

**Тренинг**  
**Эффективные розничные**  
**продажи**  
**Часть 1**

## Что такое продажа?

- ✓ Продажа — это не впарить ненужное
- ✓ Продажа — это не продавить покупателя
- ✓ Продажа — это не план по продажам
- ✓ Продажа — это не продать какой-то ненужный хлам
- ✓ Продажа — это не обман покупателя.



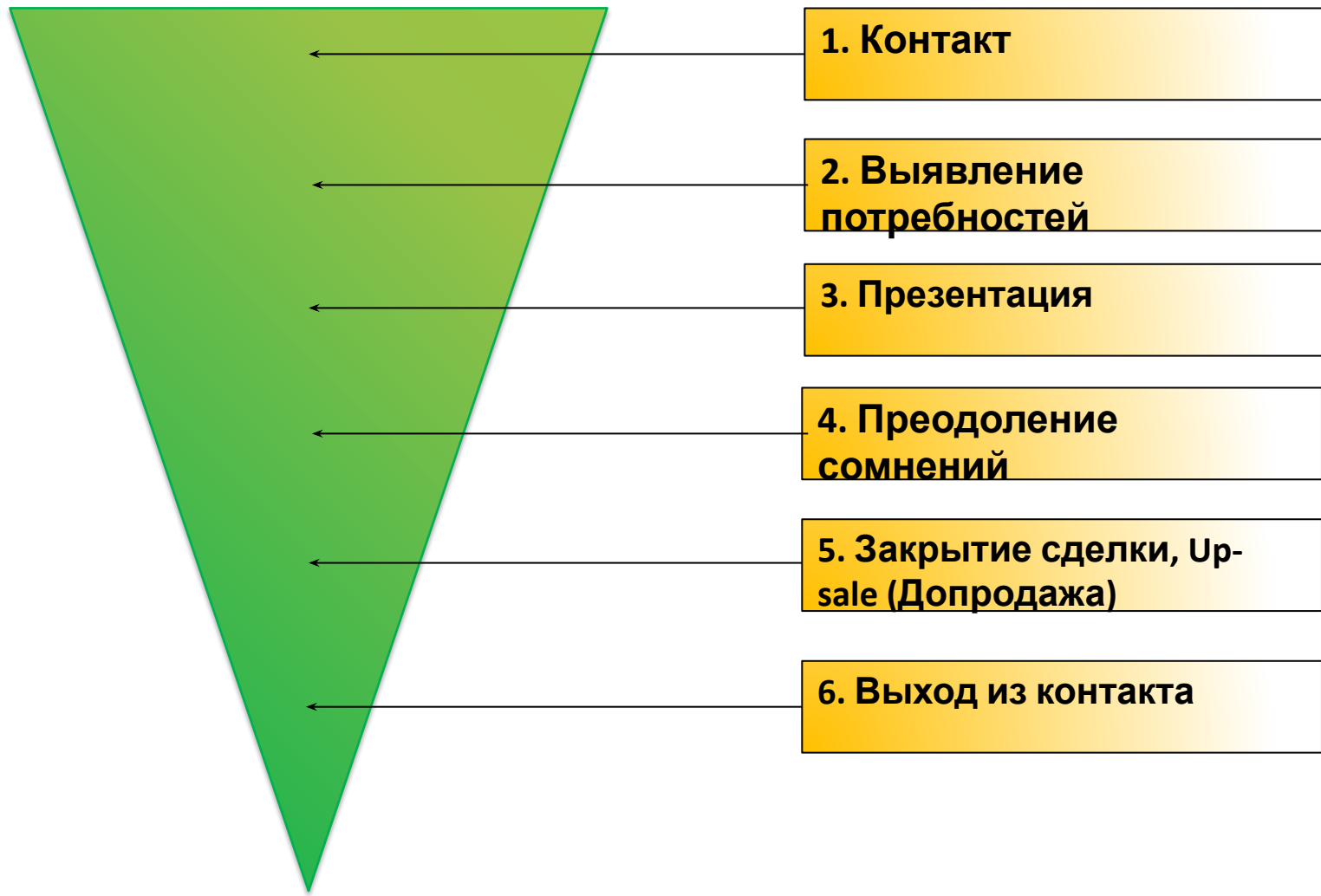
- **Продажи – Это желание помочь. Об этом и будем разговаривать.**

# Упражнение: Что такое продажа?\*

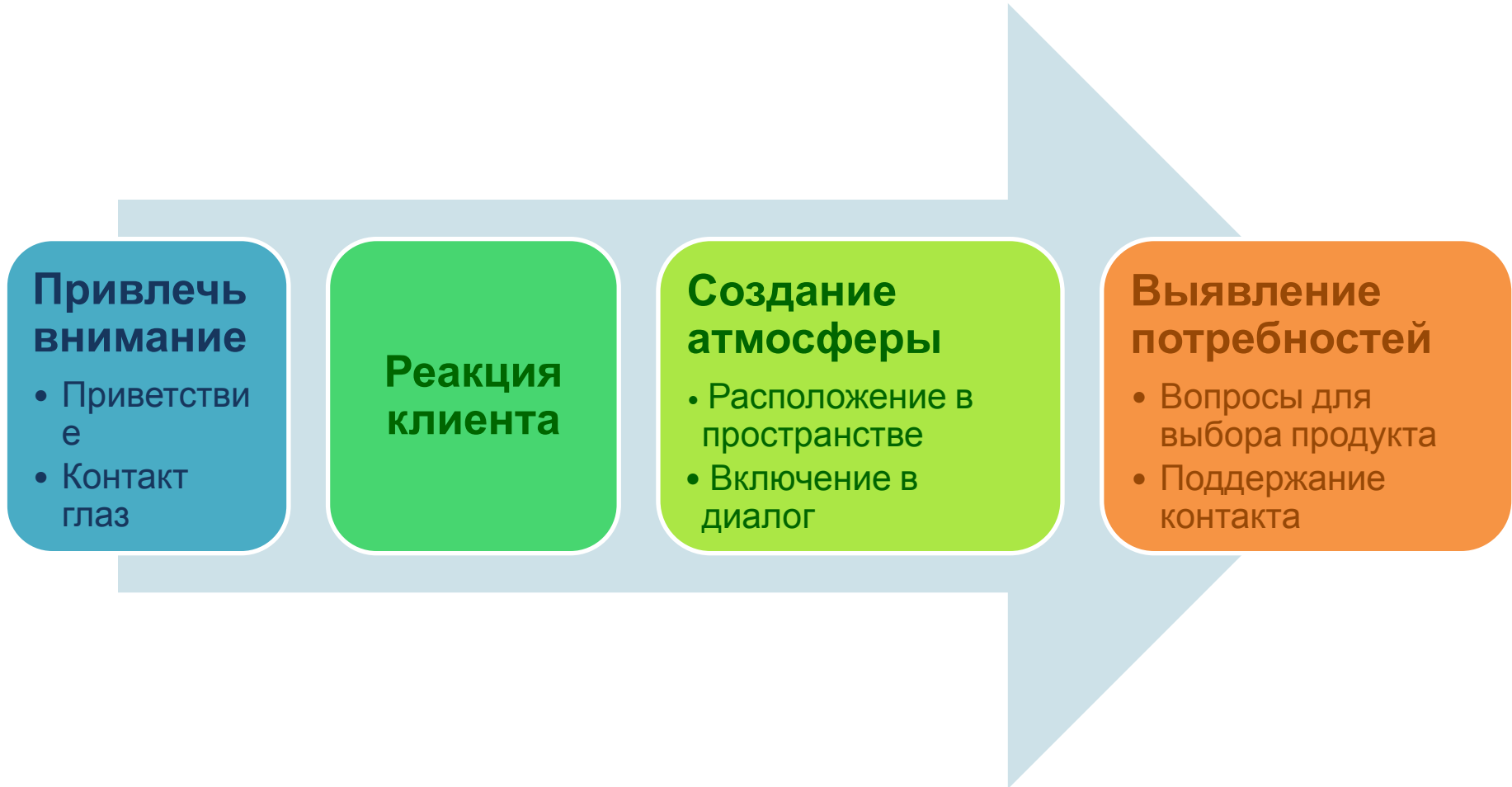


И чем она отличается от отпуска товара?

# Этапы продаж в торговом зале

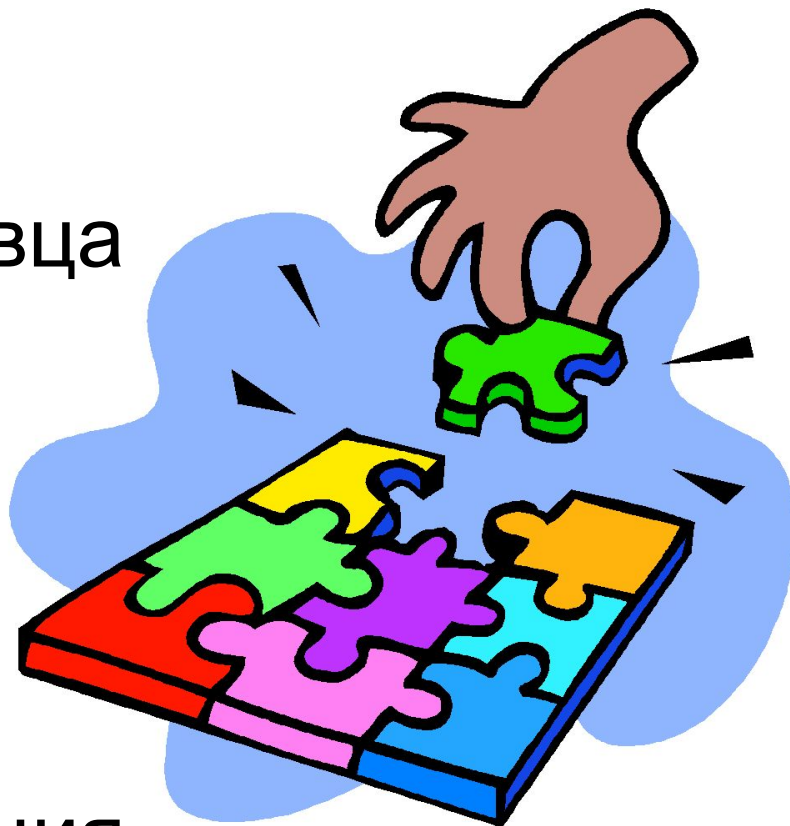


# Структура контакта



## Из чего складывается картинка

- ✓ Внешний вид продавца
- ✓ Походка
- ✓ Мимика
- ✓ Жесты
- ✓ Контакт глаз
- ✓ Социальная дистанция
- ✓ Взаиморасположение в пространстве



# Выявление потребностей



## Зачем нужны вопросы?

- ✓ Получить информацию
- ✓ Уточнить информацию
- ✓ Создать контакт, «разговорить» клиента
- ✓ Управлять разговором
- ✓ Вызывать доверие и обоснованность рекомендаций
- ✓ «Расшатать» жесткие убеждения
- ✓ Подтолкнуть к принятию решения
- ✓ Зафиксировать договоренности





# Виды вопросов\*

Какие бывают вопросы:

По форме:

Открытые

Закрытые

Альтернативные



## Практикум: Базовый опросник\*

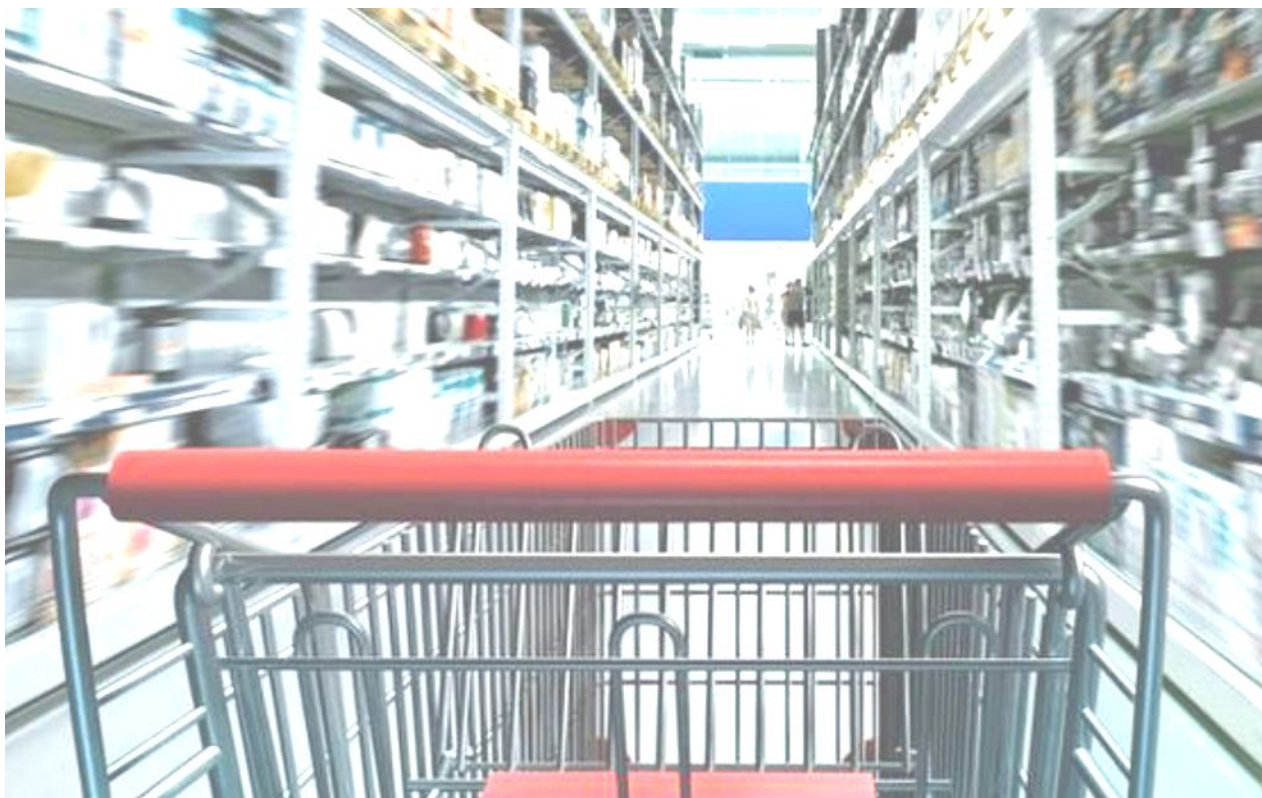
Сформулировать до 5 вопросов, которые нам помогут получить нужную информацию от клиента (Что хочет клиент?)



## Еще полезные вопросы:

### Для грамотной презентации товара

- ✓ По каким критериям выбираете?
- ✓ Что для вас действительно важно при выборе?
- ✓ Что для вас будет точно неприемлемым при выборе (что точно не предлагать)?
- ✓ Скажите, а какие-то особенные предпочтения есть?
- ✓ Кто будет монтировать?



**Тренинг**  
**Эффективные розничные**  
**продажи**  
**Часть 2**

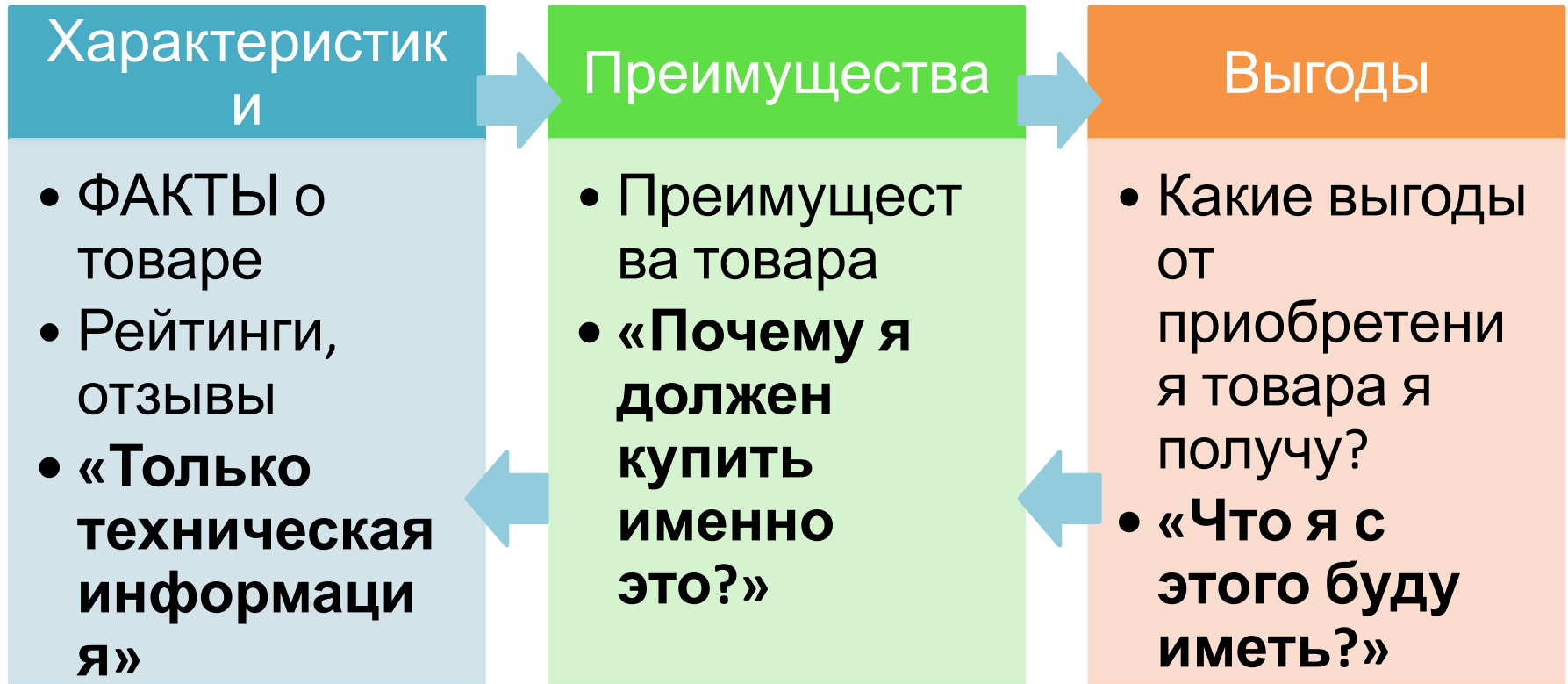
# Презентация (предложение)



# Умная презентация

- **Предлагайте три товара.**
  - Если вы предложите только один товар, это будет впаривание. Он подсознательно будет сопротивляться этому предложению. Вы не позволяете ему сравнить. Вы не позволяете ему выбрать самому. И даже, если вы подобрали именно то, что он хотел, и в этом случае все равно покажите альтернативы.
- **Дайте клиенту возможность выбирать**
- **Предлагайте товар в трёх ценовых категориях.**
  - Показывайте сначала товар с высокой ценой, потом со средней ценой, потом с низкой ценой.
  - Почему именно так? С чем ассоциируется высокая цена у покупателя? Верно! С качеством!
  - Последующие товары он будет сравнивать по качеству. А если показать первый товар с низкой ценой? Тогда он будет сравнивать с ценой и последующий товар для него будет дорогим

# Логика предложения



# Логические связки

- ✓ Для вас это означает...
- ✓ Это повысит ваши...
- ✓ Это даст вам...
- ✓ Это обеспечивает...
- ✓ За счет этого вы экономите...
- ✓ Это позволяет вам...
- ✓ Это повышает ваш...
- ✓ Это уменьшает...
- ✓ Это создает благоприятные условия...
- ✓ Это облегчает вам...
- ✓ Благодаря этому вы

Характеристика предложения

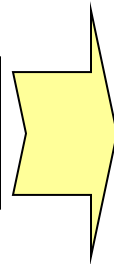
Выгоды покупателю



# Логические связи

- ✓ *Так как ...*
- ✓ *Поскольку...*
- ✓ *Благодаря...*
- ✓ *Вследствие...*
- ✓ *Это становится возможным благодаря...*
- ✓ *Это достигается за счет...*

Выгоды  
покупателю



Характеристика  
предложения

# Преодоление сомнений



# Техника работы с сомнениями:

## 5 «простых» шагов:

Шаг № 1 Выслушать

Шаг № 2 Согласиться, принять (восстановить контакт)

Шаг № 3 Прояснить возражение

Шаг № 4 Ответить на возражение, привести аргументы

Шаг № 5 Перейти к закрытию сделки



# Согласиться, принять, восстановить контакт

## С чем можем

- ✓ С частью **возражения**, с которой можно согласиться (вам выгодно согласиться).
- ✓ С тем, что при некоторых условиях это бывает (*а дальше покажем, что в нашем варианте это исключено*),
- ✓ Что многие думают так же, что такое мнение бытует (*среди не слишком продвинутых покупателей, но вы-то не такой, правда?*),
- ✓ И, самый универсальный вариант: С тем, что тема, которую поднял клиент — действительно важна!

## А еще можем:

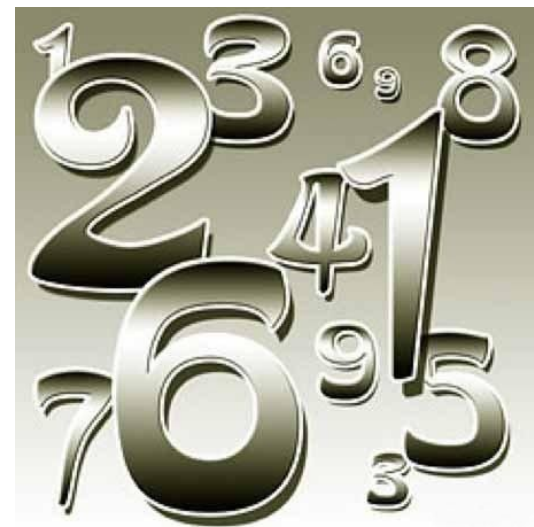
- ✓ Сделать комплимент (экспертности клиента, прозорливости, самому возражению).

## Приемы аргументации.

### Цифр

Это могут быть:

- Характеристики продукта
- Цифры о компании
- Статистика



### *Это же Китай?*

*Приятно иметь дело со знатоком. Сейчас практически все Европейские бренды размещают производство в Китае. Более 78% <товарная линейка>, поступающей на наш рынок производится там. При этом Китай очень разный по качеству. Тут вот на что стоит обращать внимание:*

# Приемы аргументации.

## Экспертное мнение

Кто эксперты для наших клиентов:

- ✓ Люди, похожие на них
- ✓ Их окружение (друзья, родственники)
- ✓ Эксперты рынка
- ✓ Исследования рынка
- ✓ Результаты рейтингов и опросов
- ✓ «Звезды», общественные деятели, блоггеры.

Пример:

***На строительном рынке я видел дешевле.***

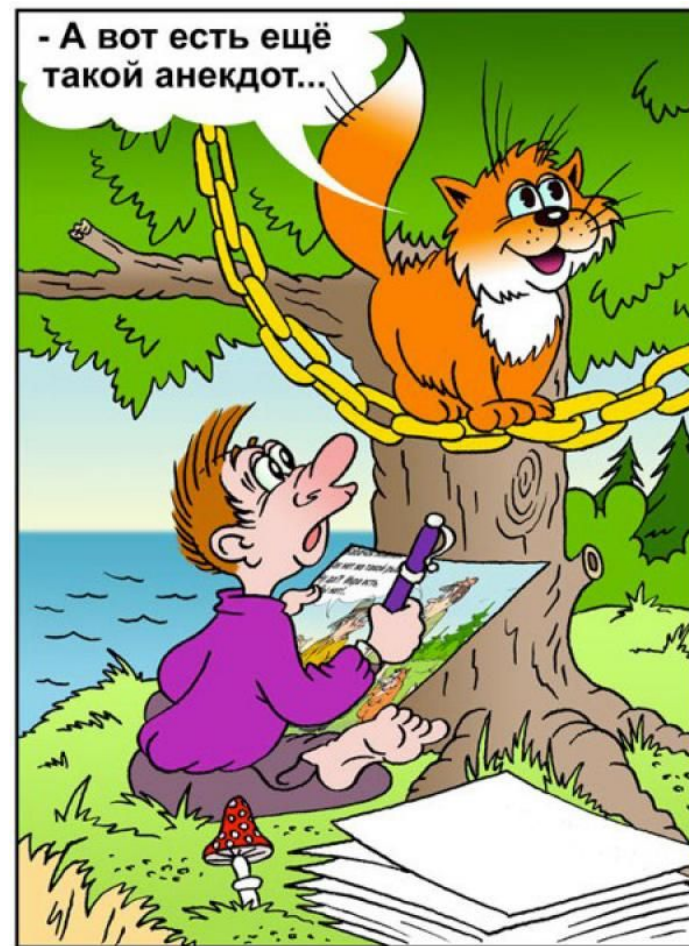
- *Да, такое возможно. У этого бренда много подражателей. Нам часто это говорят. Но потом в большинстве случаев возвращаются к нам, когда внимательно приглядятся к деталям.*

# Приемы аргументации.

## Продающие истории

### *Дорого!*

- ✓ Да, это действительно, цена – это важно! Не буду вас убеждать, просто расскажу одну небольшую историю из опыта наших клиентов...



# Заккрытие сделки

## Техника «все решено»

*«Это действительно отличный выбор. Оформляем.»*

*«Уверен, новая веранда станет любимым местом на вашей даче.»*

## Техника «Выбор без выбора»

*«Ну как, к чему пришли? Эту или эту выбираем? ... Или обе?»*

## Техника «Создание дефицита»

*«Я понимаю, важно быть уверенным, что это самое выгодное предложение и, конечно, можно еще поискать... Один маленький нюанс. Этот <товар> очень быстро разбирают. А сегодня на планерке нас прямо-таки огорчили тем, что возможно до осени больше поставок этого товара не будет. Значит, имеет смысл брать сейчас — ведь так?»*

## Техника «Разведка боем»

*«Я вижу, остались какие-то сомнения? Что вас беспокоит?»*



## Поводы для UP-sale

- ✓ Сопутствующие товары
- ✓ Средства по уходу
- ✓ Комплекты (подходят по цвету, стилю и т.д.)
- ✓ Товары для той же ситуации
- ✓ Товары для другой ситуации
- ✓ Новинки - попробовать
- ✓ Подарки (НГ и другие праздники)

## UP-sale (допродажа)

- ✓ Кому предлагать дополнительный товар?

**ВСЕМ!!!**

- ✓ Когда предлагать дополнительный товар?

**Когда клиент уже что-то выбрал**

- ✓ На какую сумму предлагать дополнительный товар?

**Порядка 30% от основной покупки**

- ✓ Упражнение:

- Найти 5-7 связок в отделе. Основного товара + дополнительного
- Найти 5-7 связок в магазине.

Предложить дополнительный товар к основному + Объяснить для чего это (что дает доп. товар для основного)

## Что сказать покупателю на прощание?



# Попрощайтесь и создайте хорошее настроение

- Запоминается начало и конец общения. В начале вы сделали контакт глаз, улыбнулись, поприветствовали, сделали легкий кивок.
- В конце вы также сделаете контакт глаз, улыбнетесь, похвалите за покупку, сделаете легкий кивок и пожелаете всего хорошего.
- Покупатели обожают, когда хвалят их выбор.

Пример:

Вы сделали отличный выбор! Благодарю за покупку! Хорошего вам дня!