

GONZO

— B A R —

8 шагов продаж
часть 1

G



КАК ПОСЕТИТЕЛЯ
ПРЕВРАТИТЬ В ПОКУПАТЕЛЯ

Работа на результат



- Суть результативной торговли заключается в том, чтобы заставить вашего покупателя сказать : «**Принесите мне это пожалуйста**», еще до того, как вы спросите:
«**Желаете попробовать?**»
- Ваша цель как профессионального продавца заключается в следующем: убедить покупателя возжелать и получить именно то, чем вы торгуете. Вот это и есть розничная торговля.

8 шагов продаж



1. Предварительная подготовка
2. Установка контакта
3. Выявление потребности
4. Презентация товара
5. Работа с возражением
6. Пробное завершение продажи
7. Закрепление продажи
8. Сбор контактов

Предварительная ПОДГОТОВКА



У Вас никогда не будет второго шанса произвести первое впечатление!

На что нужно обратить внимание:

- Чистота торгового зала
- Выкладка товара
- Встречают по одежке – вы должны быть опрятными и аккуратными.
- Недопустимы резкие ароматы, яркие цвета в макияже или маникюре.

В продажах, как ни в какой другой области очень важно завоевать доверие и расположить человека уже с первых минут.

Установка контакта



- Правильный подход к клиенту – первый шаг к продаже.
- Продажа начинается с улыбки!
- Очень важно поприветствовать покупателя!
- Первые фразы говорим в лицо клиенту, важен контакт глазами.
- Оставить личные проблемы за дверями магазина.
- Не устраивать «собраний» в торговом зале
- Никогда не судить о покупателе по его внешнему виду.
- Исключить шаблоны!
- Покупатель уже на первых секундах общения решает будет он что либо покупать у вас или нет!

Установка контакта



Два ключевых момента в начале продажи:

1. Сломить внутреннее сопротивление которое покупатель испытывает в отношении продавцов
2. Установить личные отношения, а не отношения покупатель – продавец.



Установка контакта



Эффективные начальные приемы не имеют
ничего

общего с бизнесом. Лучше всего использовать
новые необычные умные вопросы которые
побуждают покупателя начать разговор. Задавайте
открытые вопросы.

Используйте любые темы: важно сделать их более
личностными. Обратите внимание на детей
гостя, его автомобиль или поговорите о
новостях и праздниках.

Установка контакта



Никто не придумает за вас начальные приемы, вам нужно сделать это самостоятельно. Они должны стать вашими, потому что вам может быть неудобно произносить слова придуманные другими.

Чтобы преодолеть сопротивление гостя в общении с вами, не подходите прямо к нему, а придумайте как приблизиться более дружеским и менее угрожающим образом.

Установка контакта



Обязательно нужно потратить определенное время на установление контакта с помощью небольшой беседы.

Начало продажи – самая важная часть **определяющая весь процесс продажи.**

Если вы потратите время чтобы написать начальные приемы и попрактиковаться в них то будете подходить к кассовому аппарату чаще чем раньше.

Выявление потребности



«Узнай что нужно и почему, потом
предлагай»

Выявление потребности



- Чем больше вы знаете о покупателях, тем больше способны помочь выбрать товар и продать его. У вас также появляется больше возможностей предложить аксессуары и дополнительные товары, которые увеличат размер покупки и... Вашей зарплаты.
- Пытаясь установить доверительные взаимоотношения с каждым покупателем, вы не только увеличиваете потенциал продаж, но и создаете большую группу преданных покупателей, которые будут приходить снова и снова (в том числе и за вашим советом).

Выявление потребности



- Чтобы не гадать на кофейной гуще, задавайте покупателю открытые вопросы, начиная их со слов кто, что, почему, где, когда и как.
- Используйте метод воронки
- Используйте метод ВОП (вопрос-ответ-поддержка), чтобы заручиться доверием покупателей!



Выявление потребности



Презентация товара



Во время презентации должны быть достигнуты **две цели: осознание ценности товара покупателем и создание у покупателя желания владеть товаром.**

Покупатели приобретают не характеристики, а результат от использования.

Характеристики — это нечто **присущее** товару, тогда как результат от использования — то, что данная характеристика **приносит** гостю.



Презентация товара

G

мод	здесь и сейчас	1-2 дня	долгосрочный
йство	освежающий	натуральные ингредиенты	полезный
имущество	приятный эффект после насыщенного дня	не наносит вреда вашему организму при усва	при периодическом употреблении стимулирует иммунную систему
имущество	приятный эффект после насыщенного дня	не наносит вреда вашему организму при усва	при периодическом употреблении стимулирует иммунную систему



Презентация товара



Метод презентации
товара

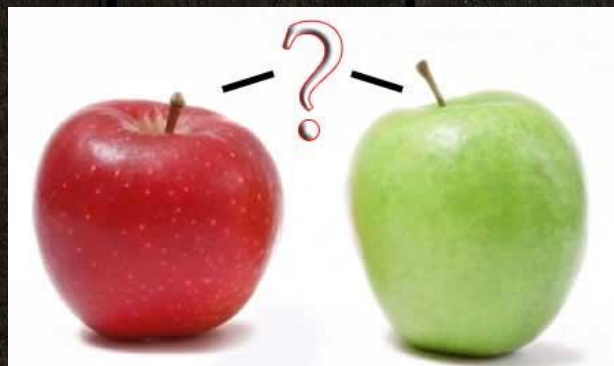
«характеристика
преимущество—
результат от
использования—
крючок» (ХПРК).



Презентация товара



Не попадайтесь в ловушку сравнения товаров: каждый товар следует продавать в соответствии с его собственными характеристиками. Разницу в цене можно объяснить разницей в материалах и работе. Если покупатели приводят с собой собственных **«экспертов»**, призванных оценить ваш товар, обращайтесь с последними вежливо, но жестко.



Презентация товара



Старайтесь не критиковать конкурирующие компании или производителей. Дискредитация товара конкурентов всегда может обернуться против вас, так как ваш негативный тон создает негативную атмосферу для покупателей





To be continued...