

faberlic

ЭФФЕКТИВНЫЕ ПРОДАЖИ

Как стать успешным продавцом?

- Приобрети 10 каталогов за 65 грн.
- Прономеруй каталоги
- Составь график движения каталогов в таблице:

Номер каталога	Когда	Кому	Контакт	Результат

Расчёт дохода от 10 каталогов

- На 10 каталогов - 2 дня
- По статистике 30% людей откликнется
- Из 10 3 каталога сработает каждые 2 дня
- Закажут один продукт (ср. стоимость 3.3Б)
- 3,3 Б x на 3 каталога = 10 Б
- Каждые 2 дня - 10 Б

Итого: за 20 дней - 100 Б

Доход со 100 Б: 787,5 грн. с продаж + ОС 3% 54 грн. + программа VIP-Консультант 310 грн.

Общий доход **1151,5 грн.** – на вложение 65 грн.

За 2 часа работы в день (40 часов в кампанию)

Картотека Клиента

За 1 кампанию – 10 каталогов – 30 Клиентов.

За 3 кампании – 30 каталогов – 90 Клиентов.

Лестница Роста Клиента.

Работа с Картотекой.

90 Клиентов

```
graph TD; A[90 Клиентов] --> B[Минимум заказ 100 Б в кампанию]; A --> C[Максимум рост Бизнеса и большой рост Клиентской базы.]
```

Минимум
заказ 100 Б в кампанию

Максимум
рост Бизнеса и
большой рост
Клиентской базы.

Что такое ПРОДАЖА?

**Это искусство помогать людям
сделать правильный выбор**

В чем состоит ПРОДАЖА?



1. В чем мои предложения выгодны Клиенту?
2. Почему Клиенту лучше покупать у меня, а не у конкурентов?
3. Что Клиент потеряет, если откажется от моих предложений?
4. Зачем, для чего я хочу обслуживать данного Клиента?

Какая фраза относится к продаже?

1. Клиенты не хотят покупать, поэтому мне необходимо убедить их в том, что товар им нужен.
2. Клиенты хотят покупать, но у них есть опасения и сомнения относительно своей способности покупать. Я помогу им принять решение.

«Они не хотят»

«Они хотят»

Когда мы следуем первому предположению, мы начинаем «впихивать» товар покупателю.

Если мы следуем второму, мы разговариваем с ним на равных, поднимая самооценку и себе, и покупателю.

СХЕМА ЭФФЕКТИВНЫХ ПРОДАЖ

ПОСТОЯННЫЙ ПОКУПАТЕЛЬ



ПОКУПАТЕЛЬ



ПОТЕНЦИАЛЬНЫЙ КЛИЕНТ

**Этап 6
ПОСЛЕПРОДАЖНОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ**

**Этап 5.
ЗАВЕРШЕНИЕ ПРОДАЖИ**

**Этап 4.
РАБОТА С ВОЗРАЖЕНИЯМИ (СОМНЕНИЯМИ) КЛИЕНТА**

**Этап 3.
ПРЕЗЕНТАЦИЯ ТОВАРА**

**Этап 2.
ВЫСЛУШИВАНИЕ И ВЫЯСНЕНИЕ ПОТРЕБНОСТЕЙ**

**Этап 1.
УСТАНОВЛЕНИЕ КОНТАКТА С КЛИЕНТОМ**

Задачи этапа:

- Привлечь внимание (используйте фирменные аксессуары: платок, бейдж, косметичка и т.д.)
- Заинтересовать (только задавая вопросы: Как ухаживаете за кожей лица? Какие продукты по уходу используете обычно?).
- Создать обстановку доброжелательности и доверия

Действия слушающего (Консультанта):

1. Вопросы
2. Уточнение
3. Пересказ



Для тренировки умения слушать

Задача продавца – выявить потребность Клиента с помощью открытых вопросов, используя при этом только определенные приемы общения: безмолвное слушание, уточнение, пересказ. Третий участник выступает в роли наблюдателя.

Пробуждение интереса Клиента.

Особенности – Преимущества – Ценность.

особенностями товара являются его физические характеристики;

преимуществами товара - характеристики, отличающиеся от характеристик аналогичных товаров.

ценность товара - это положительный *результат*, получаемый покупателем в связи с определенными преимуществами товара, способными удовлетворить потребности покупателя.

faberlic 3. ПРЕЗЕНТАЦИЯ ТОВАРА

УПРАЖНЕНИЕ:

- Продажа цепочкой клиенту, используя техники:
1. «Особенности – Преимущество – Ценность»
 2. Проведение Косметического Сеанса

СВОЙСТВА И ВЫГОДЫ

**Особые свойства товара –
связующая фраза – выгоды для Клиента**

Связующие фразы: «Это позволит Вам...»,
«Это даст Вам возможность...»,
«Вы получите...», «Для Вас это означает...»
(Обязательно личное обращение)

Дает Вам возможность:

- *вскрыть и понять потребности и мотивы Клиента;*
- *понять, какие стороны Вашего товара встречают положительный прием, а какие – нет;*
- *понять в какой дополнительной информации нуждается Клиент.*

*Основная причина возражений клиента – **недостаток информации.***

реагирования на возражения

1. Положительный настрой.
2. Активно слушать.
3. Искать за возражением мотив.
4. Делать паузу.
5. Говорить твёрдым и уверенным тоном.
6. Брать тайм-аут.
7. Создать дружеские отношения.

1. Выслушайте возражения, не перебивая и не защищаясь. Сделайте паузу.
2. Одобрение, присоединение.
3. Уточните (задайте вопрос на уточнение).
4. Перефразируйте, или уменьшите.
5. Ответьте.
6. Завершите продажу.

faberlic РАБОТА С ВОЗРАЖЕНИЯМИ



ЗАВЕРШЕНИЕ ПРОДАЖИ:

- Естественное завершение.
- Завершение по предложению.
- Завершение на основе альтернативы:
«Вы хотите заказать весь комплекс, или только два средства?».

Техника:

2 дня x 2 недели x 2 месяца



(корректировка последующих действий):

- анализ проведенной встречи:
 - что получилось хорошо? Почему?
 - что не получилось? Почему?
 - что мне следует изменить, доработать?
- уточнение плана следующего действия



Этап 6
Послепродажное обслуживание

Этап 5.
ЗАВЕРШЕНИЕ ПРОДАЖИ

Этап 4.
РАБОТА С ВОЗРАЖЕНИЯМИ (СОМНЕНИЯМИ) КЛИЕНТА

Этап 3.
Презентация товара

Этап 2.
ВЫСЛУШИВАНИЕ И ВЫЯСНЕНИЕ ПОТРЕБНОСТЕЙ

Этап 1.
УСТАНОВЛЕНИЕ КОНТАКТА С КЛИЕНТОМ

faberlic КЛЮЧЕВЫЕ ПАРАМЕТРЫ:

- К-во Клиентов в Вашем бизнесе. Увеличивая к-во Клиентов, Вы увеличиваете продажи, а тем самым Ваш доход.
- Увеличение среднего заказа одного Клиента. Задача, чтобы Клиент покупал больше.
- Увеличение числа покупок одним Клиентом.



Объем Продаж (ЛО) =
К-во Кл. * ср.з-з 1 Кл. * кол-во покупок в кампанию.

Вознаграждение Консультанта =
ЛО * % скидки (26%)



10 Кл x 100 грн. x 2 = 2 000 грн.

Увеличим каждый из показателей
на 10%:

11 Кл x 110 грн. x 2,2 = 2 662 грн.

Рост продаж: $2662/2000 \times 100\% =$
133%,

т.е. продажи выросли на 33%



- Количество единиц купленной продукции (продажа цепочками, использование всех ассортиментных групп каталога)
- Стоимость товара (техники: «Особенности – Преимущество – Ценность», «Свойство и выгоды»)

faberlic

**УСПЕШНЫХ
ПРОДАЖ!**

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ