длиться поиск?»

3. Принять возражение

Пример:

Продавец: «Конечно, на это можно посмотреть и так...»

«Да, это очень важный момент...»

«Да, такая точка зрения существует...»

4. Понять какой за возражением стоит мотив

5. Привести аргументы на выявленный мотив

6. Закрыть возражение

Пример:

Продавец: «Надеюсь, Вам это кажется разумным? Так мы решили этот вопрос?»

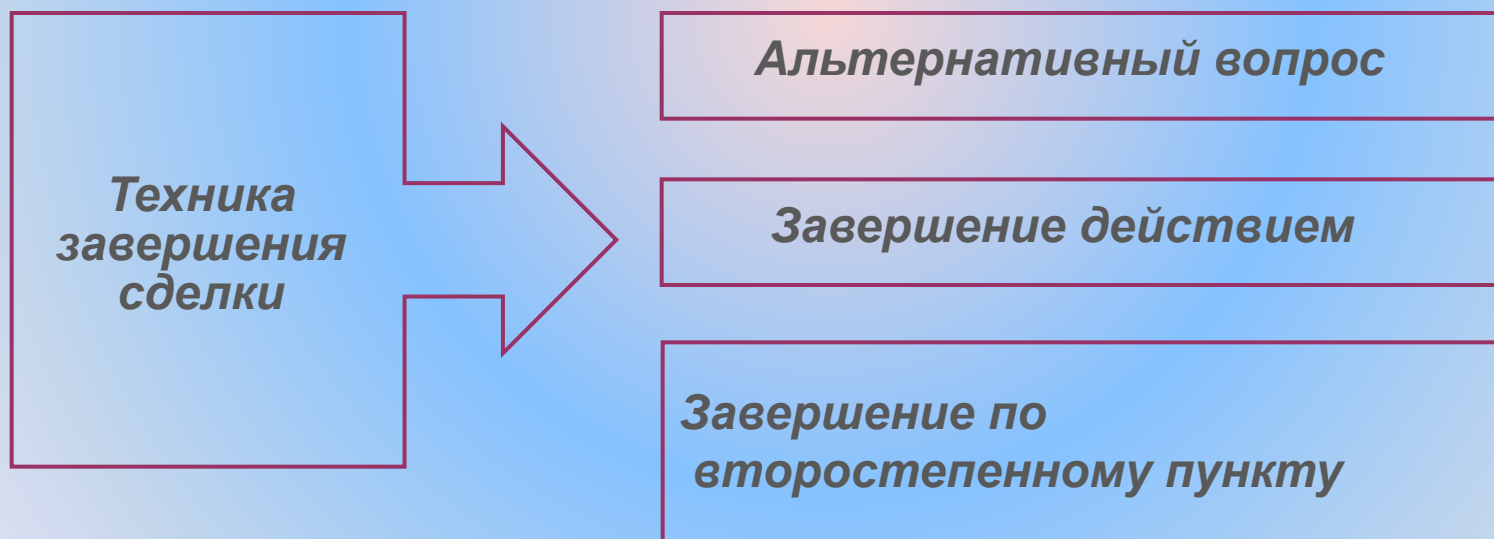
**Никогда не спорьте! Выиграешь спор — потеряешь клиента!**

# Завершаем сделку

*Девиз: Не заставляйте клиента думать – говорите, что ему делать.*

*Цель: Подвести клиента к принятию решения и покупке.*

*Средства: Просьба заключить договор или оставить заявку.*



**Спасибо за внимание**