Базовые Основы продаж

Обучение торговых менеджеров.3 день

Основные определения:

Продажа это неотъемлемая часть нашей жизни…

Все это продажа…

Продажи везде вокруг нас…

DeSheli

Продажа:

Нам продают идеи, мы продаем идеи:

Продажа:

Мы продаем свой опыт и навыки:

[redacted]

[redacted]

DeSheli

Основы Продажи:

Продажа состоит из 4 компонентов:

Эмоции:

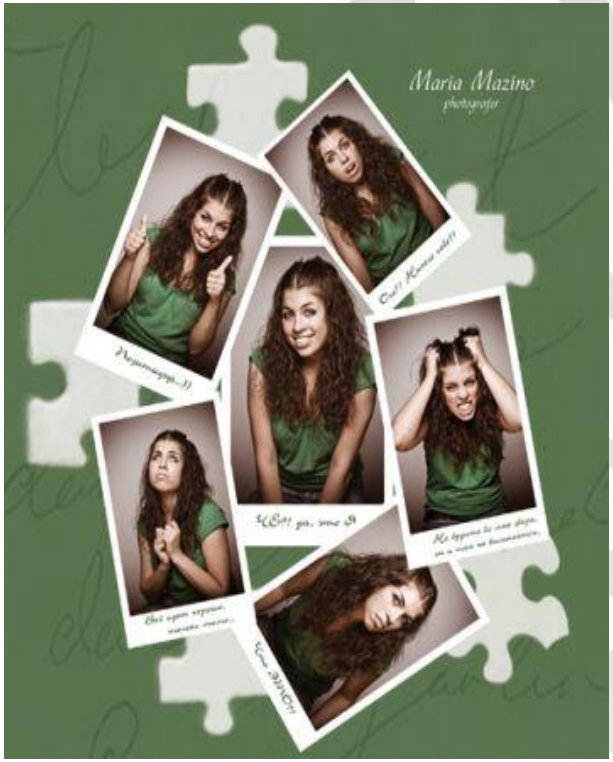
Благодаря им мы совершаем различные поступки

А также почти все покупки…

DeSheli

Эмоции:

Продукция и презентация должны вызывать положительные эмоции



Восхищение

Удивление

Удовлетворение

Восторг

Умиление

Радость

DeSheli

Выгода:

Показывает нам положительные стороны покупки

Приобретение должно быть взаимовыгодным

Клиент:

1. Здоровье
2. Результат
3. Цена и качество
4. Удобство и сервис

Компания:

1. Прибыль
2. Клиент
3. Рекомендация

DeSheli

Выгода:

Примеры выгодности приобретения:

Удобство:

1.Личный домашний спа салон

2.Мобильность спа салона

3.Экономия времени

Цена и экономия:

1.Экономия денег на посещении спа салона

2.Скидка постоянного клиента

3.Денежная скидка и удобные условия рассрочки

DeSheli

Выгода:

Примеры выгодности приобретения:

Красота и здоровье:

1.Натуральные ингредиенты

2.Гарантия омоложения кожи

3.Лечение проблем кожи

Сервис:

1.Бесплатная диагностика

2.Личный консультант и личный косметолог

3.Доставка и обслуживание

DeSheli

Вопросы:

Благодаря вопросам к клиенту мы получаем:

1. Клиента как активного участника презентации
2. Необходимую информацию о потребностях и желаниях клиента
3. Помогаем клиенту задуматься о необходимости продукции

DeSheli

Вопросы:

Любой вопрос поможет:

1. **Слушать**
2. **Думать**
3. **Отвечать**

Открытый тип вопроса

Предполагает ответ в произвольной форме

Закрытый тип вопроса

Предполагает один вариант ответа

Вопросы:

Примеры открытого типа вопросов:

1. Что Вам важно при приобретении косметики?
2. Как Вы относитесь к своему внешнему виду?
3. Как часто Вы посещаете косметолога или спа салоны?
2. Какие Ваши ощущения от процедуры?

DeSheli

Вопросы:

Примеры закрытого типа вопросов:

1. Нам хотелось бы всегда выглядеть молодо и красиво, верно?
2. Приобретая косметику важен результат от ее использования, согласны?
3. Вам хотелось бы иметь такой личный спа салон у себя дома?
2. Это выгодно экономить средства на посещениях спа салонов, согласны?

DeSheli

Предложения:

Предложения помогают клиенту:

1. **Думать о покупке**
2. **Принять решение**

Типы предложений:

Прямые и Скрытые

DeSheli

Предложения:

Примеры прямого типа предложений:

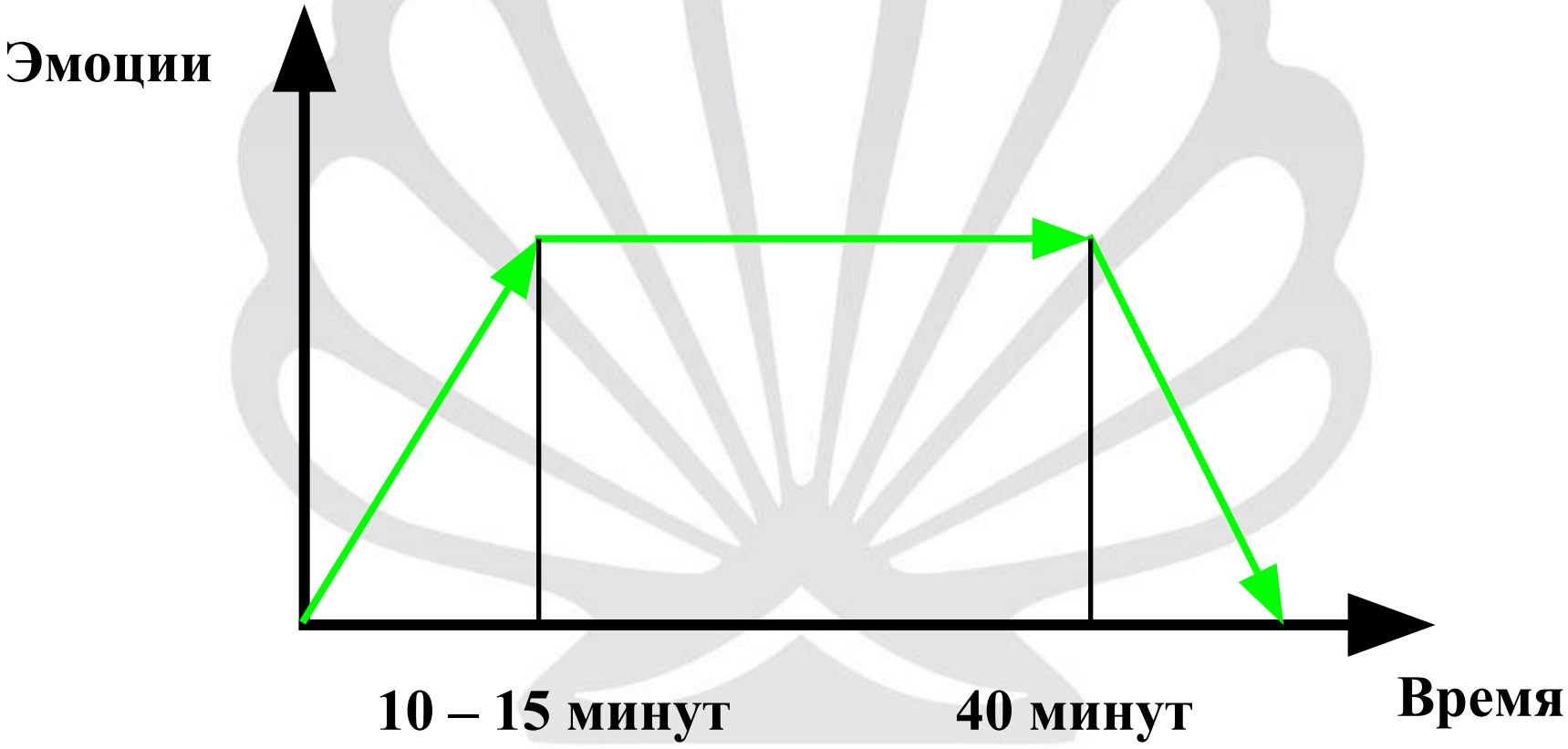
- ***Вы уже готовы приобрести наш набор?***
- ***Вам хотелось бы приобрести нашу продукцию сегодня?***
- ***Так вы решились купить?***

Примеры скрытого типа предложений:

- ***Если бы у вас была наша продукция вы бы ей пользовались?***
- ***Как Вам удобнее приобрести, в кредит или сразу?***
- ***Такую выгодную скидку нельзя упускать, Вы согласны?***

DeSheli

Диаграмма презентации:



Момент продажи:

Порядок проведения презентации

Основные этапы и ключевые моменты

1. Знакомство (установление доверия)
2. Цель презентации и звонок в офис
3. Рассказ о компании и кристаллах (новый век в косметологии)
4. Ознакомление с прайс листом
5. Рекомендации и подготовка рабочего места
6. Процедура на ½ лица (форма вопросов)
7. Подтверждение результата
8. Выгодное предложение приобретения сегодня
9. Процедура на вторую ½ лица (форма инструктажа)
10. Анкета и звонок координатору (получение условий приобретения)
11. Оформление договора и инструктаж

DeSheli

Знакомство (установление доверия):

Доверие – Фундамент отношений

Клиенты хотят большего, чем просто продукт или услуга: они хотят, чтобы к ним хорошо относились

Ключевые моменты:

1. Внешний вид: корпоративный стиль, халат, опрятность и чистота
2. Знакомство: улыбка, позитивность общения, доброжелательность
3. Комплименты и общие темы: хобби, погода, квартира, дети, домашние животные
4. Обращение по имени

DeSheli

Цель презентации и звонок в офис:

2 Основные цели презентации:

1. Бесплатная рекламная акция в целях ознакомления с продукцией компании и спа в подарок
2. Выгодность приобретения продукции на день презентации

Звонок координатору о начале презентации

DeSheli

Рассказ о компании и кристаллах:

1.Рассказ о компании:

Время основания и работы, Страна производитель, основное направление деятельности, акцент на технологии

2.Рассказ о кристаллах:

История изобретения, основной принцип работы, уникальность запатентованной технологии будущего

DeSheli

Ознакомление с прайс листом:

1. Ознакомление с прайс листом набора до 35 и набора после 35
2. Объяснение стоимости 2-х наборов после первого приобретения

DeSheli

Рекомендации и Подготовка рабочего места:

1. Объяснение клиенту правильности заполнения рекомендаций
2. Подготовка к процедуре: удобное место, вода, повязка для волос, помыть руки
3. Дополнительные приготовления: набор в открытом виде, каталог продукции, электричество для прибора

DeSheli

Процедура на первую ½ лица:

Форма вопросов:

1. Используете ли Вы очищающие косметические средства?
2. С какими проблемами Вы сталкиваетесь при уходе за кожей лица?
3. Что Вы знаете о полезности ультразвука и световой терапии?
4. Помогают ли Вам те средства, которыми Вы пользуетесь?
5. Какие ощущения Вы испытываете?
6. Вам хотелось бы выглядеть на несколько лет моложе?
7. Как вы считаете, заботиться о коже надо с ранних лет?

Подтверждение результата:

1. После проведения процедуры необходимо выбрать хорошее освещение и удобное зеркало для оценки результата
2. Обратить внимание на основные изменения: носогубная складка, мимические морщины возле глаз и на лбу, овал лица, цвет кожи, пигментация, “мешки” под глазами, общие ощущения

DeSheli

Выгодное предложение приобретения сегодня:

1. Предложение о приобретении продукции
2. Ознакомление с выгодными условиями приобретения

DeSheli

Процедура на вторую ½ лица:

Форма инструктажа:

1. Посмотрите какое количество необходимо наносить при использовании препаратов
2. Попробуйте сами поработать прибором
3. Вам не нужно будет делать такую процедуру каждый день
4. Основные рекомендации по применению каждого средства

DeSheli

Анкета и звонок координатору:

1. Объяснение цели анкетирования
2. Заполнение ответов клиента
3. Подобрать подходящие условия приобретения для клиента на сегодняшний день
4. Сделать звонок координатору и выяснить есть ли такие условия в компании

DeSheli

Оформление договора и инструктаж

1. Правильное оформление договора
2. Рассказ и запись клиента на диагностику через отдел сервиса
3. Объяснение последующего сервиса и цен для постоянных клиентов
4. Повторное объяснение использования препаратов серии

DeSheli

Основные возражения клиентов

Обучение Торговых менеджеров. 3 день.

Возражения:

- Способ отказа от предложения приобрести продукцию
- Наличие возражений показывает прямую заинтересованность клиента в приобретении
- Все возражения стандартны и делятся на типы
- Тип возражения помогает узнать тип клиента
- Возражения клиентов – наш ключ к успеху

DeSheli

Основные типы возражений и причины их появления:

1. “Надо подумать” *Отсутствие эмоций и цели презентации*
2. “Дорого” *Необъясненное соотношение цены и качества*
3. “Нет необходимости” *Отсутствие диалога и доверия*
4. “Куплю, но потом” *Непонимание выгоды от приобретения сегодня*
5. “Уже есть другая косметика” *Мало информации о продукции и компании*
6. “Надо посоветоваться” *Недоверие к консультанту*
7. ”Хочу посмотреть результат завтра” *Плохо проведенная процедура*

DeSheli