

Техника продаж



Техника продаж

После сегодняшнего обучения вы будете знать:

- Что такое продажа
- Как искать клиентов
- Как удержать клиентов

Сможете:

- Найти подход к клиенту
- Определить потребность клиентов
- Представить продукцию и получить на неё заказ
- Справиться с возражениями



Планирование и подготовка

- **Знание продукта и торговой марки**
- **Планирование**
 - **Поиск клиента**
 - **Подход к клиенту**

Матрица продаж

**Сумма
дохода**

=

**Сумма
ЛО**

**Кол-во
клиентов**

X

**Заказ
1 клиента**



Пример:

Давайте подсчитаем:

- Какую сумму Вы тратите ежемесячно на приобретение нашей продукции?

Это сумма заказа 200 грн.
приверженного клиента

**5 приверженных
клиентов = ЛО 200 Б**

Доход = более 250 грн

Расход времени:

1 клиент = 1 час времени

Подведем итог:

5 клиентов по 1 часу =
5 часов работы
и
более 250 грн. дохода.



Поиск клиента

Клиентская база – это основа нашего бизнеса.

По результатам опроса женщин от 15 до 64 лет:

99% - пользуются косметикой вообще
(наши потенциальные клиенты)

89% - ежедневно пользуются чем-то из космет. средств

42% - не определились в предпочтении торговой марки.

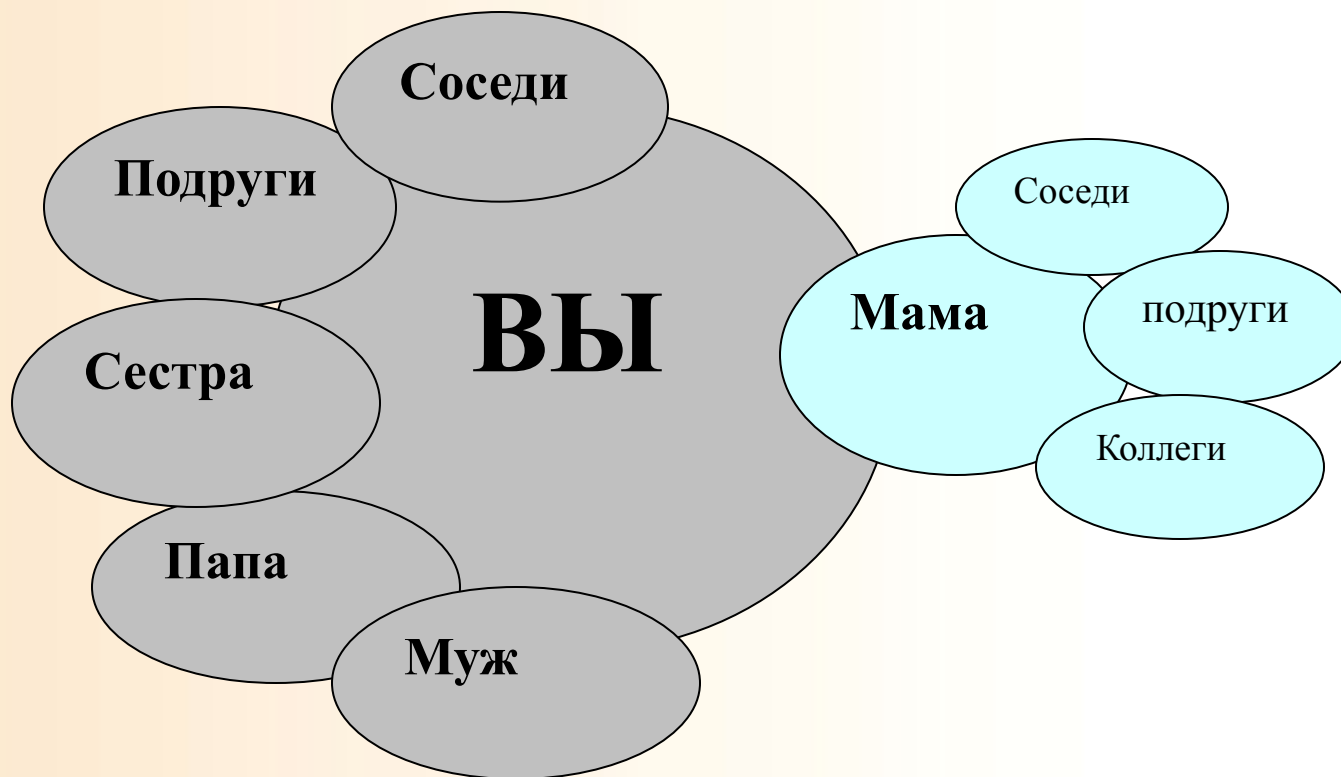
Поиск клиента



Методы:

1. СПИСОК ЗНАКОМЫХ

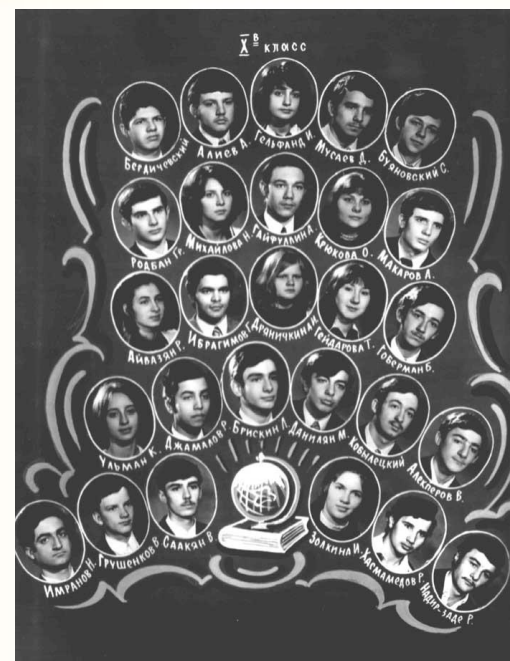
на начальном этапе не менее 50 человек



Поиск клиента

2. РЕКОМЕНДАЦИИ

3. ПРЕЗЕНТАЦИИ





Подход к клиенту

60% - человек обращает внимание на движения, взгляды, одежду, выражение лица, манеру поведения.

30% - воздействие, оказываемое тембром голоса

10% - человек обращает внимание на то, что говорится!



Подготовка инструментов

- образцы продукции,
- карточки клиента,
- журналы,
- каталоги

Сколько необходимо каталогов?

Рассчитайте необходимое количество каталогов по следующей схеме:

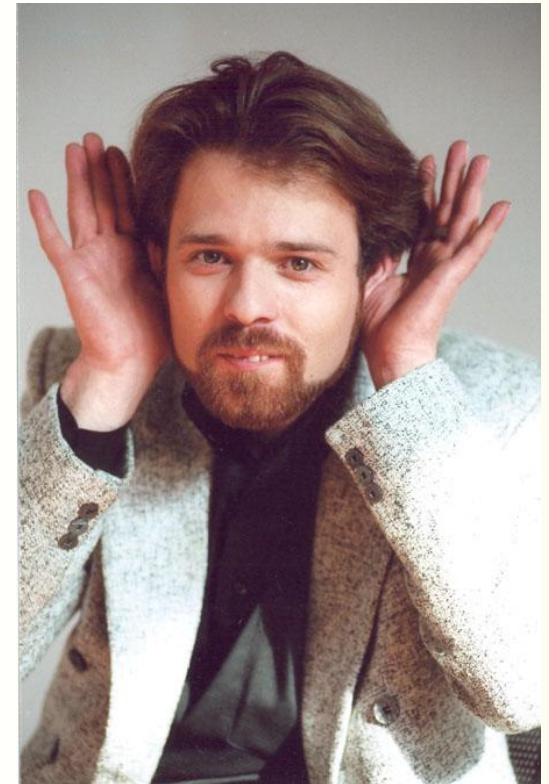
- личный (с которым никогда не расстаюсь)
- в сумочке на всякий случай
- для приверженных клиентов в подарок расписанный каталог (пример расчета – заказ из каталога на 6 грн. покрывает расходы на каталог)
- рабочий комплект (провели презентацию, оставили каталог клиенту, через 1-2 дня забрали каталог и заказ

= 15 каталогов

Оценка потребностей

Умение слушать:

- **Активное и пассивное слушание**
- **Правило Паретто - 20% на 80%**





Оценка потребностей

Умение задавать вопросы

Типы вопросов

- **закрытые** (требующие односложного ответа Да/Нет)
- **открытые** (Что, Где, Когда, Как, Почему?)

Например:

«Чем Вы руководствуетесь при выборе косметических средств?»

«Какими средствами Вы пользуетесь сейчас?»

«Какого эффекта Вы хотите добиться?»

«Какие Вы предпочитаете оттенки?»

«Что Вы понимаете под ежедневным уходом?»

Презентация

Статистика

30% - твердо запланированные покупки

6 % - покупки, запланированные вообще

4 % - альтернативные покупки

60% - импульсные покупки





Презентация

Определение

Это представление товара с точки зрения его *выгоды для конкретного человека*, с целью побудить его приобрести товар.



Презентация

презентация продукта для Клиента должна:

привлечь

ВНИМАНИЕ,

вызвать

ИНТЕРЕС,

побудить

ЖЕЛАНИЕ

привести

к

ДЕЙСТВИЮ



Презентация

Техника «СВ»

это перевод Свойств продукта в Выгоду от его использования.

1. **Назвать свойство**

2. **Показать выгоду от свойства**

(«это Вам позволит...», «и тогда Вы сможете...»,
«а это значит...»)

3. **Добиться согласия**

(«не так ли?», «Вы согласны?», «не правда ли..»)



Заключение сделки

Преодоление возражений

О чем говорит возражение:

- клиент запрашивает дополнительную информацию
- вы плохо определили потребности клиента и предлагаете ему не то, что нужно;
- вежливый отказ на ваше предложение
- направление нашей аргументации

Возражение – это лучше, чем ничего!



Заключение сделки

ТЕХНИКА ПРЕОДОЛЕНИЯ ВОЗРАЖЕНИЯ.

1. Выслушать возражение, не перебивая
2. Подтвердить возражение
3. Задать уточняющий вопрос
4. Ответ на вопрос
5. Заключить сделку

С возражением не надо бороться, с ним следует работать.



Заключение сделки

Методы завершения сделки

- 1. Сделать прямое предложение.***
- 2. Суммирующее предложение (3 «да»).***
- 1. Альтернативное заключение («выбор без выбора»)***



Удержание Клиентов

техника – 2 x 2 x 2

через 2 дня – узнать первое впечатление,
убедиться правильно ли пользуются средством

через 2 недели – узнать о первых результатах

через 2 - 3 месяца – с предложением заказать
заканчивающееся средство.

Удержание Клиентов

***Обслужите Клиента так,
как вы хотели бы, чтобы обслужили вас самого.***

***Обслужите Клиента так, как он хотел бы,
чтобы его обслужили.***

Превосходите его ожидания.





Техника продаж

Факультатив

Желаем успешных продаж!

До новых встреч!