

Техника продаж



WELCOME

ЦЕЛИ ТРЕНИНГА



- ▣ *Избавиться* от внешних и «внутренних» страхов
- ▣ *Повысить* уровень профессионального развития
- ▣ *Выработать* единый подход к работе с клиентами
- ▣ *Осознать* и отработать навыки, необходимые для успешных продаж

ЭТАПЫ ПРОДАЖ

Установление контакта

Выявление потребностей

Презентация товара

Работа с возражениями

Завершение продажи



Подготовка к продаже



- подготовка внешнего вида магазина (уборка помещения, наличие ценников навесь ассортимент товара, отсутствие перегоревших ламп, пустых полок). **Необходимо сделать пребывания покупателя в магазине комфортным!**
- подготовка внешнего вида эксперта (наличие опрятной, отглаженной формы)
- изучение продукта и сервисов Компании
- изучение стандартов работы, регламентирующих общение с покупателями
- положительный настрой на работу и общение с покупателями

Установление контакта





ПРИВЕТСТВИЕ



КОНТАКТ ГЛАЗ



УЛЫБКА



ДИСТАНЦИЯ



ПОЗА, МИМИКА И ЖЕСТЫ

Действия при установлении контакта

- *Доброе утро/день/вечер*
- Даем клиенту осмотреться и адаптироваться в новом для него месте и возобновляем контакт в зависимости от поведения клиента в торговом зале.



Поведение клиента в торговом зале

Поведение покупателя	Что делаем	Фраза - клише
Трогает товар руками	Необходимо обратить внимание покупателя на какое-то свойство товара, сделать комплимент выбору, либо рассказать о проходящих акциях с участием товара	✓ <i>Добрый день! Это отличная модель. Кстати у нее есть интересная особенность, которая очень нравится детям...»</i> ✓ <i>«Добрый день! В данной модели используется утеплитель изософт. Вы какой размер подбираете?»</i> ✓ <i>«Добрый день! Кстати эта модель сейчас участвует в очень привлекательной (выгодной) акции...»</i>

Поведение клиента в торговом зале

Поведение покупателя	Что делаем	Фраза - клише
Ходит по торговому залу	В этом случае необходимо заинтересовать покупателя нашим ассортиментом, магазином, проходящими акциями, новинками или эксклюзивными моделями	✓ «Добрый день! В нашем магазине представлена одежда отличного качества. Давайте я вас сориентирую по нашему ассортименту?» ✓ «Добрый день! Сейчас у нас проходит очень выгодная акция. Рассказать вам о ней подробнее?» ✓ «Добрый день! Давайте я вам расскажу подробнее о нашем ассортименте? Есть очень интересные модели, которые вы больше нигде не найдете!!»

Поведение клиента в торговом зале

Поведение покупателя	Что делаем	Фраза - клише
Ищет глазами продавца	Этот клиент является инициатором контакта, в таком случае главная задача - продавца вовремя отреагировать и подойти к клиенту	✓ «Добрый день! Я вас слушаю!» ✓ «Добрый день! Я готов ответить на ваши вопросы!»

Все сотрудники заняты



Если сотрудник занят другим покупателем, необходимо установить со вновь пришедшим покупателем зрительный контакт, улыбнуться, кивнуть ему головой.

Если новый покупатель требует внимания занятого продавца, необходимо, извинившись перед покупателем, с которым общается в данный момент, обратиться к новому покупателю и сообщить, что как только кто-то из сотрудников освободится, к нему сразу же подойдут.

Например:

- покупателю, с которым работает: *«Извините, я отвлекусь на минуту, сейчас вернусь»*

- вновь вошедшему: *«Добрый день! К сожалению, сейчас все продавцы заняты, ознакомьтесь с нашим ассортиментом, а как только кто-то из нас освободится, к вам сразу же подойдут!»*

Общение с клиентом



Разговаривать с покупателем **необходимо** в вежливой и уважительной манере:

- Обращаться к покупателю на «Вы».
- Использовать в разговоре слова-индикаторы вежливости: Пожалуйста. Будьте добры. Спасибо. Благодарю Вас
- **Запрещено** обращаться к покупателю «мужчина», «женщина», «девушка», «молодой человек» и т.д
- **Запрещено** использовать сленг и ненормативную лексику.
- Если необходимо на время прервать разговор, обязательно предупредить покупателя о времени ожидания:
Подождите, пожалуйста, я вернусь через две минуты.

Недопустимые действия

- ✓ Задавать покупателю прямые вопросы о количестве денег, которые он готов потратить на покупку
- ✓ Демонстрировать действия, могущие быть воспринятыми клиентом как проявление возможного неуважения к нему (фамильярность, развязность, кокетство, сексуальный подтекст, негативные эмоции, любую форму агрессии и грубости, игнорирование и т.п.)
- ✓ Демонстрировать некомпетентность. Употреблять выражения типа «Я не знаю», «Это немое дело», «Обратитесь к другому сотруднику» и т.п., перекладывать ответственность за ситуацию на другого сотрудника магазина.
- ✓ Спорить с клиентом, открыто возражать ему, перебивать, настаивать на своем мнении, негативно оценивать слова клиента, категоричные утверждения.
- ✓ Использовать сленг и слова-паразиты («блин», «как бы», «значит» и др.)



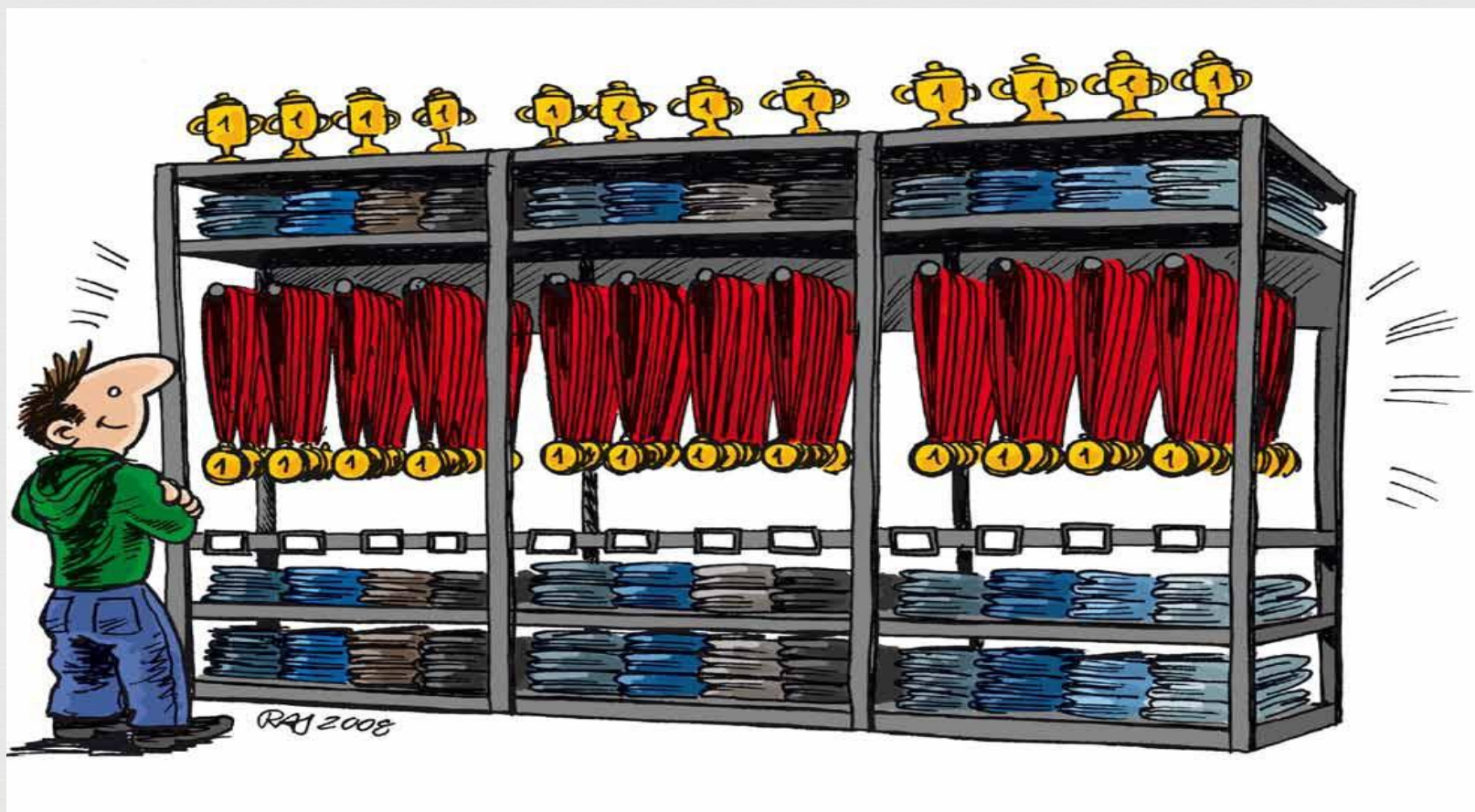
Недопустимые действия



- ✓ Использовать уменьшительные формы слов («простенькая моделька», «игрушечка», «куколка» и «коробочка» и т.п.)
- ✓ Использовать слово «нет» или «не», как начало фразы.
- ✓ Негативно высказываться **о компании-производителе, о каких-либо товарах, о конкурентах**. В случае если клиент интересуется сравнением с конкурентами нельзя давать им какой-либо оценки. Например: *«Я не знаю как дела обстоят в другом магазине, могу поручиться, что у нас самый полный ассортимент, гарантия производителя и компетентный персонал»*.
- ✓ Использовать в речи слова и словосочетания с вложенной негативной оценкой товара («дешевый», «плохой», «дорогой» и т.п.)
- ✓ Игнорировать клиента



Выявление потребности



Воронка вопросов



ОТКРЫТЫЕ ВОПРОСЫ

Они помогают собрать наибольшее количество информации. Ответы на открытые вопросы позволяют сузить темы возможного разговора.

НАВОДЯЩИЕ ВОПРОСЫ

Они помогут «подвести» покупателя к нужной вам теме и получить от него предварительное одобрение на разговор по нужной вам теме. Тем самым, предмет разговора будет сужен еще больше. Чтобы тема разговора оставалась в рамках нужных вам границ, можно воспользоваться **АЛЬТЕРНАТИВНЫМИ И УТОЧНЯЮЩИМИ ВОПРОСАМИ**

ЗАКРЫТЫЕ ВОПРОСЫ

Помогают добиться определенности и конкретики от покупателя.

РЕЗЮМИРУЮЩИЕ ВОПРОСЫ

Для подведения итогов всего услышанного

Действия при выявлении потребностей



- Начать общение с клиентом с открытого вопроса
- Уточнить для кого подбирается одежда
- Выяснить рост ребенка
- Задать **более** 2 вопросов для понимания запроса клиента



Запрещенные вопросы



- ❑ На какую сумму Вы рассчитываете? (Любая форма вопроса, касающаяся суммы, которую клиент готов потратить, запрещена! Разговор про цену возможен только если клиент интересуется сам)
- ❑ Чем Вам помочь? Что Вам подсказать?
- ❑ Что вы ищите?
- ❑ Вы ищите что-то КОНКРЕТНОЕ?
- ❑ Вы будете покупать? (вопрос о намерениях купить запрещен на этапе ВЫЯВЛЕНИЯ ПОТРЕБНОСТЕЙ)?



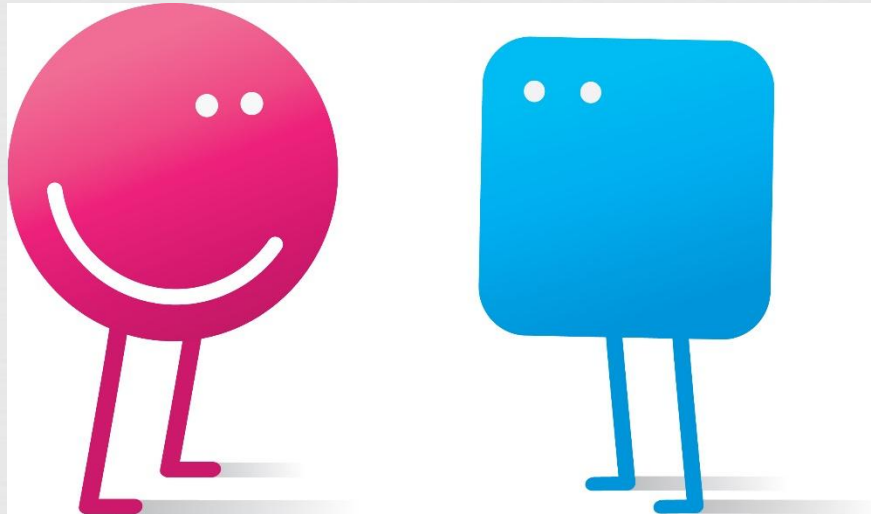
Презентация товара



Этапы презентации



- Презентация
- Расширение продажи



Обязательно донести



- ❑ **Функциональность** (все наши мелочи)
- ❑ **Качество товара** (материалы, качество изготовления, тестирование)
- ❑ **Радости и удовольствия от использования**, которые ребенок получит во время носки
- ❑ **Простота в уходе для родителей**



Техники презентации



- ❑ **Свойство-выгода** - перевод свойств товара в выгоду для клиента
- ❑ **Картина будущего** - рассказ о выгодах и преимуществах использования товара
- ❑ **Вопрос в монологе** - для акцентирования внимания на определенной функции или свойстве, в ходе рассказа о продукте, продавец задает вопрос и сам на него отвечает

Формула презентации товара



Презентация товара



□ К связующему звену относятся следующие фразы:

- «Это означает для Вас...»
- «Это обеспечивает Вам...»
- «Вам это даст...»
- «Это позволит Вам...»
- «Это означает, что Вы получите...»
- «Для Вас это означает»
- «Таким образом, Вы сможете...»



Убедительные слова



- Активность Аромат Бодрость Веление времени Вкус
Восторг Восхитительный Выразительный
Гармоничный Глубокий Гениальный Дом Духовный
Единственный в своем роде Замечательный Здоровье
Качество Красота «Крутой» Лакомый Личность
Недорогой Научный Обходительный Огромный
Оригинальный Общительный Прогресс
Первоклассный Популярный Предмет гордости
Престиж Привлекательный Разумный Рекомендует
Радость Развлечение Роскошный Сияющий Смелый
Современный Стиль Спортивный Самостоятельность
Уверенность Увлечение Успешный Чистый Ценность
Шикарный Эксклюзивный Экономия времени
Экономичный Эффектный Элегантный

Действия при презентации



- Предложить на выбор не менее 3 товаров
- Рассказать о продукте на языке выгоды для клиента
- Обязательно рассказать о компании и качестве
- Рассказать об удобстве использования и радости для ребенка
- **ОБЯЗАТЕЛЬНО** вовлечь в демонстрацию (дать в руки)



Расширение продажи



- **Презентуйте дополнительные товары одновременно с основным**
- **Связывайте выявленные потребности и презентуемые характеристики предлагаемых вариантов**

«Кстати, вы говорили еще, что ваша девочка очень любит красивые джемпера, у нас есть потрясающие джемпера с добавлением кашемира, которые будут прекрасным дополнением к куртке, которую вы уже выбрали».

- **Приводите примеры совместного использования в жизни.** Человек мыслит образами, чем ярче образ в вашем рассказе, тем больше желание клиента использовать ваш товар.

«Это прекрасная куртка, и, кстати, к ней можно подобрать отличную шапку и джемпер, это прекрасно завершит модный образ вашего ребенка».

- **Необходимо уточнить, всем ли детям выбраны модели**

«Подскажите, пожалуйста, есть еще дети в семье?»

«Отличный подарок! Есть ли у вас еще дети, которых бы вы хотели порадовать?»

«Будут ли у ваших детей знаменательные даты в ближайшее время? Я с удовольствием покажу вам несколько вариантов на будущее, чтобы потом вам было легче выбирать»

Расширение продажи



□ **Расскажите о других товарах, которые могут подойти под потребности клиента**

«В таком возрасте очень важно свобода движений, так как это прекрасно влияет на развитие ребенка. Поэтому к этой парке оливкового цвета, который вы выбрали, я могу вам предложить несколько моделей джинсов, которые отлично дополнят образ вашего ребенка»

□ **Возьмите на себя смелость порекомендовать покупателю что-то кроме... Будьте экспертом!**

«Вы знаете, как раз для этого возраста часто покупают.....

Давайте я вам покажу» «Я рекомендую.....»

□ **Предлагайте дополнительно не менее трех товаров, после получения согласия покупателя на покупку первого товара. При этом предложение также должно быть выполнено в форме презентации, объясняющей, для чего предназначен данный продукт.**

Работа с возражениями



Схема работы с возражениями



Работа с сопротивлениями принятию решению



я подумаю

Покупатель не готов совершить покупку, и говорит «Я подумаю»

Скажите, а что вас смущает?

Ответьте на сомнение, которое прозвучало, приведите значимые аргументы

Техника «Подведение итогов»

Применяется, когда покупатель не может самостоятельно принять решения. «Завис над товаром». Техника основана на том, что покупатель сам себя уговаривает на покупку товара.

Вижу, что вы еще думаете, давайте посмотрим вместе.

Что вам нравится в данном товаре?

Очень важно, чтобы покупатель сам начал перечислять плюсы товара, продавец лишь добавляет ключевые моменты

Завершение продажи



Сигналы о завершении продажи

- ☐ клиент придвинулся к Вам
- ☐ начал задавать уточняющие вопросы
- ☐ перестал возражать
- ☐ начал улыбаться
- ☐ не выпускает товар из рук
- ☐ стал рассказывать какие-то истории
- ☐ хвалит выбранный товар (удачный цвет, так хорошо сидит, такой приятный к телу материал...)
- ☐ рассуждает о том, с чем можно надеть эту вещь, куда ее можно носить



12 самых важных слов в искусстве завершения сделки:

*Задав вопрос, направленный
на завершение сделки,
замолчите ! «Проигрывает»
тот, кто заговорит
первым.*

Методы завершения сделки



- **Прямой вопрос** *«Отнести на кассу?»*
- **Правило «3 ДА» или Завершение нарастающим итогом** (покупателю задаются два вопроса, таким образом, чтоб он ответил утвердительно, и третьим вопросом спрашивают о его готовности оформить покупку)
Эксперт: «Вас устраивает?» Гость: «Да».
Эксперт: «Это то, что вы искали?» Гость: «Да.»
Эксперт: «Отнести на кассу?» Гость: «Да!»
- **Закрытие с помощью дополнительной продажи** (гость еще не сообщил о готовности покупать, но при этом невербально демонстрирует готовность покупки)
Эксперт: «Вы только комплект будете покупать или еще варежки к нему посмотрите?» Гость: «Давайте и варежки!»
- **Альтернативный вопрос** (красный или черный, будет расплачиваться пластиковой картой или наличными?)
«Вы будете брать красную или розовую куртку?»
«Будете оплачивать наличными или пластиковой картой?»
- **Упущенное преимущество** (последний товар, подорожает, пройдет акция, быстро разбирают)
«Вы знаете, это очень хорошая модель и ее быстро разбирают. Вы сейчас будете брать или отложить для вас?»

Последнее впечатление



- *Позитивные фразы после того, как клиент отдал деньги, которые надолго останутся в памяти клиента и возможно будут переданы друзьям.*
«Отличная покупка и по хорошей цене», «Вы сделали правильный выбор», «Носите с удовольствием»
- *Просто поблагодари клиента за покупку*
«Спасибо за покупку. Приходите к нам еще!»
- *Аккуратно упаковать*
- *Сообщить о специальных акциях и предложениях*
- *Сделать комплимент (ему, его выбору)*
- *Проговорить покупателю правила обмена/возврата*
- *Обязательно предложить заполнить анкету на получение бонусной карты*
- *Предложить ознакомиться с новым каталогом*



Работа с акциями



□ При вхождении в контакт:

«Добрый день! Сейчас у нас проходит выгодная акция....»

□ При презентации товара:

«Эта модель очень интересна, она обязательно вас заинтересует...тем более, сейчас на нее очень хорошая скидка/у нас проходит акция..., давайте посмотрим!»

□ При расширении продажи:

«К этой куртке отлично подойдет...Сейчас проходит отличная акция,....., в итоге вы за эту цену получаете ..., это очень удобно!»

□ При завершении сделки:

«Вы сделали замечательный выбор. Сейчас у нас проходит отличная акция наПройдемте, я вам покажу/ Посмотрите, какие отличные модели...»