

Личные продажи

Спикер: Екатерина
Потёмкина

+375 44 578 32 35

Давайте познакомимся!



Потёмкина Екатерина - предприниматель, действующий продавец, психолог, бизнес-консультант.

Собственник компании «Кадры Про-консалт» (www.proconsult.by). Управляющий партнер **BPM-Group.by**

Спикер I Биржи тренеров, Спикер III HR-Конгресса в Республике Беларусь, Спикер II HR-Фестиваля, спикер «Продукт года 2015». Спикер #Hotsalesday 2016, 2017 года.

Опыт в продажах более 8 лет.

По мнению участников тренингов, самый красивый тренер по продажам 😊.

ДАВАЙ, КАТЯ, РАССКАЖИ НАМ

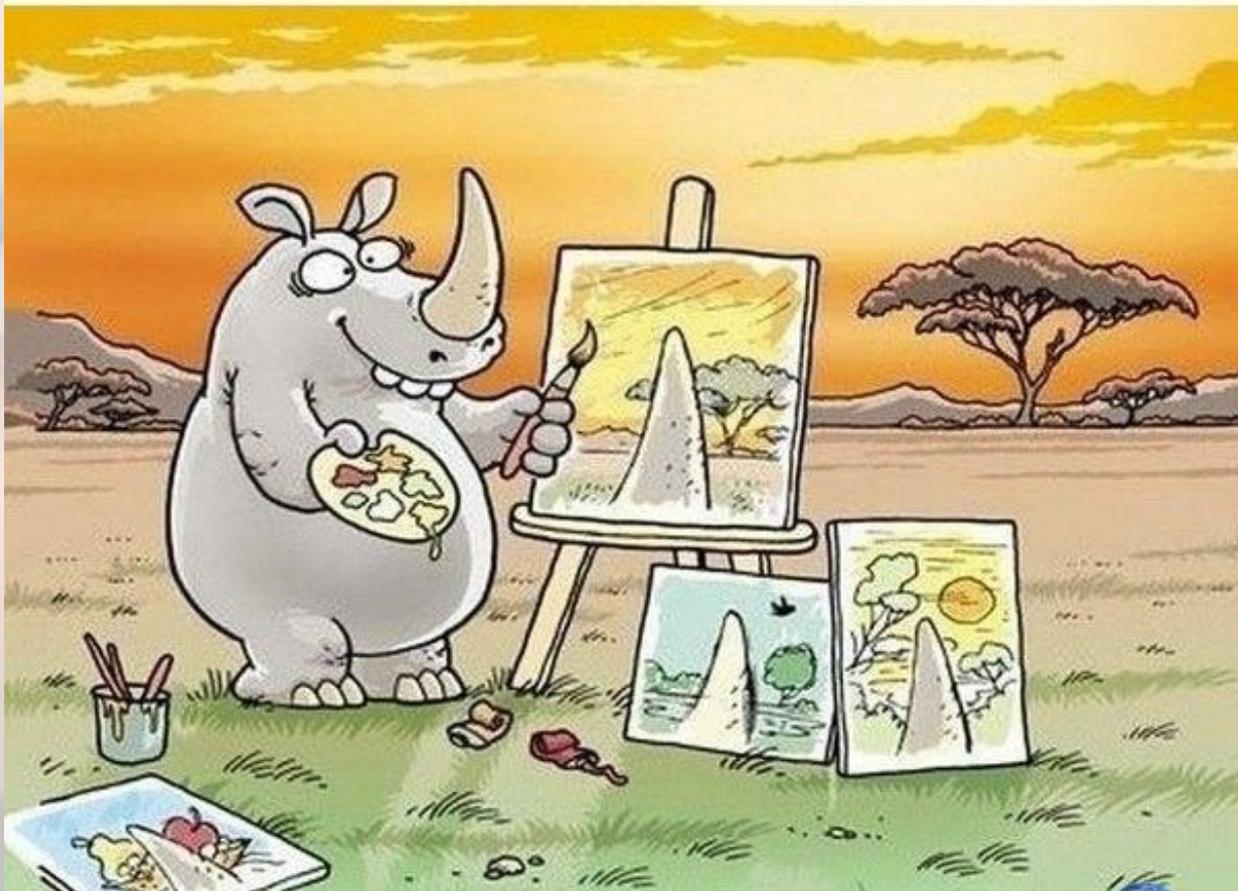
ПРО ЭФФЕКТИВНЫЕ ПРОДАЖИ

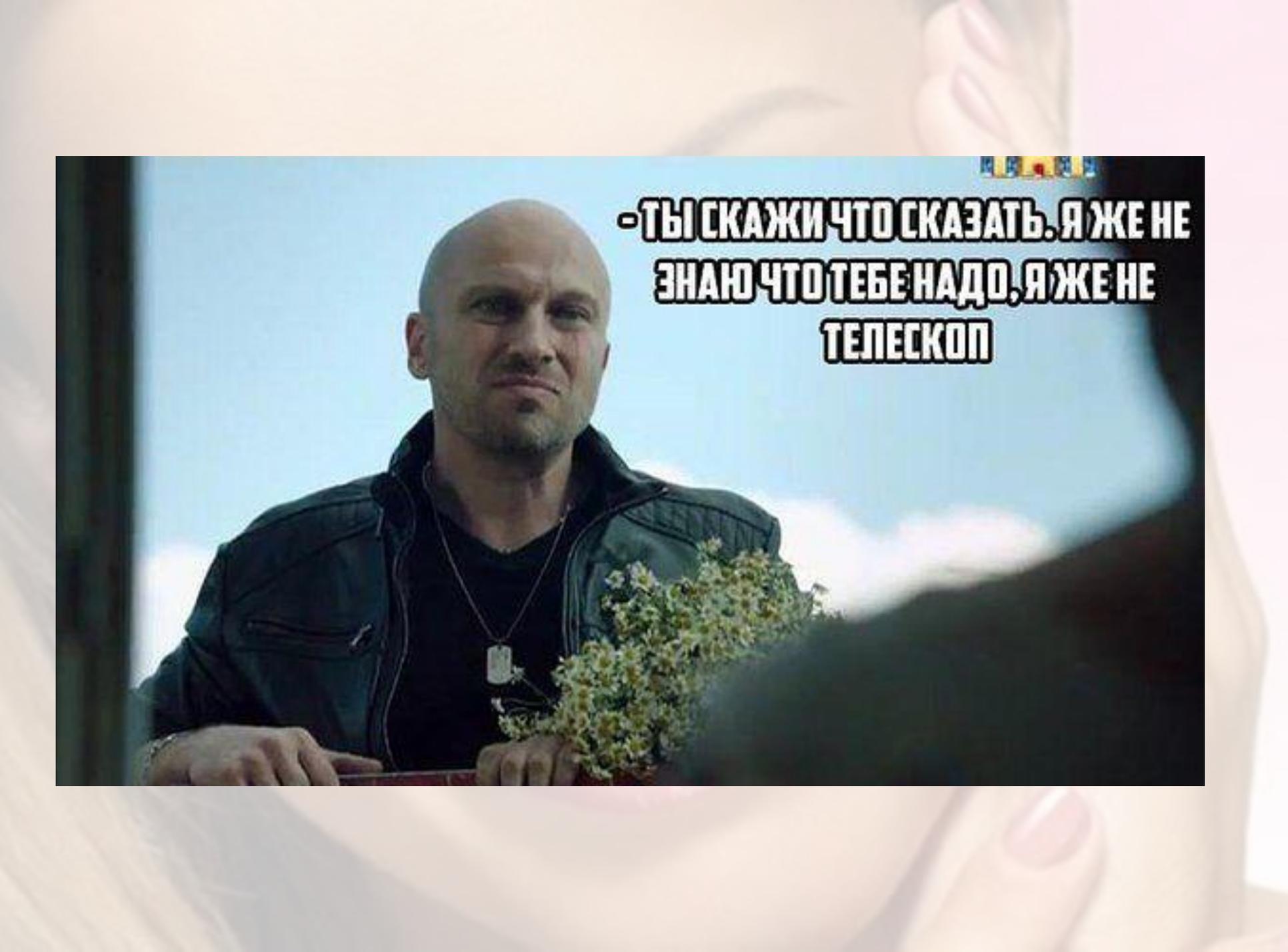
Торговля = психология

- Работа продавца – это работа психотерапевта.
- Мы можем работать с убеждениями человека.
- **Убеждение** – это некий сенсорный опыт, имеющий сенсорное подтверждение.
- **Вера** – описанный опыт общения, но у вас нет подтверждения этого
- **Сомнение** – когда нет опыта и нет подтверждения.

Картина мира

Каждый видит мир по-своему.



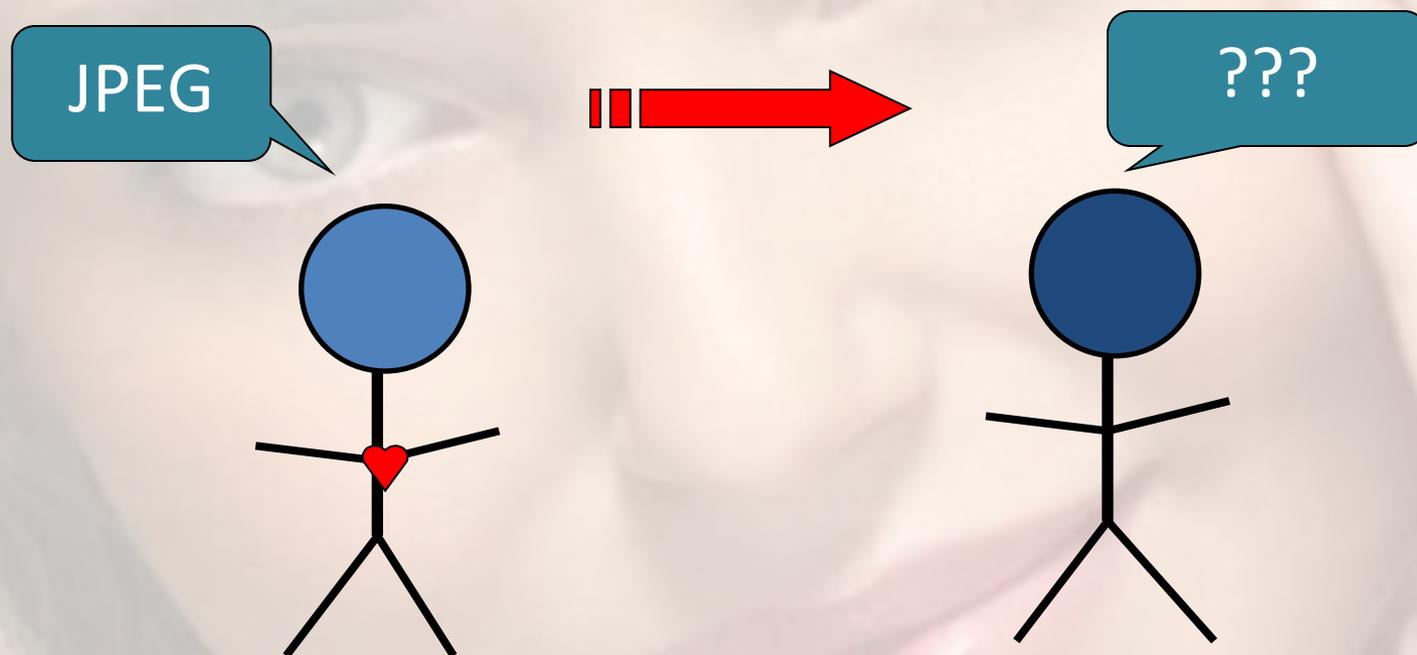
A meme featuring a man in a leather jacket holding a bouquet of flowers. The text is overlaid on the right side of the image. The text is in Russian and reads: "-ТЫ СКАЖИ ЧТО СКАЗАТЬ. Я ЖЕ НЕ ЗНАЮ ЧТО ТЕБЕ НАДО, Я ЖЕ НЕ ТЕЛЕСКОП". The text is in a bold, white font with a black outline. There is a small, colorful logo in the top right corner of the image area.

**-ТЫ СКАЖИ ЧТО СКАЗАТЬ. Я ЖЕ НЕ
ЗНАЮ ЧТО ТЕБЕ НАДО, Я ЖЕ НЕ
ТЕЛЕСКОП**

Что такое продажа?

- **Продажи** – это общение с целью повлиять на клиента и помочь ему сделать нужные Вам действия
- **Продажи** – единственное, что приносит деньги, всё остальное денег требует (**Билл Гейтс**).
- **Продажи** – процесс переноса восхищением продукта из головы и сердца продавца в голову и сердце покупателя (**Зиг Зиглар**).

Процесс продажи



Продажи – процесс переноса восхищением продукта из головы и сердца продавца в голову и сердце покупателя (**Зиг Зиглар**).

4 ФАКТОРА УСПЕХА В ПРОДАЖАХ



5 этапов (шагов) продаж

МОЁ ВЫРАЖЕНИЕ ЛИЦА,

**КОГДА НАЧИНАЮТ РАССКАЗЫВАТЬ
ПРО 5 ШАГОВ ПРОДАЖ**

5 этапов (шагов) продаж

- Подготовка к продаже. Планирование.
- Установление контакта. Знакомство.
- Выявление потребностей
- Презентация предложения
- Работа с возражениями. Ответы на вопросы
- Завершение сделки
- Постпродажное обслуживание

0. Подготовка к продаже. Планирование

- Кому продаём? Кто наш клиент?
- Что продаём (наш продукт)?
- Как продаём? Точки касания клиента
- Где «живут» наши клиенты
- Понятие воронки продаж

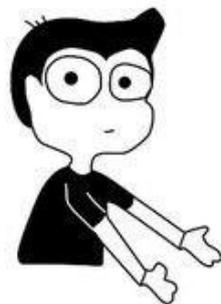
Где «живут» наши клиенты?

- Интернет
- People.yandex.by
- Социальные сети
- Выход "в поле"
- Рекламные площадки
- Клиентские базы смежников (обмен)
- Рекомендации
- Старые клиенты

ты боишься
сделать
звонок
клиенту



долго
готовишься и
не звонишь



не надо так

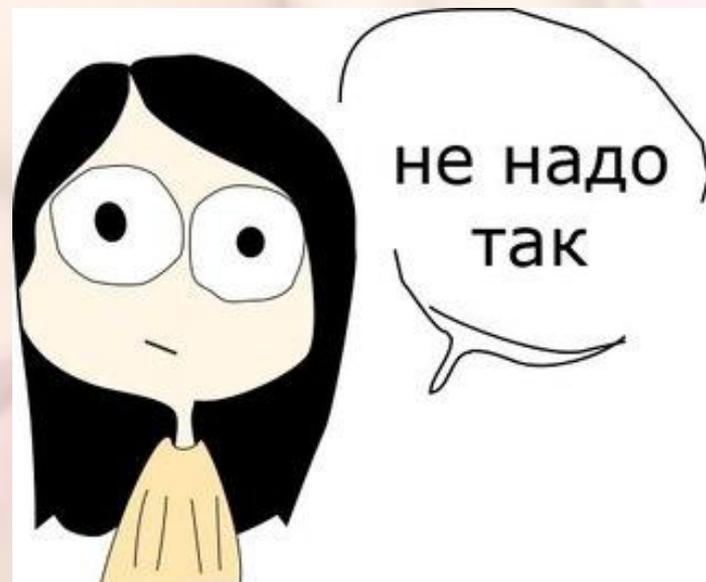


1 этап. Установление контакта. Знакомство

Основные методы установления контакта:

- Классическое знакомство
- Знакомство-комплимент
- Знакомство-рекомендация
- Знакомство-юмор

- Привет, красотка, маме зять не нужен? 😊



1 этап. Установление контакта.

Знакомство

«Мы одной крови»

- Не установление контакта ведёт к тому, что вы подаёте максимум информации человеку, который вам не доверяет!
- И поэтому ваши аргументы «сливаюся»



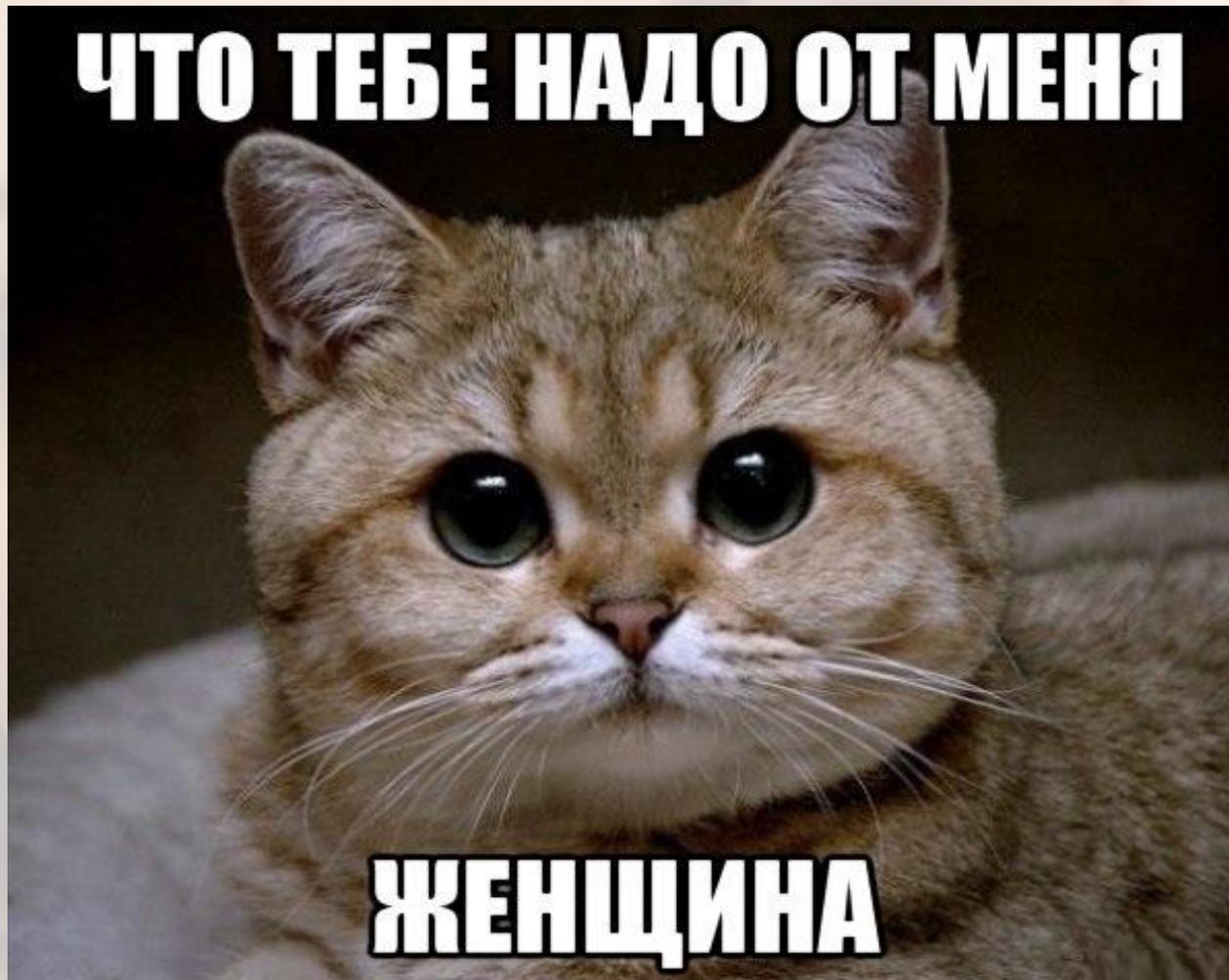
Возможные причины звонка

- Прошлая покупка
- Кризис
- Заявка
- Специальное предложение
- Рекомендация

2 этап. Выявление потребностей

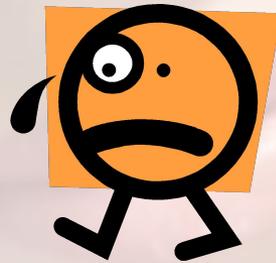
- **S – ситуационные вопросы** (Как дела сейчас?)
- **P – проблемные вопросы** (Есть ли проблемы в какой-то текущей ситуации?)
- **I – извлекающие вопросы** (На сколько это важно?)
- **N – направляющие вопросы** (Если я предложу вариант решения, вы будете со мной сотрудничать?)

2 этап. Выявление потребностей



ЧТО ТАКОЕ ПОТРЕБНОСТЬ?

Потребность клиента =
«боль» клиента



Вопрос-помощник

- Анна, скажите, что должно произойти, чтобы вы приняли моё предложение?

3 этап. Презентация предложения

3 основных блока презентации

Блок №1. Информация о фирме и продавце.

- преимущества;
- ценность сотрудничества

Блок №2. Подробное описание продукта.

- особенности;
- преимущества;
- эксклюзивность.

Блок №3. Какую выгоду сможет получить покупатель решив свою проблему.
Презентация цены.

ПРИЗЫВ К ДЕЙСТВИЮ:

«Завтра в 18.00 ресторан Публика, встречаемся на месте?»»

Диалог с клиентом

От свойств товара  выгоде

Говорим на языке ФАКТОВ и ЦИФР!

~~МНЕНИЯ~~ ФАКТЫ

~~Это очень красивая девушка~~

~~Берите, сама такое ношу~~

Белорусский государственный
университет

Дата основания - 1921 г.

ШКАЛА ДОВЕРИЯ



**ДЕТАЛИ И
ФАКТЫ**

**РЕЙТИНГИ И
НАГРАДЫ**

ЗНАМЕНИТОСТИ

**МНЕНИЕ
КЛИЕНТОВ**

**ВАШЕ
МНЕНИЕ**

МИНЫ В РЕЧЕВЫХ МОДУЛЯХ

- Удобно ли Вам говорить?
- Вам было бы это интересно?
- Приемлемая ли цена?
- Вам понравилось?



Называние цены



ЦЕНА И ЦЕННОСТЬ

Ценность > Цена = Любовь Клиента



4 этап. Работа с возражениями



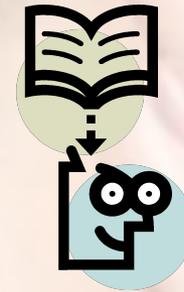
С возражениями не надо бороться, с ними надо работать!

Алгоритм работы с возражениями

1. Выяснить, что скрывается за возражениями с помощью уточняющих вопросов («Что вы имеете в виду?» «В смысле?» и т.д.)
2. Обработать возражение

Техники обработки возражений

1. «Я понимаю Вас...»



2. Бумеранг



3. Жернова



«Я понимаю Вас..» 😊

- Выразить понимание позиции собеседника
- Задать уточняющий вопрос
- Рассмотреть проблему под другим углом зрения

«Бумеранг»

- Показать почему возражение покупателя является **достоинством товара**, а не недостатком
- Задать вопрос хочет ли покупатель знать почему этот (кажущийся) недостаток имеет смысл и **является преимуществом**

«Жернова»

Состоит из 5 вопросов:

- Должна быть **веская причина**, из-за которой вы не хотите (...). Могу ли я узнать в чем она заключается?
- **Другой причины нет** кроме этой?
- Предположим, **мы могли бы** (...) тогда вы готовы продолжить обсуждение (принять решение)
- Значит **есть ещё** какая-то причина? В чём она состоит?
- **Что могло бы Вас убедить?** Или что по вашему мнению необходимо, чтобы вы могли...

«Я ПОДУМАЮ»

- Скажите, в принципе вам моё предложение нравится?

«ДОРОГО»

- То есть, если убрать аспект денег, Вам это интересно, и деньги это единственное препятствие/причина?

5 этап. Завершение сделки

- Цель: Получить заказ
- Резюмируйте то, о чём вы договорились с Клиентом
- «Закиньте якорь» - обсудите причину следующего контакта с Клиентом.

«Якорь» (пример)

- Можно я иногда буду вам звонить и спрашивать как у вас дела? А заодно и рассказывать о наших новых продуктах, спецпредложениях. Хочется, чтобы вы не забывали меня. =)

6 этап. Постпродажное обслуживание

- Важный этап!
- Показывает разницу между новичком и профессионалом.
- Все мысли новичка — только о том, как любой ценой сделать продажу. Когда клиент платит, новичок просто без ума от счастья.
- На этом этапе для профессионала работа только начинается
- Вы можете заработать деньги, сделав продажу.
- Настоящие деньги – это довольный клиент. Такой клиент будет покупать у вас вновь и вновь.
- НЕ забывайте своих клиентов!

Основные ошибки новичков



Основные ошибки НОВИЧКОВ

- Нет подготовки, нет системы продаж
- Не ставят цели перед началом разговора
- Плохая клиентская база для звонков
- Страх продавать
- Слишком долгая подготовка
- Штампы/шаблоны в речи

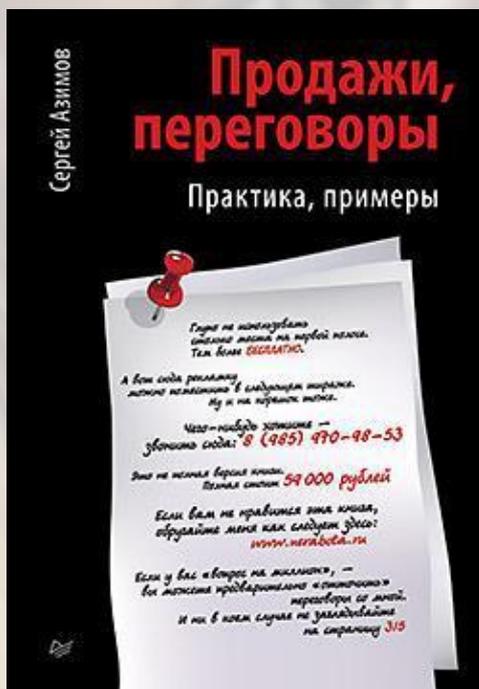


Основные ошибки новичков

- Сленг
- Пропускают/смазывают этап установления контакта
- Не выявляют потребность, переходят сразу к предложению
- Много текста в презентации предложения, не работают со свойствами товара
- Не умеют работать с возражениями
- Не продают, консультируют
- Нет проактивности, обучаемости

Литература

- Сергей Азимов. Продажи, переговоры
- Стивен Шиффман. Техники холодных звонков
- Николай Рысёв. Активные продажи



Слова благодарности

- Спасибо за Вашу работу! 😊

Ну я пошла? :-)



Контакты

Потёмкина Екатерина

Моб.тел: +375(44)578-32-35

E-mail: kate@proconsult.by

<https://www.facebook.com/kate.potyomkina>