

# 10 этапов процесса продаж

Подготовили  
студенты гр.:

# Pannikin



Компания специализируется на оптовой продаже розничным магазинам кухонной посуды и аксессуаров в городе Екатеринбурге и Свердловской области.

# ПРОЦЕСС ПРОДАЖИ

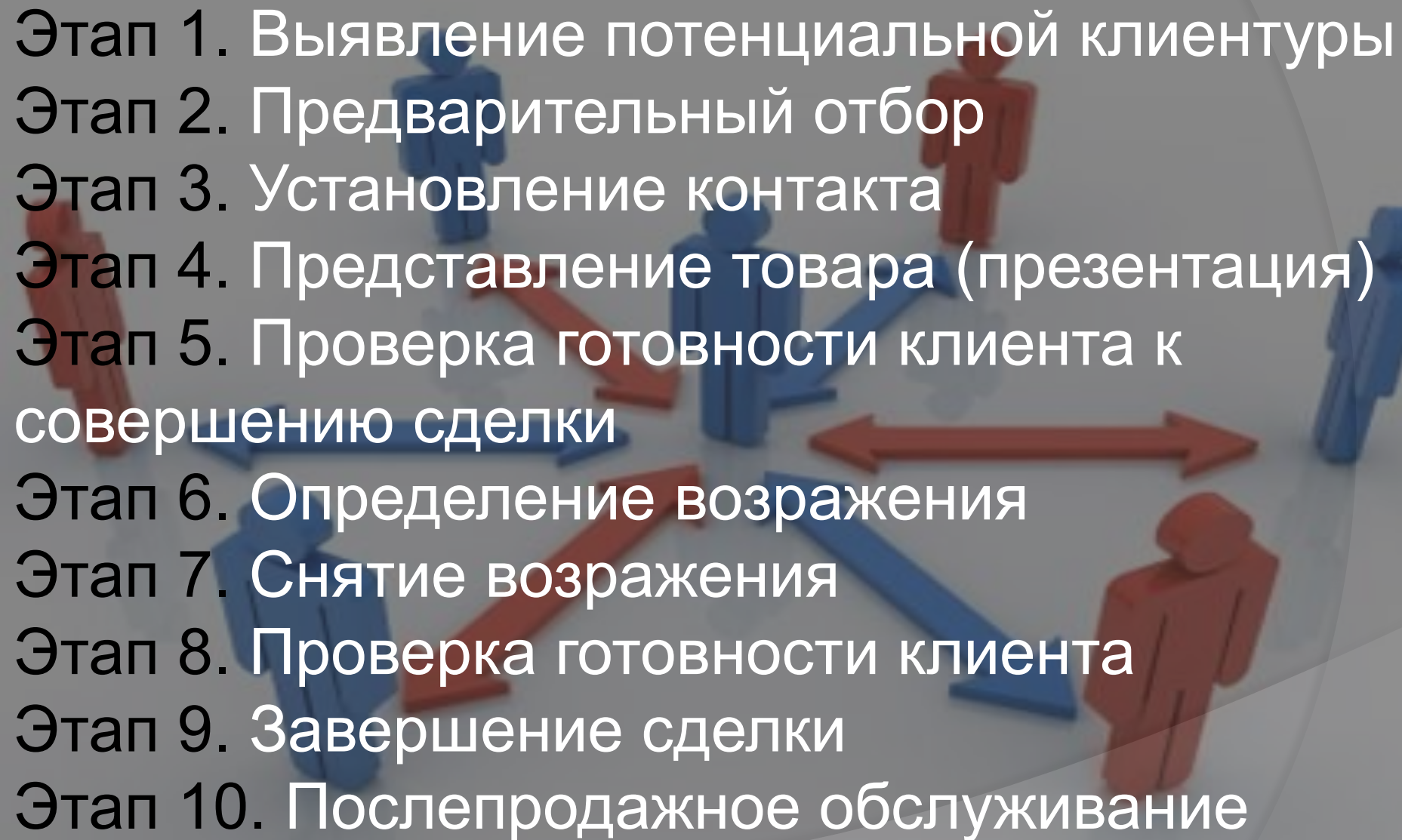


= совокупность действий, распределенных во времени и направленных на получение ожидаемого результата (денег при обмене, лояльного клиента, расширение клиентской базы и т. д.)

# ТЕХНОЛОГИЯ ПРОДАЖИ

= четко определенный и описанный *набор последовательно-параллельных действий* (этапов), *распределенных по времени*, которые должен сделать продавец, используя продукт и техники продаж, работая с покупателем в определенном контексте, чтобы получить ожидаемый результат.

# Процесс продажи сводится к 10 этапам:

- 
- Этап 1. Выявление потенциальной клиентуры
  - Этап 2. Предварительный отбор
  - Этап 3. Установление контакта
  - Этап 4. Представление товара (презентация)
  - Этап 5. Проверка готовности клиента к совершению сделки
  - Этап 6. Определение возражения
  - Этап 7. Снятие возражения
  - Этап 8. Проверка готовности клиента
  - Этап 9. Завершение сделки
  - Этап 10. Послепродажное обслуживание



# Этап 1. Выявление потенциальной клиентуры

Поиск потенциальных клиентов осуществляется посредством:

- Сети Интернет
- Слепого поиска
- Выставок и ярмарок
- Рекламы и презентации товара в крупных розничных магазинах г. Екатеринбурга и Свердловской области



# Этап 2. Предварительный отбор



Клиентов отбираем по:

- Репутации и престижу
- Объему реализации (доля, занимаемая на рынке)
- Платежеспособности
- Размеру магазина
- Расположению

Исходя из этого определяется цена, по которой ему будет реализовываться продукция.





## Этап 3. Установление контакта

Девиз этого этапа: "У Вас никогда не будет второй возможности создать первое впечатление".

Последовательность действий:

1. Подготовка письма о встрече, в котором указывается компания, ее цель и время встречи.
2. Подготовка к встрече.

Основная цель встречи – "раскрыть" клиента, создать доверительную атмосферу между покупателем и продавцом. Для этого необходимо определить, какой перед Вами клиент, в каком он настроении и как на него "настроиться".



# Этап 4. Представление товара (презентация)

## Особенности:

- Современный дизайн
- Выгодная цена (+скидки)
- Разнообразие форм и размеров
- Известный бренд
- Цветовая гамма

## Преимущества:

- Эргономичность
- Нержавеющая сталь
- ТРД (теплораспределительное дно)
- Высокая жаропрочность
- Отличные антипригарные свойства
- Долговечность и надежность
- Стеклоянная крышка



## Ценность:

- Эстетическое удовольствие от приятного дизайна
- Незаменимый помощник на кухне позволит приготовить любые блюда **БЫСТРО**, **ВКУСНО** и **УДОБНО**:

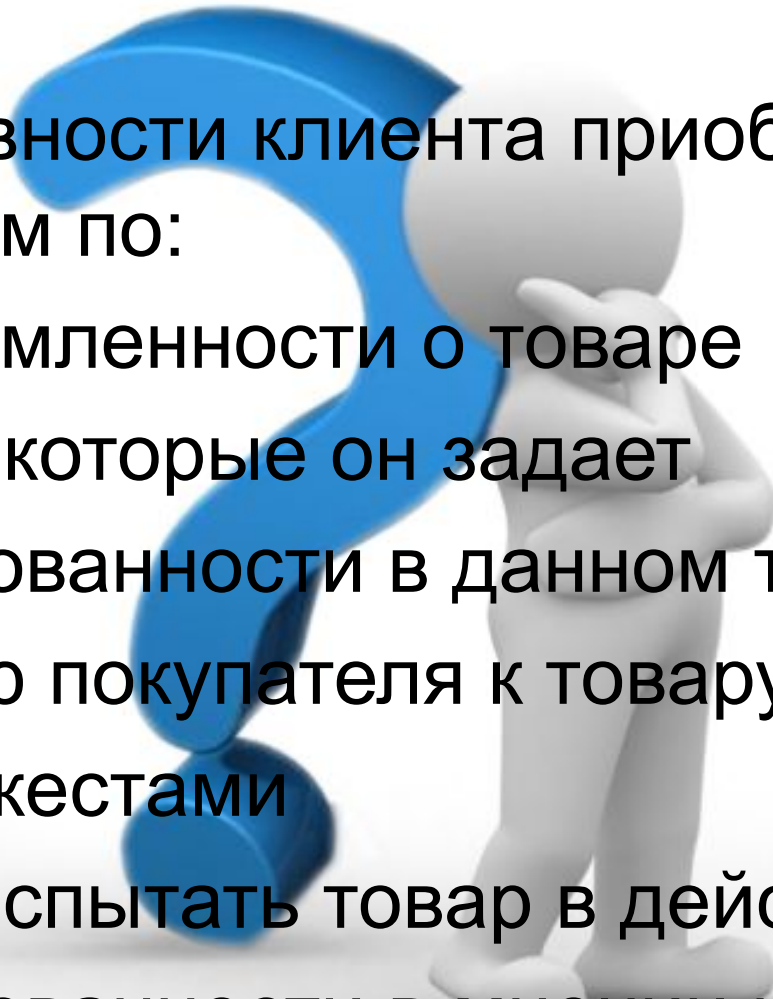


- Экономия времени и энергии
- Стеклянная крышка позволяет следить за процессом приготовления
- Вкусно приготовленная пицца поднимет настроение, сплотит семью
- Употребление здоровой пищи, не утратившей полезных свойств

# Этап 5. Проверка готовности клиента к совершению сделки

Степень готовности клиента приобрести товар определяем по:

- ⦿ его осведомленности о товаре
- ⦿ вопросам, которые он задает
- ⦿ заинтересованности в данном товаре
- ⦿ отношению покупателя к товару
- ⦿ согласию жестами
- ⦿ желанию испытать товар в действии
- ⦿ заинтересованности в мнении коллег



# Этап 6. Определение возражения

- Основные возражения: касаются характеристик товара (цвет, материал, форма, комплектация...)
- Второстепенные: отсутствие денег, желание отложить решение на более поздний срок, желание получить более исчерпывающую информацию о продукте, страх совершить ошибку...



# Этап 7. Снятие возражения

1. Направляем возражение
2. Раскрываем причины возникновения возражения
3. Отвечаем на возражение с помощью подсознательного умения

Главные правила:

- ⦿ Не спорить с клиентом
- ⦿ Дать возможность клиенту выразить возражения наиболее полно
- ⦿ Не говорить клиенту, что он не прав
- ⦿ Произвести отбор моментов, с которыми не согласны
- ⦿ Быть в курсе тех возражений, которые чаще всего делают в отношении товаров
- ⦿ Помнить, что высказывание возражений со стороны клиента зачастую является признаком того, что клиент заинтересован и ищет оправдание в приобретении покупки



# Этап 8. Завершение сделки



- Предлагаются дополнительные продажи (сопутствующие)
- Подводятся итоги
- Достигается обоюдное согласие
- Оформляется договор поставки с оговоренной ценой, сроком поставки, условиями оплаты, количеством и качеством товара
- Товар поставляется клиенту

# Этап 9. Послепродажное обслуживание

Послепродажное обслуживание заключается в:

- дальнейшей консультации о товаре
- гарантийном сроке на товар
- помощи при реализации (консультации о раскладке продукции на витринах, методах презентации товара и т.д.)
- информировании о новинках и скидках
- Предложении дополнительных услуг (гравировка, деколирование)





**Благодарим за  
внимание!**