

MIIT

# ТЕХНИКА ПРОДАЖ



1. НАЧАЛО ВОВРЕМЯ!
2. КОНСТРУКТИВНАЯ АКТИВНОСТЬ ВСЕХ УЧАСТНИКОВ.
3. ВЫСКАЗЫВАЕМСЯ ПО-ОДНОМУ, ЛИЧНО И КРАТКО.
4. АНАЛИЗ БЕЗ ОЦЕНКИ.
5. ВЫКЛЮЧАЕМ МОБИЛЬНЫЕ ТЕЛЕФОНЫ.
6. КАЖДЫЙ ИМЕЕТ ПРАВО НА ОШИБКУ.

**РАСПИСАНИЕ:**

НАЧАЛО: **11-00**

ПЕРЕРЫВ №1: **12-00:12-15**

ОБЕД: **13-30:14-00**

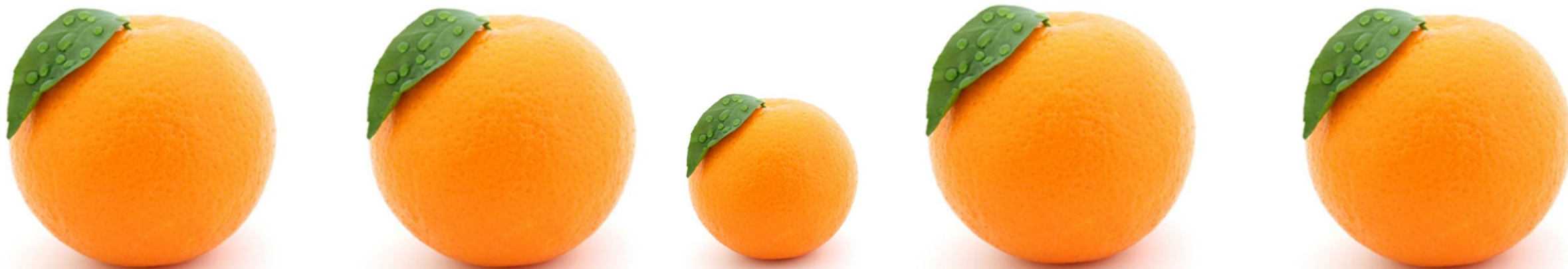
ПЕРЕРЫВ № 2: **15-30:15-45**

ФИНИШ: **17-00**

*«Если Вы понимаете «стандарт» как лучшее из достигнутого на сегодняшний день, и завтра это лучшее нужно будет внедрять в практику - Вы на верном пути.*

*Но если Вы понимаете стандарт как ограничение - прогресс остановится».*

*Генри Форд*



**Продать** – это значит:

1. Удовлетворить потребности покупателя, но в увеличенном объеме.
2. Дать покупателю то, что он еще не знает, что хочет.

*Делать это таким образом, чтобы он пришел к нам снова и снова!*

**Клиентоориентированная продажа** – это результат удовлетворения клиента путем индивидуального подхода, нацеленного на долгосрочные отношения с клиентом.



Прямые  
продажи

# ЭТАПЫ ПРОДАЖ?

**Подготовка**

**Установление контакта**

**Выявление потребностей**

**Презентация продукции**

**Работа с возражениями**

**Стимулирование дополнительного спроса**

**Горячий этап**

**Завершение и оформление покупки**

### 1. Прийти заранее

- Не переставляйте будильник!
- Знайте мелочи, отнимающие время.
- Отведите время на рутину и отбросьте лишнее.
- Учитывайте непредвиденные обстоятельства.

### 2. Самоподготовка

- Утро начинается с улыбки. =)
- Пустая коробка для лишнего и негатива.
- Внешний вид – половина успеха!
- Ежедневная пятиминутка.
- Цели и задачи - каждый новый день улучшает ваши знания и навыки.

### 3. Подготовка рабочего места

- Открытие смены.
- Протереть оборудование.
- Аккуратно разложить все необходимые предметы и материалы.

### 4. Мерчендайзинг

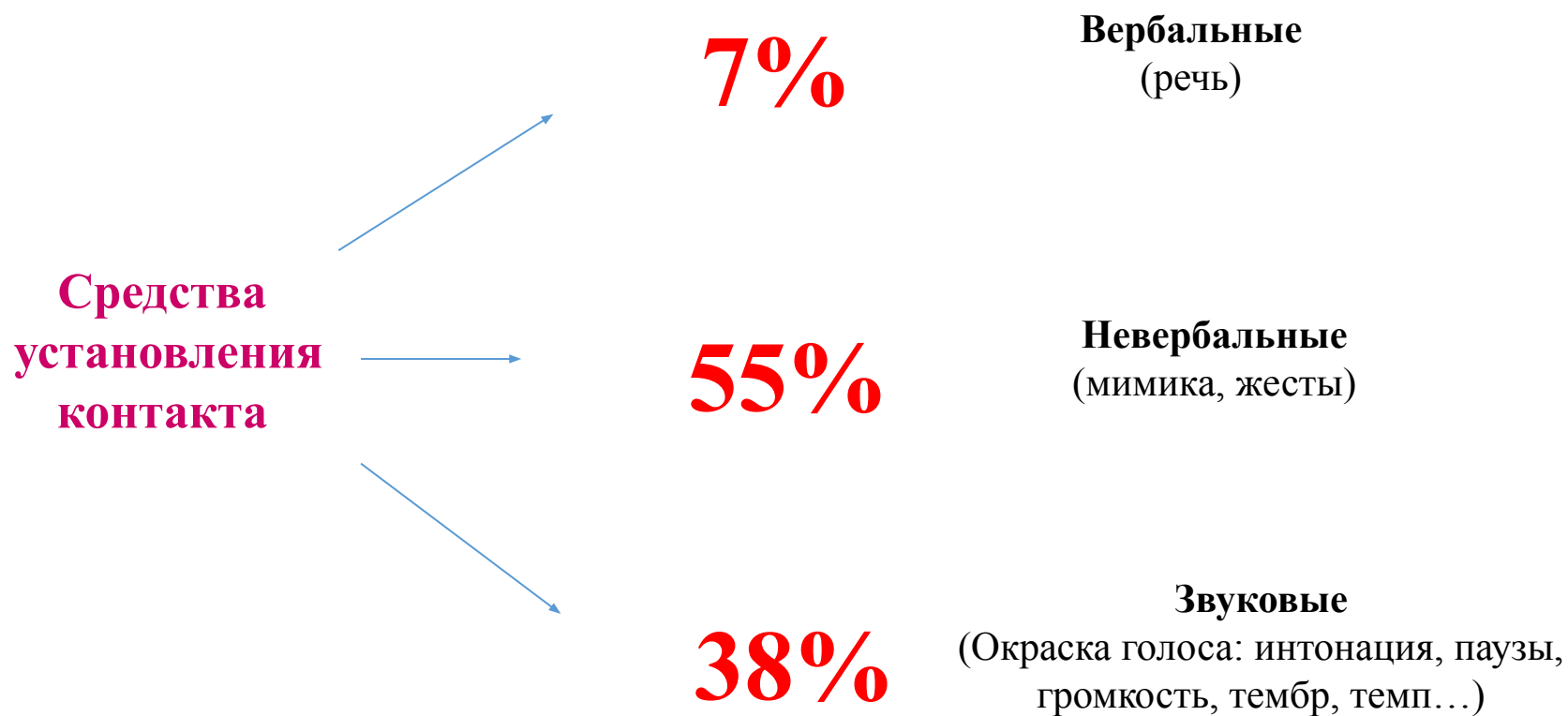
- Протереть оборудование.
- Выставить товар по первой линии.
- Проверить наличие ценников.
- Проверить тестеры.
- Проверить на актуальность и в случае необходимости заменить афишетки и имиджи.

### 5. Пополнение знаний

- Изучить информацию по новинкам.
- Проверить информацию по новым акциям.
- Повторить рабочую информацию и инструкции.

**Цель установления контакта:**

1. Создать положительное впечатление у Клиента.
2. Вовлечь Клиента в диалог.



# УСТАНОВЛЕНИЕ КОНТАКТА

## Алгоритм:

**Визуальный контакт**

**Открытая поза + улыбка**

**Поприветствовать покупателя:**

*«Добро пожаловать в MIXIT» ☺*

**Пауза (от 10сек. - до 1 мин.)**

**Контактная фраза:**

Рекомендуемые фразы «Крючки внимания» для вступления в диалог:

### **Вариант №1**

Покупатель продолжает «гулять», ничего конкретно не смотрит, за консультацией не обращается по залу



- ✓ *«Вы уже что-то пробовали из нашей косметики?»*
- ✓ *«Вы уже знакомы с брендом MIXIT?»*
- ✓ *«Обратите внимание, сегодня в нашем магазине при покупке от XX рублей Вы получаете (скидка, подарок, ...). Предложение является ограниченным»*

### **Вариант №2**

Покупатель берет в руки какое – то конкретное средство и начинает его изучать (рассматривать, читать состав)



- ✓ *«У этого шампуня (или ...) особый состав...»*
- ✓ *«Эта маска (или ...) является хитом наших продаж»*

### **В случае если покупатель отказался от консультации**

*«Меня зовут (СВОЕ ИМЯ), если у Вас возникнут вопросы, пожалуйста обращайтесь»*

**Пауза (от 30сек. - до 1 мин.)**

**Подойти к покупателю повторно**



# ПРЕЗЕНТАЦИЯ БРЕНДА

*«Вы уже знакомы с брендом MIXIT?»*

**MIXIT - это лаборатория современной косметики**

**наша концепция**

**КРАСОТА И МОЛОДОСТЬ ЕСТЕСТВЕННЫМ ОБРАЗОМ!**



Закон моментальной фотографии:

*НЕ БЫВАЕТ ВТОРОГО ШАНСА СОЗДАТЬ ПЕРВОЕ ВПЕЧАТЛЕНИЕ*

– оно формируется первые 20-30 секунд.



**УЛЫБАЙТЕСЬ!**



**Фразы:**

В ситуации нехватки информации рекомендуется сказать:

*«Я уточню Ваш вопрос».*

Когда нужно привлечь внимание покупателя:

*«Рекомендую Вам обратить внимание...»*

Когда требуется время:

*«Подождите, пожалуйста, минуту\3 минуты».*

**Действия:**

- Предложить покупателю корзинку *«Возьмите, пожалуйста, корзинку – так Вам будет удобнее».*
- Проводить покупателей к месту расположения товара.
- Оставлять покупателей в поле зрения.
- Продавцам находится в разных зонах зала;
- Внимательно слушать покупателя;
- Разговаривать по мобильному телефону только вне торгового зала и в нерабочее время;
- Уделить внимание ребенку, если он пришел с покупателями.
- Уделить внимание мужчине, сопровождающему женщину-покупателя.



**Цель выявления потребностей:**

1. Понять цель визита клиента;
2. Определить критерии выбора.

**КРАСОТА****СТАТУСНОСТЬ****ВЫГОДА****УДОБСТВО****КАЧЕСТВО**

*Тот, кто утверждает, вызывает сопротивление.*

*Тот, кто спрашивает, тот управляет!*

*Задавайте вопросы, слушайте ответы!*

## Типы вопросов:



### *Закрытые*

Предполагают  
краткий ответ  
**ДА\НЕТ**

### *Открытые*

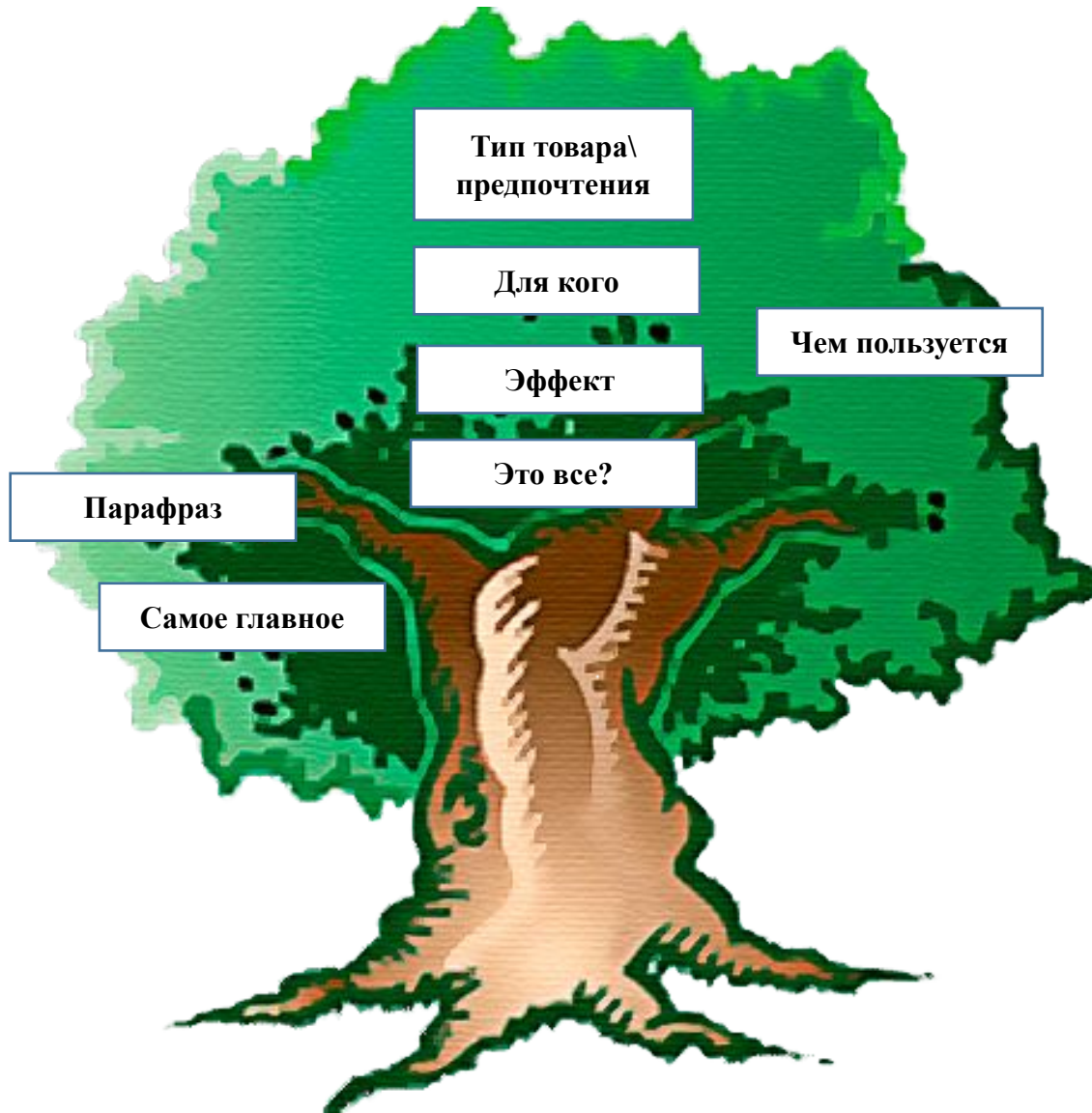
**Что? Как? Какой?**  
**Почему?**  
**Насколько?**  
Предполагают  
развернутый ответ.

### *Альтернативные*

Предполагают выбор  
**ИЛИИЛИ**

## Воронка вопросов:





Дерево принятия решений

**✓ «Поддержка»**

После каждого ответа покупателя, дайте обратную эмоциональную связь:

*«Отличный выбор», «Получать и дарить подарки – это всегда приятно!», «Замечательно, что Вы обратились именно к нам», «Уверена, мы подберем Вам именно то, что нужно».*

**✓ «Поддакивание» (слушание с целью «поддержки» клиента)**

Звуковое выражение поддержки и понимания чувств собеседника:

*«Понимаю Вас...», «Конечно...», «Согласна...»*

**✓ «Эхо»**

Дословное повторение последних или ключевых слов клиента:

*Клиент: «Мне нужен подарок к празднику»,  
Продавец: «К празднику...»*

**✓ Парافраз/ резюмирование**

Повторение слов клиента своими словами в утвердительной форме:

*«Если я Вас правильно понял (а), Вам бы хотелось», «Другими словами..»,  
«Иначе говоря..», «Давайте подведем итог: Вы выбираете...»*

**Цель этапа:** продемонстрировать все преимущества товаров.

**Порядок действий:**

**1. Обращаем внимание покупателя на продукт:**

*«Я хочу Вам предложить... Давайте попробуем/посмотрим поближе!»*

**2. Продемонстрировать продукт:**

**Эффект шенка**

Даем покупателю продукт в руки, для получения тактильной информации.

**Техника «Свойство- выгода»**

Рассказать о преимуществах продукта на «языке пользы», в соответствии с эмоционально значимой потребностью.

**Техника детализации**

Рассказать более подробно о составе продукта и способе применения.

**4. 3 эмоционально значимых вопроса**

*«Вам нравится текстура, аромат?»*

*«Что Вы думаете по поводу этого продукта?»*

*« Как Вы считаете...?»*

**5. Сделать комплимент выбору:**

*«Эта маска для волос придаст Вашим волосам еще больше шелковистости»*



**Три ключевых слова в вопросах:****"Ощущать";**

Каждый что-то чувствует.

*«Вам нравится текстура? Аромат?»*

**"Думать";**

Вопрос требует от собеседника определенной позиции.

*«ЧТО Вы думаете по поводу этого продукта? Вам нравится?»*

**"Считать";**

Вопрос *«Как вы считаете...?»* требует от покупателя точного ответа.



**Цель работы с возражениями:** изолировать возражения.

Возражения — это показатель двух аспектов продажи:

1. Клиенту небезразлично наше предложение,  
у клиента есть интерес, у нас есть шанс.
2. Наличие большого кол-ва возражений и вопросов —  
это следствие вашей слабой подготовки  
продажи на предыдущих этапах.

**Возражение** – недостаток информации.

Любое возражение – Ваш помощник в продажах!

Грамотно преодоленное возражение = **ПРОДАЖА.**

## 1) Выслушайте клиента;

Не перебивайте! Дайте клиенту выпустить пар. Смягчите возражение своим вниманием.

*Киваем.*

## 2) Выразите понимание;

Согласитесь не с возражением, а с правом клиента на возражение

*«Я Вас услышала/поняла», «Хорошо, что Вы об этом сказали..»*

## 3) Психологически присоединитесь к возражению, задайте вопрос (по ситуации);

Попросите подробнее изложить суть, необходимо понять истинную причину.

*«Это все, что Вас смущает, или есть еще что-то?», «Почему Вы так считаете?»*

*«Скажите, с чем Вы сравниваете/с чем связано Ваше мнение?»*

## 4) Аргументированно ответьте

Перейдите от минусов клиента к плюсам наших изделий.

*«Вы не первый, кто говорит об этом - на самом же деле всё обстоит так..»*

*«Вы задали отличный вопрос, сейчас я расскажу об этом подробнее..».*

## Рекомендованные фразы в общении с покупателями:

### Фразы:

В ситуации когда нужно опровергнуть мнение покупателя:

*«На самом деле..», «..тогда, как..», « ..в то же время..»*

### Действия:

Выслушать, не перебивая клиента;

Ответить, не споря с ним;

Оставаться спокойным, не принимая возражения на свой счет;

Быть доброжелательным, не показывая разочарование;

Стараться помочь, не игнорируя возражения.

**Никогда не подвергайте сомнению обоснованность возражений клиента!**

### Цель стимулирования дополнительного спроса:

Увеличить сумму чека.

### Порядок действий:

#### **Предложить дополнительную позицию.**

Обязательно к выбранному покупателем товару нужно предложить варианты, сочетающиеся с ним.

*«А к этому средству я могу Вам предложить... Давайте посмотрим!»*

*«Для достижения максимального эффекта я предлагаю Вам... Давайте посмотрим!»*

**Цель «горячего этапа»:** предложить покупателю больше возможностей для совершения покупки и повысить лояльность к бренду.

### Рассказать о:

□ О бонусной программе

*«У Вас есть наша бонусная карта? Объяснить выгоду покупателю... »*

□ акциях

*«У нас проходит акция при покупке..», «У нас снижена цена...».*

□ новинках

*«Также в нашем магазине представлена новинка ... В ее состав входит...», «У нас появился новый продукт».*

□ возможности приобретения подарочных сертификатов

*«В наличии имеются подарочные сертификаты номиналом 1000, 1500, 3000, 5000 рублей»*

**Цель завершения продажи:** Подвести клиента к покупке и оставить позитивный эмоциональный фон.

**1. Завершить презентацию - «Отличный выбор!»**

**2. Завершить консультацию в зале**

**3. Расчет и оформление покупки:**

1. Поздороваться – *«Доброе утро/Добрый день/Добрый вечер»*
2. Обратит внимание на товары в прикассовой зоне – *«Рекомендую обратить внимание на...»* (по ситуации)
3. Уточнить наличие бонусной карты - *«У Вас есть наша бонусная карта?»*
4. При отсутствии Б.К. рассказать о ее преимуществах и предложить оформить *«"Бонусная карта выдается при любой покупке и является накопительной. За каждую 1000 рублей начисляется 30 бонусных баллов, 1 балл-1рубли. Баллами можно оплачивать до 30% от стоимости покупки. Баллы не сгорают.»*
5. Предложить заполнить анкету на получение бонусной карты.
6. Предложить покупателю варианты упаковки *"Вам упаковать в обычный пакет или оригинальную (подарочную/ брендованную) упаковку?"*
- 7. При сканировании каждой единицы товара проговаривать вслух его название читая с упаковки.**
8. Помочь упаковать товар в пакет
9. Если у покупателя есть Б.К, то ее необходимо сканировать и спросить у покупателя *«Вы хотите списать или накопить баллы?»*.
10. Назвать сумму – *«Сумма Вашей покупки с учетом ..% скидки составит...»*
11. Уточнить способ оплаты - *«Какой выберете способ оплаты?»*.
12. Четко назвать полученную от покупателя сумму денег и обязательно держать деньги на виду у покупателя - *«Ваши 500р.»*.
13. Проверить купюры, провести оплату.
14. Четко назвать сумму сдачи – *«Ваш чек и сдача 52 р., 5 коп.»*
15. Передать сдачу вместе с чеком покупателю.
16. Если происходило накопление баллов на карту, необходимо покупателю сообщить *«С этой покупки на Вашу карту начислено XX баллов.»*

**4. Попрощаться с покупателем (правило 4х «П»):**

Сделать комплимент выбору (Похвалить) – *«Прекрасный выбор, я уверена, Вы останетесь довольны.»*

Поблагодарить - *«Спасибо за покупку/общение...»*.

Пригласить снова стать покупателем - *«Приходите к нам еще, будем рады видеть Вас снова!»*.

Доброжелательно попрощаться – *«Всего доброго», «Хорошего дня»*.

M I  I T

**УСПЕХОВ В  
ПРОДАЖАХ !!!**

M I  I T