

# ОСНОВЫ продаж

# Важно

- Отключи звук на телефоне
- Выходи и заходи без спроса
- Задавай вопросы



# Этапы семинара

- определение продажи
- определение продавца
- составляющие продаж
- этапы продаж
- задание



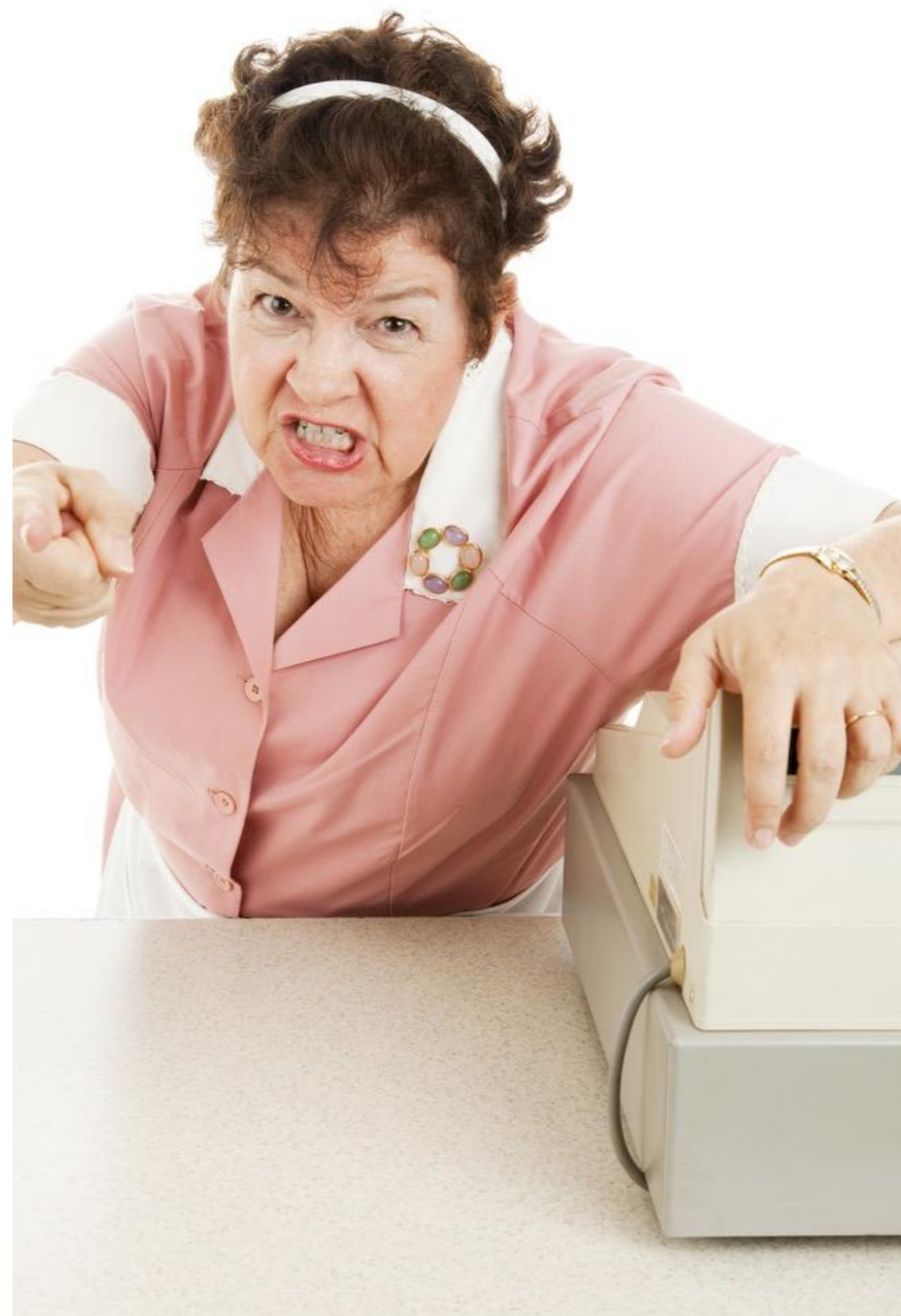
Продажи неотъемлемая часть нашей  
ЖИЗНИ

продажи вокруг нас

- **Продажи** - объем реализации продукции предприятия за определенный промежуток времени.
- **Продажи** - решение задач покупателя.
- **Продажи** - это совместный поиск продавцом и покупателем решения, как при помощи тех ресурсов, которыми располагает продавец, сделать жизнь покупателя **лучше**.

Мы все любим  
покупать,

но никто не любит чтоб ему  
продавали...



# Хороший продавец какой он?

- Понимает потребности клиента
- Старается помочь клиенту, несет пользу
- Авторитетен для клиента
- Понятен для клиента
- Смотрит на мир глазами клиента
- Ценит клиента

# Продавец

Каким должен быть продавец







# Умение слышать

и говорить

# 4 составляющие продажи



# ЭМОЦИИ

Благодаря им мы совершаем различные поступки

А также почти все покупки...



# ПОЛОЖИТЕЛЬНЫЕ ЭМОЦИИ

Восхищение

Удивление

Удовлетворение

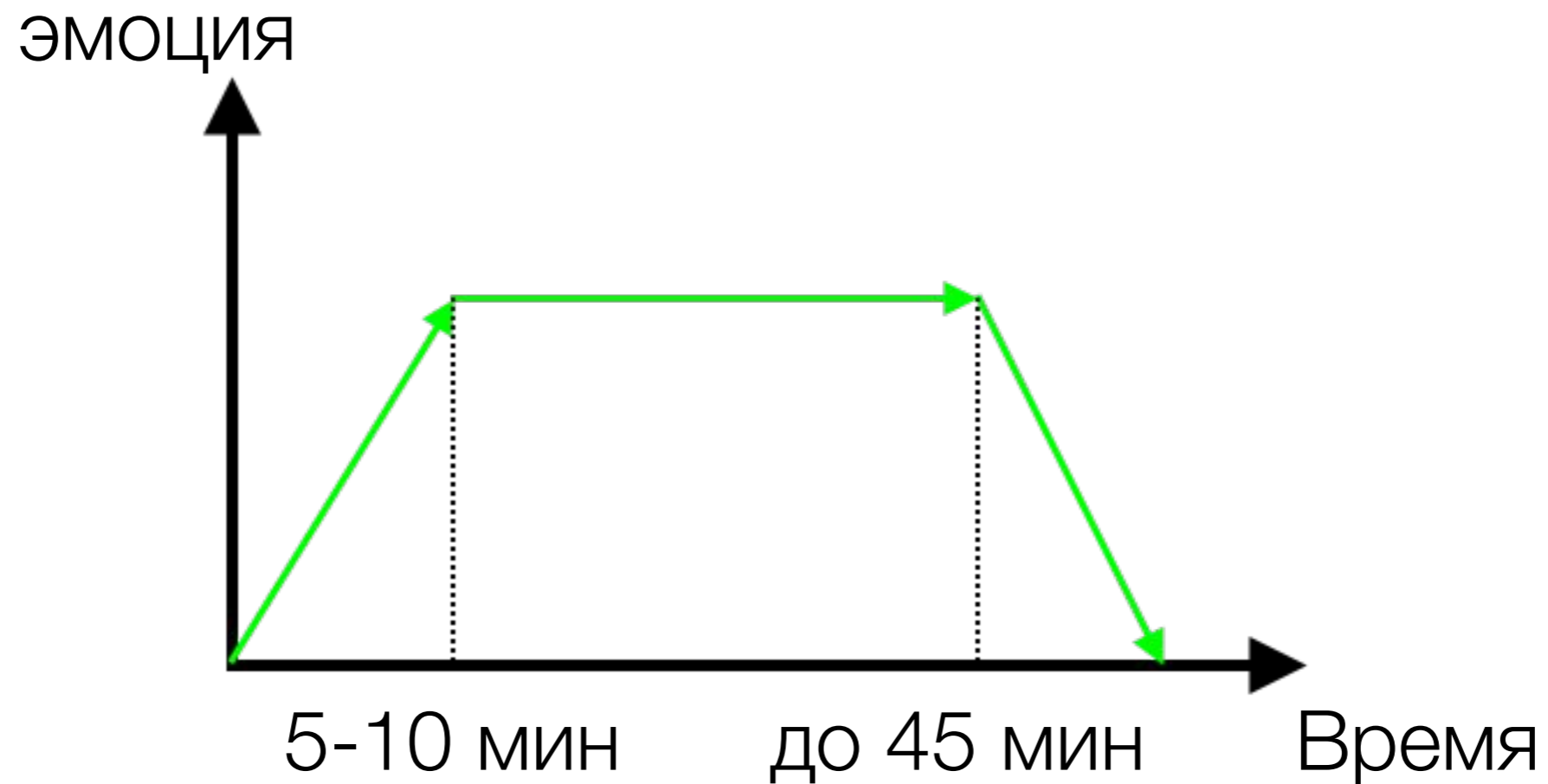
Восторг

Умиление

Радость



# КОНТРОЛЬ ЭМОЦИЙ



# Вопросы

Благодаря вопросам мы получаем:

1. Клиента как активного участника диалога
2. Необходимую информацию о потребностях и желаниях клиента
3. Помогаем клиенту задуматься о необходимости в товаре

# Вопросы

Любой вопрос поможет клиенту:

- Слушать
- Думать
- Отвечать



# Типы вопросов

```
graph TD; A[Типы вопросов] --> B[Открытый тип вопросов]; A --> C[Закрытый тип вопроса]; B --- D[Предполагает ответ в произвольной форме]; C --- E[Предполагает один вариант ответа];
```

Открытый тип  
вопросов

Предполагает  
ответ в  
произвольной  
форме

Закрытый тип  
вопроса

Предполагает один  
вариант ответа



# Примеры открытых вопросов

1. Скажите чего Вы ожидаете от выбираемого автомобиля?
2. Чего опасаетесь при выборе?
3. В каких условиях вы планируете его эксплуатацию?
4. Как вы планируете обслуживать автомобиль?
5. Какие модели вы еще рассматриваете?

# Примеры закрытых вопросов

1. Вам хотелось бы всегда иметь в салоне автомобиля комфортную температуру?
2. Приобретая автомобиль Вам важнее его бездорожные качества или комфорт? (альтернативный)
3. Согласитесь, намного удобней, получать сервисное обслуживание в том городе в котором вы находитесь?
4. Согласитесь при вашей манере езды Вы сэкономите до 2000 р. в месяц на заправке этого автомобиля?
5. А в год 24 000, согласны?

# Выгода

Показывает положительные стороны покупки

Говорите с клиентом на языке «Выгоды»!

То есть: превращайте свойства продукта в выгоды!



# Выгода

Выгоды должны быть понятны и обоюдны

- Безопасность
- Статус
- Удобство
- Сервис
- Цена



- прибыль
- клиент
- рекомендации
- ОПЫТ
- СБЫТ

# Предложение

- Предложение:
  1. помогает думать о покупке
  2. принимать решение
- Типы предложений  
Прямые и Скрытые



# Предложения

## **Примеры прямого типа предложений:**

Вы уже готовы приобрести наш (товар) сегодня?

Давайте заполним бумаги, и я передам вам ключи.

Пройдемте на кассу.

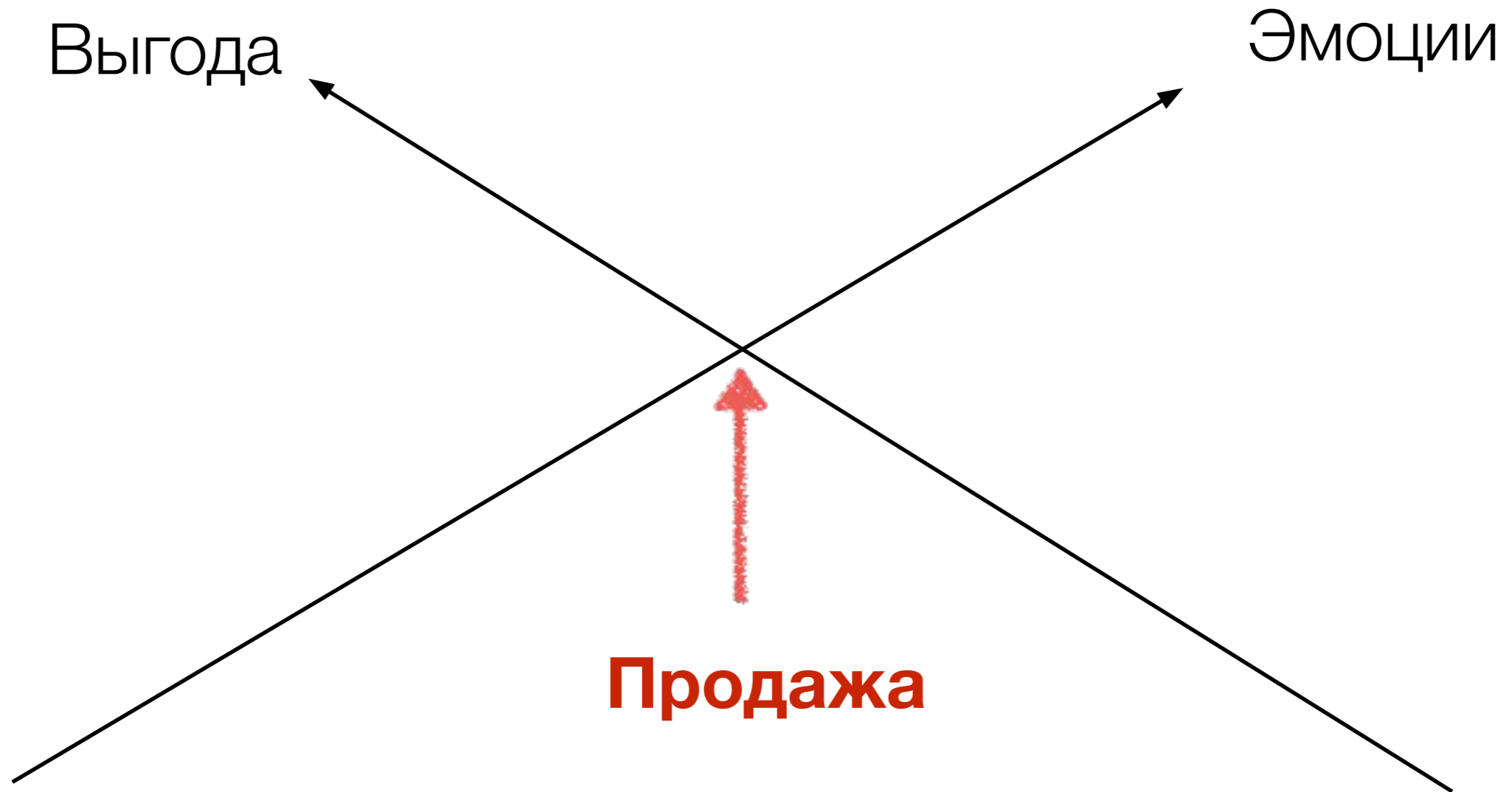
## **Примеры скрытого типа предложений:**

Если бы у Вас была (наша продукция), Вы бы ей пользовались?

Как Вам удобнее оплачивать, безнал или наличка?

Такое выгодное предложение нельзя упускать, Вы согласны?

# Момент продажи



# 5 Этапов продаж

**Путь к профессиональным  
продажам**



# 1-й Этап:

## Установление контакта

**«У Вас никогда не будет второй возможности создать первое впечатление!»**

**Цель:** «раскрыть» клиента, создать доверительную атмосферу между ним и Вами.

**Способ достижения:** открытая улыбка, уместный комплимент, обращение к клиенту по имени, искренний интерес к его проблемам, «отзеркаливание» жестов и мимики.

**Главное:** Ваши действия должны быть уместны и искренни. Не переигрывайте!



**Помните !** «Подружиться» с клиентом – это не цель, а средство которое поможет расположить покупателя к разговору по душам. Почувствовав, что клиент «готов», ведите его дальше.

## 2-й Этап:

# ВЫЯВЛЕНИЕ ПОТРЕБНОСТЕЙ

**Цель:** Выслушать клиента, понять его потребность и правильно расставить акценты.

**Способ достижения:** Задавайте открытые вопросы, дайте клиенту возможность почувствовать свою значимость, рассказать о потребностях и желаниях. Определите, что наиболее важно для клиента.

**Главное:** Внимательно слушайте клиента и анализируйте полученную информацию.



**Помните!** Если Вы не выслушаете клиента, его выслушает кто-то другой!

# 3-й Этап:

## Презентация товара

**Цель:** Продемонстрировать продукт и побудить клиента к действию.

**Способ достижения:** Рассказать о продукте не только с демонстрацией его возможностей, но и с учетом выявленных ценностей клиента.

**Главное:** Отличайтесь от продавца-новичка!

Каким образом? Не делайте одну презентацию на «все случаи жизни»! Учитывайте потребности и желания клиента, выявленные Вами на 2-м этапе продажи.

# Классическая схема презентации продукта AIDA

- A (attention):** Привлеките внимание клиента. Настройте его на то, что теперь говорите Вы, а не он.
- I (interest):** Вызовите интерес к товару. Расскажите о том, почему Ваше предложение может быть интересно для него.
- D (desire):** Возбудите у клиента желание владеть товаром, играйте на эмоциях. Рассказывайте о товаре, как будто он уже куплен и клиент с его помощью решит проблемы.
- A (action):** побудите потенциального клиента к действию. Дайте ему понять, что все, что Вы рассказывали ему о товаре не просто так, а чтобы клиент его приобрел.

# 4-й Этап:

## Работа с возражениями

**Цель:** Обработать возражение, сохранить лояльность клиента, перейти к следующему этапу продажи.

**Способ достижения:** Не воспринимайте возражения клиента, как досадную помеху. Это всего лишь часть игры, цель которой – сделка. Внимательно выслушайте возражения клиента и отвечайте по существу. Не начинайте презентацию заново, отвечайте на конкретное возражение!

**Главное:** Возражения покупателя – это его заявление о своих потребностях. Переформулируйте нападки на ваш продукт с точки зрения потребностей и расскажите клиенту о том, почему именно ваш товар или услуга способны ему помочь.

# ТЕХНИКА ИСИДА

**И**стина ( что конкретно? что именно? по сравнению с чем?)

**С**огласие ( да, я согласен...да,может показаться...да,существует такое мнение)

**И** в тоже время

**Д**ругое мнение

**А**ргумент (согласитесь, что возражение ....)



# Основные типы возражений и причины их появления:

1. "Надо подумать" **Отсутствие эмоций и нет срочности**
2. "Дорого" **Необъясненное соотношение цены и качества**
3. "Нет необходимости" **Отсутствие доверия (плохо проведенная презентация)**
4. "Не сейчас" **Непонимание выгоды от приобретения сегодня**
5. "Уже есть другой опыт" **Мало информации о продукте компании**
6. "Надо посоветоваться" **Недоверие к консультанту**

# Профилактика возражений

Цените возражения клиентов, собирайте их и анализируйте.

Любое возражение можно профилактировать до его наступления.

Разрабатывайте скрипты не только для отработок но и профилактик возражений!

**Помните!** Обиженный или расстроенный покупатель – потерян для Вас!



# 5-й этап: Завершение сделки и выход из контакта

**Цель:** Непосредственно продажа продукта.

**Способ достижения:** Если Вы хотите продать свой товар – то рано или поздно Вы должны предложить клиенту его купить. Помните, что для клиента расставание с деньгами своего рода стресс – слегка подтолкните его к покупке альтернативными вопросами или своими приемами.

**Главное:** После того, как Вы задали вопрос, приводящий к заключению сделки – выдержите паузу. Кто заговорит первым – тот проиграет. Если в предыдущих этапах Вы сделали все правильно – клиент ответит Вам «ДА!».

# Выход из контакта

**Выход из контакта** – это своеобразный постскриптум, которым не нужно пренебрегать.

Чем больше денег заплатил клиент, тем острее он переживает этот внутренний конфликт.  
Сформируйте у него позитивную эмоцию!

Поблагодарите клиента! Главное – будьте искренни!

Помните – запоминается то, что в конце. Начало следующей встречи зависит от того, как завершится настоящая!



**Профессиональный продавец  
приводит сделку к ее логическому завершению!**