

Искусство продавать



Этапы продаж. Установление контакта.

Задание

Продавец ориентированный на клиента.

План

I ЧАСТЬ

ЦЕЛЬ ТРЕНИНГА ЧТО ТАКОЕ ПРОДАЖА? ЭТАПЫ ПРОДАЖ

- Встреча
- Установление контакта
- Постановка вопросов
- Переформулирование

II ЧАСТЬ

- Аргументация
- Работа с возражениями
- Комплексная покупка
- Сопутствующие товары
- Завершение продажи
- Прощание

ЗАКЛЮЧЕНИЕ КАЧЕСТВА ХОРОШЕГО ПРОДАВЦА СОПРОВОЖДЕНИЕ КОМАНДЫ

Стратегия обучения

- Стратегия обучения персонала служит делу развития сотрудников, уровень профессионализма которых должен позволить нам противостоять конкуренции.
- Обучая, мы передаем не только знания, но и манеру поведения.
- В этом заключается специфика Леруа Мерлен.

I часть

Цель тренинга

Цель тренинга – научиться применять на практике все этапы продаж, тем самым повысить свой профессионализм



Что такое продажа?

Искусство продавать -

это сочетание интуиции, жизненного опыта, творчества, **личных качеств** и некоего объема знаний человека.

Что такое продажа?

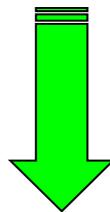
Продажа –

это, прежде всего,
результат установления доверительных
отношений между продавцом и
покупателем.

Что такое продажа?

ХОРОШИЕ ОТНОШЕНИЯ

невозможны без того, чтобы понять и принять покупателя таким, какой он есть, и показать ему это.



Именно такие отношения подкупают любого и являются главной формулой успешных продаж.

Что такое продажа?



- Если вам нравится продавать и вы получаете удовольствие от процесса, то скорее всего **ПРОДАЖИ – ВАШЕ ДЕЛО**.
- В этом случае у вас появляется реальный шанс стать профессионалом.



Продажа - это удовольствие

Этапы продаж

Встреча	1	Теплая атмосфера. Комфортные условия для совершения покупки. Немедленный прием – ощущение свободы выбора.
Установление контакта	2	Готовность помочь – продавец в распоряжении клиента именно в тот момент, когда это необходимо.
Постановка вопросов	3	Интерес продавца к клиенту – метод вопросов для лучшего выявления потребностей клиента.
Переформулирование	4	Продавец показывает, что он слушал клиента, понял его потребности. Клиент спокоен, он доверяет продавцу.
Аргументация	5	Продавец показывает товар, который соответствует пожеланиям клиента, рассказывает о нем просто и понятно.
Работа с возражениями	6	Минимизировать или устранить возможные возражения.
Завершение продажи	7	Продавец помогает принять решение, сделать выбор, если клиент сомневается.
Прощание	8	Создать у клиента чувство уверенности в отношении его покупки и заинтересовать его следующим визитом в магазин.

Этапы продаж. Встреча.



В: Взгляд

У: Улыбка

П: Приветствие

П: Прощание

С: Спасибо

Этапы продаж. Встреча.

Цель хорошей ВСТРЕЧИ -

создать доверительную, благоприятную для продажи обстановку:

Улыбайтесь искренне

Смотрите в глаза

Поздоровайтесь

Проявите интерес



Китайская пословица гласит:
«Человек, который не умеет
улыбаться,
не должен продавать...»

Этапы продаж. Встреча.

**УЛЫБКА – ЭТО БЕССЛОВЕСНОЕ ПРИГЛАШЕНИЕ К
ОБЩЕНИЮ**

УЛЫБКА ИНДИВИДУАЛЬНА

УЛЫБКА ПРИДАЕТ ТЕПЛОТУ ВСТРЕЧЕ

УЛЫБКА ВНУШАЕТ ДОВЕРИЕ

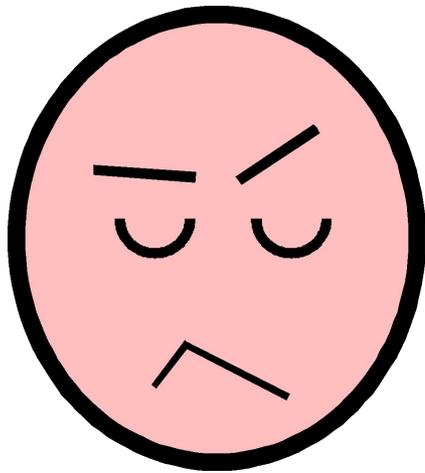


Этапы продаж. Встреча.

Мы приводим в действие

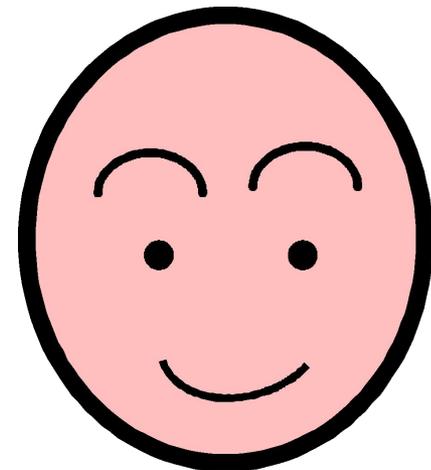
65 лицевых мышц,

чтобы выразить наше недовольствие...



и **12** мышц,

чтобы улыбнуться...



Так зачем же переутомляться?

Этапы продаж. Встреча.



Улыбайтесь искренне и чаще!!!

Упражнение «Улыбка»

Этапы продаж.

Установление контакта.

Задачи этого этапа:

- ✓ привлечь внимание клиента;
- ✓ заинтересовать;
- ✓ создать обстановку доверия и доброжелательности.

Входите в **КОНТАКТ** с клиентом динамично и тактично.

Доброжелательность – это уже демонстрация вашего профессионализма.

Этапы продаж.

Установление контакта.

При общении первое впечатление о человеке, как правило, складывается в течение первых **30-40 секунд**.
Большое значение при этом имеет:

Образ

- ✓ Внешний вид
- ✓ Поведение
- ✓ Жесты
- ✓ Улыбка

Слова

Интонации



Будьте позитивными!

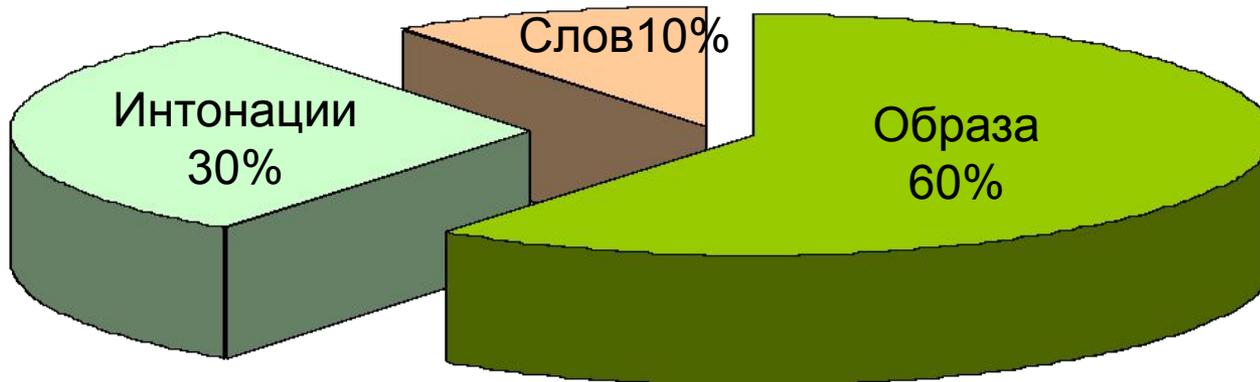
«У нас никогда не будет второго шанса
произвести первое впечатление»

Этапы продаж.

Установление контакта.

Первый контакт является определяющим для последующей продажи.

Установление контакта зависит от
СЛОВ, ИНТОНАЦИИ И ОБРАЗА



Этапы продаж.

Установление контакта.



Постоянно наблюдать за отделом и немедленно реагировать, в зависимости от поведения клиента

Клиент перестал прогуливаться между аллеями и остановился перед одним из товаров :

1. Скажите ему: «Добрый день, вечер, утро...!»
2. Задайте вопрос:

Например:

.

Этапы продаж.

Постановка вопросов.

Зачем нужно задавать **ВОПРОСЫ**?

1. Чтобы вовлечь клиента в разговор.
2. Чтобы клиент почувствовал свою значимость.
3. Чтобы контролировать процесс прохождения по этапам продаж.
4. Чтобы узнать и понять потребности и желания клиента.
5. Чтобы узнать возможные возражения.



Этапы продаж. Постановка вопросов.

Типы вопросов



**Открытые
вопросы**

**Альтернативные
вопросы**

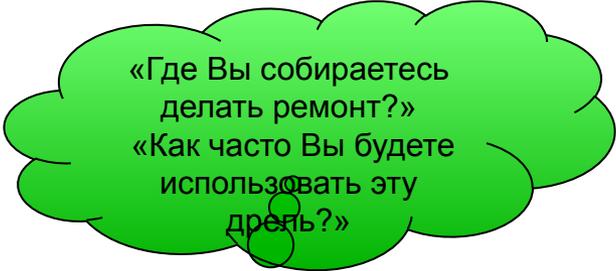
**Закрытые
вопросы**

Этапы продаж.

Постановка вопросов.

ОТКРЫТЫЕ ВОПРОСЫ

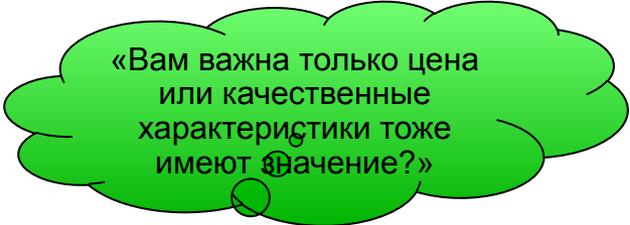
помогают разговорить клиента, открывают диалог и устанавливают доверие. Они начинаются со слов: что, как, где, какие, когда, сколько.



«Где Вы собираетесь делать ремонт?»
«Как часто Вы будете использовать эту дреель?»

АЛЬТЕРНАТИВНЫЕ ВОПРОСЫ

задаются тогда, когда клиенту предлагается сделать выбор.



«Вам важна только цена или качественные характеристики тоже имеют значение?»

ЗАКРЫТЫЕ ВОПРОСЫ

построены так, что выбор возможных ответов клиента ограничен двумя словами «да» или «нет».



«Вы сделали свой выбор?»
«Хотите посмотреть?»

Этапы продаж. Постановка вопросов.

Задание

Определите типы вопросов и
разнесите их по колонкам

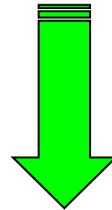
Этапы продаж.

Постановка вопросов.

	ОТКРЫТЫЙ	ЗАКРЫТЫЙ	АЛЬТЕРНАТИВНЫЙ
Где Вы собираетесь делать ремонт?	X		
Какие обои Вы предпочитаете?	X		
Итак, какой цвет плитки вам подходит, светлый или темный?			X
А Вы сами, какую люстру хотите?	X		
Какое покрытие Вас интересует: ламинат или линолеум?			X
Какие товары Вас еще интересуют?	X		
Если я правильно понял, цены для Вас слишком высокие?		X	
Как Вам нравится эта бензопила?	X		
Вы согласны со мной?		X	
Вы будете грузить сами или воспользуетесь нашим погрузчиком?			X
Если я Вас правильно понял, Вы предлагаете изменить расписание нашего магазина?		X	

Этапы продаж. Постановка вопросов.

Если вы умеете задавать вопросы,
но не умеете извлекать информацию
из ответов, то цена этому – ноль.



Нужно уметь слушать собеседника

Этапы продаж. Постановка вопросов.

Активно слушать, значит:



- ❖ Не перебивать клиента, когда тот говорит
- ❖ Смотреть на него во время разговора
- ❖ Кивать головой, показывая свою заинтересованность и понимание
- ❖ Повторять за клиентом некоторые слова

«У человека два уха и один рот, чтобы слушать в два раза больше, чем говорить»
(Конфуций)

Этапы продаж. Постановка вопросов.



ПРИЕМЫ АКТИВНОГО СЛУШАНИЯ:

- **Кивание**

Но не чаще
китайского
болванчика

- **Использование междометий**

«да», «угу», «ага» и
др.

- **Принятие позы внимания и заинтересованности**

Легкий наклон в
сторону клиента,
зрительный контакт

- **Использования вопроса-«эхо»**

Клиент: «Я хотел бы поближе
посмотреть...».
Продавец: «Поближе
посмотреть? Пожалуйста»).

- **Повторение фразы** Не бойтесь повторять за клиентом его собственные слова, но обязательно перефразируйте их

- **Использование фраз согласия, понимания**

Начинать лучше со слов:
«Вы считаете»,
«Вы сказали, что...»,
«Я правильно Вас
понял?».

Например: «Я
отлично понимаю, что
Вы хотите убедиться в
этом».

Этапы продаж. Переформулирование.

Цель ПЕРЕФОРМУЛИРОВАНИЯ – услышать от нашего клиента «Да, я согласен»

- ❖ Необходимо использовать словарь клиента, чтобы облегчить взаимопонимание.
Клиент: «Я хочу сегодня купить культиватор, но у меня не хватает денег».
Продавец: «Вы можете приобрести культиватор сегодня, оформив кредит в нашем магазине. Согласны?»
- ❖ Желательно закончить переформулирование вопросом, который позволит нам убедиться, что мы не исказили то, что имел в виду клиент.
Клиент: «Мне нужен цветок, не требующий тщательного ухода».
Продавец: «Вам нужен цветок, который нужно редко поливать?»
- ❖ Прием состоит в изменении смысла высказывания в позитивную сторону.
Клиент: «Я собираюсь купить качественный линолеум и при этом сэкономить».
Продавец: «Приобретая линолеум оптимальной ширины Вы не переплатите за лишний материал, при этом сэкономите средства.»

Этапы продаж. Переформулирование.

«Если я Вас правильно понял, Вы хотите купить душевую кабину и оформить доставку?»

Преимущества такого вопроса:

- ✓ он показывает клиенту, что его прекрасно поняли;
- ✓ он предоставляет слово клиенту и позволяет ему что-нибудь добавить;
- ✓ он позволяет закреплять каждый этап продажи, получая согласие клиента.

Этапы продаж.

Переформулирование.

ПЕРЕФОРМУЛИРОВАНИЕ –

это зеркало, которое обращено к клиенту

Ожидания
клиента
такие
«У нас

в доме
отключили
горячую
воду.
Мне
нужно
как то
Переформулировка

Для того что бы у Вас была горячая вода в период отключения, я рекомендую приобрести водонагреватель.

Выбор Аргументация

Я могу Вам предложить проточный или накопительный водонагреватели. Приобретая накопительный водонагреватель, вы сможете принять душ и помыть посуду.

На данном этапе продажи мы можем получить доверие клиента

Этапы продаж. Переформулирование.

Задание

Игра на переформулирование.

Этапы продаж. Переформулирование.



- ❑ Прежде чем перейти к следующему этапу, вы **ОБЯЗАТЕЛЬНО** должны переформулировать вопрос клиента, чтобы убедиться в том, что вы правильно поняли его потребности.
- ❑ При этом старайтесь максимально использовать информацию из ответов на предыдущие вопросы.

II часть

Этапы продаж. Аргументация.

АРГУМЕНТАЦИЯ -

Это презентация товара и его преимуществ, с учетом интересов и потребностей клиента.

Правильно аргументировать продукт, значит доказать, что он соответствует всем ожиданиям клиента.

ИСКУССТВО ПРОДАВАТЬ заключается в выборе именно тех аргументов, которые интересуют данного клиента

Этапы продаж. Аргументация.

- На этом этапе необходимо практиковать следующий подход: представлять товар через эффекты, значимые для клиента и подкреплять эффекты **(выгода, польза товара)** аргументацией.
- Эффект – выгода, которую получает клиент, принимая предложение продавца.

***Например: Продавец может и должен сказать:
«Покупая триммер у нас, Вы получаете
бесплатное обслуживание в нашем сервисном
центре в течение 2-х лет».***

Этапы продаж. Аргументация.

Аргументация должна

вызвать желание

в итоге придать

потом
пробудить

затем
вызвать

сначала
привлечь



действие



уверенность



желание



интерес

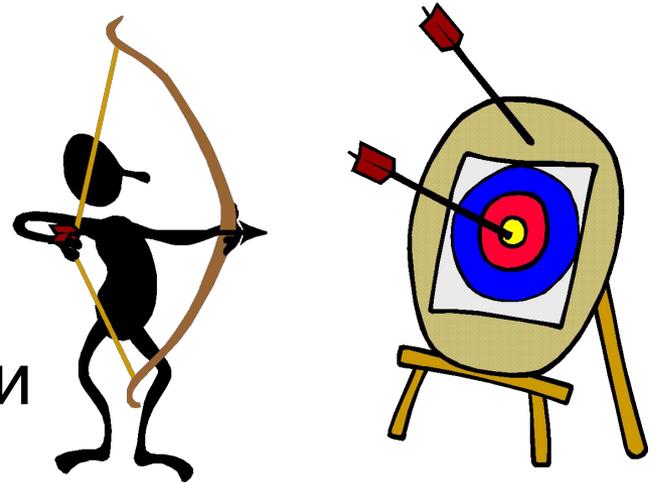


внимание

Этапы продаж. Аргументация.

ИСКУССТВО АРГУМЕНТАЦИИ

заключается в том, чтобы
ваши рациональные и
эмоциональные доводы
попали в «десятку»: совпали
с потребностями и желаниями
клиента.



Этапы продаж. Аргументация.

Используйте во время презентации товара слова,
вызывающие
положительные эмоции:

- ❖ НОВЫЙ
- ❖ УНИКАЛЬНЫЙ
- ❖ ОСОБЫЙ
- ❖ ЛУЧШИЙ
- ❖ ПЕРВЫЙ и т.д.



Этапы продаж. Аргументация.



Рекомендуется
использовать фразы-связки

«Вы получаете...»

«Вам это позволит...»

«Таким образом, Вы
сможете...»

× Не рекомендуется

- Навязывать товар
- Употреблять слова-паразиты и слова с отрицанием: «неплохо», «тоже нет», «немного», «недорого» и т.д

Этапы продаж. Аргументация.



Задание

Презентовать товар своего отдела: Свойство, преимущество, эффект.

На это упражнение выбираем товары Китайского производства.

Этапы продаж. Работа с возражениями.

ВОЗРАЖЕНИЕ

- Это естественная защитная реакция клиента. Услышав возражение, постарайтесь не спорить и не торопиться с категоричным ответом.
- Возражение говорит о заинтересованности клиента, а это хороший знак для продавца.
- Грамотный ответ на возникшее возражение – дополнительный шанс убедить клиента.

Этапы продаж.

Работа с возражениями.

ВОЗРАЖЕНИЕ

- С возражениями не надо бороться - с ними следует работать.
- Возражение – это уже форма сотрудничества.
- Оптимальный вариант итоговой фразы при работе с возражениями может звучать примерно так: «Да, это важный вопрос. Я как раз собирался об этом рассказать».

Этапы продаж.

Работа с возражениями.

ТЕХНИКИ ОТВЕТА НА ВОЗРАЖЕНИЕ

ДА, и в то же время Согласиться с высказыванием и перефразировать его, опираясь на аргументы

Это очень дорогой товар!

Цена, подтверждает подлинность и качество товара

ПЕРЕКЛЮЧЕНИЕ Используйте возражение для того чтобы продать/предложить другой товар

Мне нужен голубой цвет, а у вас есть только ~~зеленый!~~

Мы можем предложить другую модель голубого цвета

ОСЛАБЛЕНИЕ Ослабить силу возражения

Для этой картины я не могу подобрать рамку

Можно воспользоваться услугой нашей багетной мастерской

Этапы продаж. Работа с возражениями.

ЭКРАН Показать клиенту, что Вы услышали его возражение и что ваши дальнейшие аргументы дадут на него ответ.

У краски слишком резкий запах

Да, у краски специфический запах, но он быстро выветривается

УСЛУГИ Леруа Мерлен предлагает различные услуги (доставка, кредит), которые могут помочь ответить на возражение клиента.

У меня нет необходимой суммы, чтобы приобрести эту раздвижную дверь...

Мы предлагаем воспользоваться услугой кредит

Этапы продаж. Работа с возражениями.



Итак, в работе с **ВОЗРАЖЕНИЯМИ**:

1. Выслушайте клиента.
2. Дайте ему высказаться (выпустить пар).
3. Сделайте комплимент (снимите агрессию).
4. Переформулируйте.
5. Ответьте.

Например: «Да, это действительно дорогая дрель, но ее технические хар-ки оправдывают ее стоимость».



Задание

Как Вы будете работать с возражениями:

Почему нет этого товара?

Я не уверен что этот товар качественный?

(индивидуальная работа)

Комплексная покупка.

КОМПЛЕКСНАЯ ПОКУПКА

ОСНОВНОЙ ТОВАР + ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ТОВАРЫ

К основной покупке **нужно** предложить дополнительные товары, которые необходимы для установки или нормальной работы приобретаемого товара.

Если клиент покупает плитку, ему также потребуются специальный клей, затирка для швов и дистанционные крестики.

Сопутствующие товары.

Клиенту также можно предложить
СОПУТСТВУЮЩИЕ ТОВАРЫ

Такие товары не являются необходимыми,
но их приобретение рекомендуется.



Если клиент покупает плитку,
ему можно предложить
перчатки, наколенники, губку,
тряпку для пола и т.д.

Сопутствующие товары.

- ✓ Ассортимент наших магазинов позволяет использовать предложение по сопутствующим товарам во всех отделах.
- ✓ Клиенты всегда положительно оценивают сопутствующую продажу.
- ✓ Даже если клиент отказывается от покупки, он запоминает вашу улыбку, внимательное и учтивое отношение к себе.

Сопутствующие товары.

Как ввести сопутствующие товары в процесс продажи?

- ✓ Нужно упомянуть об этом товаре в процессе аргументации, но не останавливаться на нем подробно.
- ✓ Можно показать, где он находится в отделе.

Комплексная покупка.



Задание

Две группы. Одна продает цветок. Другая дверь.

Сопутствующие товары.



**Цель продажи
сопутствующих
товаров:**



**ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЙ
ТОВАРООБОРОТ
+
УВЕЛИЧЕНИЕ
КОРЗИНЫ!!!**

Этапы продаж. Завершение продажи.

Идеальное завершение продажи – немедленная покупка.

Продавцы должны быть внимательны к поведению клиента на этом этапе и замечать **сигналы**, говорящие о том, что клиент готов совершить покупку.

Этапы продаж.

Завершение продажи.

СИГНАЛЫ ЗАИНТЕРЕСОВАННОСТИ

- Клиент снова и снова подходит и берет товар
- Внимательно разглядывает товар со всех сторон
- Еще раз просит консультацию по товару
- Покачивает головой
- Подносит руку к лицу
- Если клиент не один, спрашивает мнение спутника
- Несколько раз переспрашивает
- Использует будущее время, говоря о товаре
- Спрашивает мнение продавца
- Ходит из стороны в сторону

Этапы продаж. Завершение продажи.

Как только вы замечаете эти признаки

БЫСТРАЯ РЕАКЦИЯ

Какая именно?

ВОПРОС...



Если клиент проявляет **средний интерес**:



Открытый вопрос: «Как Вы думаете?»

Этапы продаж. Завершение продажи.

Как только вы замечаете эти признаки

БЫСТРАЯ РЕАКЦИЯ

Какая именно?

ВОПРОС...



Если клиент проявляет **сильный интерес**:



Закрытый вопрос: «Вы выбрали этот товар?»

«Вам он понравился?»

«Вы его берете?»

Этапы продаж.

Завершение продажи.

Если клиент решился на покупку:

Подбодрить его,
похвалить его

- **«Отличная ^{выбор:} покупка и по хорошей цене»**
- **«Вы приняли правильное решение»**
- **«Вы сделали хороший выбор»**

Предложить клиенту
сопутствующие товары:

- **«Хотите взять еще ...?»**
- **«Возьмите также ...»**
- **«Вам понадобится...»**

**Помочь клиенту решиться на покупку,
значит довести до конца миссию продавца-
консультанта.**

Этапы продаж. Завершение продажи.



Если клиент не решается сделать выбор или
говорит «нет»:

Оставаться позитивными,
сохранять улыбку и
доброжелательность

Ваша реакция:
«Конечно, подумайте».
«Я понимаю, Вам нужно время, чтобы
принять правильное решение»

Этапы продаж. Прощание.

Прощаясь с клиентом, очень важно оставить позитивное впечатление о магазине, о товаре, об обслуживании.

Довольный клиент
может принести
нам большую прибыль,

недовольный – убытки



Этапы продаж. Прощание.



- ❖ Помочь погрузить выбранный товар на тележку.
- ❖ Предложить воспользоваться услугами магазина.
- ❖ Предложить посетить магазин еще раз.
- ❖ Показать, где находятся кассы.
- ❖ Предложить номер телефона вашего магазина, на случай возникновения вопросов.
- ❖ Предложить посетить другие отделы магазина.
- ❖ Завершить разговор словами: «До свидания», «Будем рады видеть Вас снова».

Этапы продаж. Заключение.

Задание

Продолжите фразу:
«Качественно обслужить покупателя,
значит...»

Этапы продаж. Заключение.



ВЫСТРАИВАНИЕ ЦЕПОЧКИ ПРОДАЖ

- | | |
|--|----------|
| Постановка вопросов | 1. |
| Прощание | 2. |
| Встреча клиента | 3. |
| А р г у м е н т а ц и я | 4. |
| Установление контакта | 5. |
| С о п у т с т в у ю щ и е
т о в а р ы | 6.
7. |
| Переформулирование | 8. |
| Завершение продаж | 9. |
| Работа с возражениями | 10. |
| Комплексная покупка | |

Качества хорошего продавца

- Продавец должен **БЫТЬ ГОТОВЫМ ВЫСЛУШАТЬ** клиента и **ОСТАВАТЬСЯ СПОКОЙНЫМ** при любых обстоятельствах.
- Он должен проявлять **ТАКТ И ТВОРЧЕСКИЙ ПОДХОД** для того, чтобы выявить потребности клиента. Для этого необходимо **ЗАДАВАТЬ ВОПРОСЫ** (закрытые, открытые, альтернативные).
- Продавец расстается с клиентом дружелюбно и остается в его распоряжении до конца встречи.

Качества хорошего продавца



- Хороший продавец - **ЧЕСТЕН**, прежде всего, он думает об интересах клиента.
- Хороший продавец **УМЕЕТ ПОНРАВИТЬСЯ**.
- Умение продавать – это не дар, оно **ПРИБРЕТАЕТСЯ В ПРОЦЕССЕ РАБОТЫ!**

НАШИ ЦЕННОСТИ



Мы - команда



СПАСИБО

УДАЧНЫХ ПРОДАЖ

Сопровождение команды

- Что каждый из вас делает для повышения качества обслуживания клиентов в своих отделах?
- Как передается информация сотрудникам о полученных знаниях на тренинге?

Сопровождение после тренинга подразумевает: передача знаний, контроль за исполнением, создание мотивации у сотрудников, получение обратной связи.