

КАК УВЕЛИЧИТЬ ПРОДАЖИ С ПОМОЩЬЮ ТРО

мини – тренинг для ЭТП
2014

- Данный мини - тренинг разработан для ЭТП РОШЕН.
- Проводит тренинг ТС
- Перед проведением: ТМ-у необходимо детально проработать данный тренинг с ТС

- ТМ-у необходимо замотивировать ТС на качественное проведение тренинга:
 1. Активировав ТРО увеличатся продажи ЭТП это поможет сохранить команду от оптимизации...
 2. Увеличение продаж – это увеличение зарплат, а значит снижение текучки персонала
- При проведении тренинга с командами ЭТП - участие ТМ обязательно

ТМ-ам: При возникновении вопросов по мини - тренингу обращайтесь к РМРиО
Денису Дроздову: 89179098302, ddrozdov@roshen.ru

1. Сначала просмотрите все слайды презентации сами
2. Затем прочтите все слайды вслух
3. Проработайте тренинг совместно ТМ .
4. Ответьте на все вопросы которые Вы будете задавать торговым представителям прежде всего сами.
5. Чтобы ТП участвовали активнее: перед началом мини-тренинга увяжите цель тренинга с бонусами за месяц и результатами оценки персонала
6. Посадите команду перед экраном, листайте презентацию и последовательно по каждому листу давайте подробные пояснения
7. В презентации есть **вопросы** (выделены синим) - получайте ответы от ТП
8. Чтобы ТП участвовали активнее: проверяйте понимание вопросами
9. В конце мини – тренинга опросите каждого, чему он научился и что изменит в работе
10. В конце тренинга похвалите наиболее активных



У нас огромный потенциал по продажам

По итогам 2013 года компания Рошен стала безусловным лидером в России по количеству оборудования для продаж весовой кондитерской продукции

Однако основная задача – доминировать в торговых точках – еще не решена, так как значительное количество ТРО Рошен используется под продажи чужой продукции

Начнем с анализа причин

Некоторые ТП говорят, что приняли такую ситуацию по ТРО от прежнего ТП: «так сложилось до меня...» Говорят спустя 3 месяца испытательного срока !

Некоторые ТП сами позволяют использовать ТРО под чужую продукцию, в надежде на хорошие отношения и заказы...

Некоторые просто не понимают значения ТРО для доминирования в ТТ и своей зарплаты, и не обращают на это особого внимания: « точка же продает ! »

ВАЖНО:

Для **ЛЮБОЙ** компании обнаружение в оборудовании чужой продукции – это

**ЧРЕЗВЫЧАЙНОЕ
ПРОИСШЕСТВИЕ !!!**

Зачастую вопрос ставится так: неделя тебе на возврат эксклюзивности...

«Не сможешь ты – найдём того, кто сможет !»

ВАЖНО:

В большинстве случаев основной виновник не эксклюзивности ТРО –

Сам торговый представитель
который допустил данную ситуацию !!!

О причинах дальше...

ВАЖНО:

1. Перед выходом из торговой точки торговый представитель делает фото ТРО на планшет
2. Фото ТРО обсуждаются с ТС

Тип установленного оборудования не соответствует количеству продаваемого ассортимента Рошен

Часть ячеек торговым представителем регулярно не заполнялась, и сотрудники ТТ начали заполнять пустые ячейки «чем попало..»

Задача ТП:

восстановить ассортимент для заполнения всех ячеек

У ТП слабый личный контакт с сотрудниками ТТ

ТТ в течение месяца посещают 100-150 ТП различных компаний. 20-30 из них стали в ТТ «своими» и легко решают большинство вопросов. Остальные остались безликой серой массой. Большинство ТП даже не знают по имени...

Задача ТП:

Стать «своим» в ТТ. Тогда вернуть эксклюзивность ТРО будет намного проще.

Уровень 1: Выгоняют, игнорируют... (Найдешь договор на ТРО – будет разговор, а сейчас вали...)

Уровень 2: Разговаривают нехотя, грубят... (Будешь настаивать – заберешь ТРО... Пиши заказ...)

Уровень 3: Обычное общение, как со всеми ТП... (Ваш предшественник разрешил другую продукцию на 2 полки, поэтому кладем на них что хотим...)

Уровень 4: ТП стал «своим»... (Ок, Дима. Давай подумаем, как улучшить ситуацию) Обращаются к ТП по имени....

Уровень 5: Полностью доверяют все делать самому... (Иван, проходи. Сам всё сделай, как тебе надо...)

Чтобы решать в ТТ вопросы, сначала надо стать в ТТ «своим», т.е. довести личный контакт до 4-5 уровня...

ТП использует неверный стиль общения...

ТП **просит** убрать из ТРО чужую продукцию. Просит – значит демонстрирует свое подчиненное положение... Иногда это помогает, но обычно «просящих» никто не любит...

ТП **требует** убрать из ТРО чужую продукцию. Требует – значит пытается навязать свое решение... Иногда это помогает, но обычно приводит к конфликту...

Есть и третий, наиболее результативный стиль общения...

Эффективный стиль общения – «Взрослый»

Стиль общения	Как проявляется	Пример поведения	Обычный результат
Родитель	ТП требует	Немедленно уберите чужое из стеллажа, или я его заберу! Забирай и уходи!	Обычно приводит к конфликту с сотрудниками ТТ
Взрослый	ТП договаривается	Давайте вместе наведем порядок в стеллаже. Это позволит...Ну давай попробуем...	Обычно дает результат, т.к. аргументы логичны, а поведение уважительно
Дитя	ТП просит	Ну уберите пожалуйста чужое со стеллажа, а то меня накажут... Мальчик, уйди..	Обычно не даёт результата, т.к. позволяет чувствовать ТТ свое превосходство

Типовая ошибка: к беспорядку в ТРО продавцы привыкали неделями, а порядок в ТРО ТП пытается навести за один визит (размахивая договором)... Получив отпор, совсем прекращает работать над эксклюзивностью...

Нормальные герои всегда идут в обход ☺

ШАГ 1. Сначала уберите чужую продукцию на нижние полки ТРО, где она застоится...

ШАГ 2. Затем увеличьте наш ассортимент, чтобы хватало на все ячейки ТРО

Шаг 3. Сами замените чужую продукцию на нашу...

Чужую продукцию надо заменять, а не просто убирать из ТРО !

ЭТП: а кто платит ?

ТТ: Кола, пепси, пивные компании нам платят !

ЭТП: На рынке воды и пива жесткая конкуренция оборудования, поэтому они **ВЫНУЖДЕНЫ** платить... На кондитерском рынке ситуация другая, оборудованием покрыто от 10% до 20% торговых точек... Возможно и мы начнем оплачивать установку ТРО в будущем, а пока оборудования на всех желающих не хватает... Что вы по этому поводу думаете ?

ЭТП: иногда отдельные кондитерские компании оплачивают замену нашего ТРО на своё, как думаете почему ?

Что делать если клиент продолжает возражать ?

Шаги обработки возражений

Выслушай кивая... Ага-угу...



Согласись: да, иногда и такое бывает..



Уточни: что ВЫ имеете ввиду на самом деле ?



Выясни: Это основная причина ?
Если решим – тогда ОК ?



Обсуди варианты решения

Преодолевать, бороться с возражениями не стоит...Это «напрягает» клиента...

Работайте с возражениями рассудительно, приводите примеры, предлагайте варианты

ТТ: Предыдущий ЭТП нам разрешил 2 полки под чужую продукцию...

ЭТП: Ну и где он сейчас ? В том числе и по этой причине... Раньше было можно, а сейчас пришло новое руководство с новыми правилами... У вас такое бывает ? Давайте постепенно заменим чужую продукцию в ТРО на нашу...

ТТ: Ваши продажи снизились и нам невыгодно держать ваше ТРО...

ЭТП: Да часть покупателей отказалась и наши продажи снизились, но я по прежнему продаю на этом районе на 400 000 руб в месяц. Постоянные покупатели Рошен могут оставить деньги в вашей кассе, или у соседей ☺

ТТ: У вас нет продукции, чтобы заполнить все ячейки стеллажа, поэтому кладем чужое...

ЭТП: в стеллаже 30 ячеек, а у нас в прайсе более 70 позиций... Специально для вас я сделал фото маленького деревенского магазинчика в котором стеллаж заполнен только нашей продукцией... А вот фото ТРО из магазина, похожего на ваш... Вот еще фото... Как видите даже магазины слабее вашего заполняют ТРО только Рошеном... Давайте решим какие позиции дозакажем, чтобы оборудование выглядело фирменно ☺

**Преодолевать, бороться с возражениями не стоит... Это «напрягает» клиента...
Работайте с возражающим спокойно, приводите примеры, предлагайте варианты**

Обработка возражений клиентов

Супервайзер записывает типовые возражения об эксклюзивности оборудования

Команда объединяется в мини-группы по 3-5 человек и обсуждают варианты обработки возражений. До 10 минут на работу

Сравниваем варианты групп, записываем лучшие

Тренируемся обрабатывать возражения в парах

Каждый ТП обрабатывает минимум по 3
возражения по работе с ТРО

До 5 минут

Важно сделать так, чтобы решение о снятии оборудования исходило от ЛПР, а не от торгового представителя. Тогда легче сохранить отношения и продолжить продажи с полок магазина:

ЭТП говорит клиенту: У нас ужесточились правила: вам как удобнее: до заказать еще 10 SKU , чтобы заполнить все ячейки нашей продукцией или отказаться от ТРО ?

ТРО перемещается сразу в другую ТТ, минуя склад: избегаем простоя оборудования и повреждений при дополнительном этапе разгрузки-хранении-погрузки на складе

ТП вовлекает в беседу: **Какое оборудование поставщиков вы установили за последнее полугодие ?**

Клиент: **Холодильник Балтики, витрину M&Ms...**

ТП выясняет потребности: **Почему именно это оборудование установили?**

Клиент: **Для меня важно, чтобы оборудование...**

ТП побуждает к мысли: **Насколько ваши ожидания от установки оправдались ?**

Клиент: **Хотелось бы больше...**

ТП: **А как дополнительно установленное оборудование повлияет на увеличение выручки ?**

Клиент: **Ну увеличит конечно !**

ТП обобщает: **Если я Вас правильно понял, мы можем обсудить доп.увеличение вашей выручки, путем установки оборудования ?**

И ведете клиента в торговый зал обсуждать место установки...

- 1. В случае непрогрузки ТРО в день визита ТС включает ТТ в маршрут ближайшего аудита**
- 2. При аудите ТТ с ТРО принимается решение:**
 - либо даем ЭТП 3-4 визита на возврат эксклюзивности ТРО, увеличивая**
 - Либо перемещаем в другую ТТ с продажами более 3500 руб**

ВЫСЛУШАЕМ КАЖДОГО:

**ЧТО В ТРЕНИНГЕ СТАЛО ВАЖНЫМ ИМЕННО ДЛЯ ТЕБЯ
?**

**ЧТО КОНКРЕТНО ИЗМЕНИШЬ В СВОИХ ДЕЙСТВИЯХ
ПРИ РАБОТЕ С ТРО ?**

КТО ХОЧЕТ – ИЩЕТ ВОЗМОЖНОСТИ

КТО НЕ ХОЧЕТ – ИЩЕТ ПРИЧИНЫ