

# Техника продаж

7 этапов продаж

# 7 этапов продаж

- 1) Планирование и подготовка к рабочему дню.
- 2) Установление контакта.
- 3) Выявление потребностей.
- 4) Презентация товара.
- 5) Работа с возражениями.
- 6) Завершение продажи.
- 7) Установление долгосрочных отношений.

# Планирование и подготовка к рабочему дню.

Известно, что качественная подготовка сулит более 50% успешной работы с покупателем. Для этого можно составить приблизительный план общения с покупателем и цели на день по принципу SMART (Specific - конкретная; Measurable - измеримая; Achievable - достижимая; Realistic - актуальная; Timed - определенная по времени).



# Установление контакта.

Нужно произвести благоприятное впечатление на покупателя в течение первых 10-15 сек. Для этого необходимо поздороваться, улыбнуться, возможно, сделать комплимент. Вид продавца должен говорить о доброжелательности и позитивном настрое. На установление контакта уходит в среднем от 1 мин до 5 мин.



# Выявление потребностей.

Вначале используйте открытые вопросы, они начинаются со слов «какой», «с какой целью», «когда», «сколько», «где». На такие вопросы клиент не ответит «да» или «нет» и его будет легче разговорить. Задавайте наводящие вопросы и используйте технику активного слушания. Чем больше покупатель говорит, тем больше у продавца шансов продать товар.



# Презентация товара.

Говорите в первую очередь о выгодах товара, его характеристиках. Использовать надо всю информацию, полученную в предыдущем пункте. Опытный продавец высказывает озвученную клиентом мысль с помощью специально составленных фраз. Суть этих фраз – связывание выгоды клиента с характеристиками товара. Не лишним будет привести примеры с участием третьих лиц. Например, как у Вас недавно купили определенный товар, и как он помог в решении проблемы покупателя. Лучше иметь в своем арсенале 5-10 таких рассказов. Для лучшего результата всегда предлагайте несколько видов товаров, чтобы у клиента был выбор. Сопровождайте демонстрацию сведениями о сопутствующем сервисе, гарантиях и прочих выгодах.



# Работа с возражениями.

После презентации у покупателя могут возникнуть сомнения или недовольство относительно товара. На этом этапе важно определиться с видами возражений, и использовать алгоритм (скрипты) для работы с ними, чтобы преодолеть сложившийся барьер в диалоге. Главное правило – соглашаться с клиентом. Можно действовать по схеме: выслушать покупателя – психологически «присоединиться» (согласиться) – уточнить – ответить на само возражение. Главное – не следовать утверждению «лучшая защита – это нападение».





# Завершение продажи.

После презентации можно сделать короткое резюме сказанного, спрашивая в конце, понравился ли клиенту товар. Также рекомендуется использовать правило «трех да»: задайте клиенту 3 вопроса, на которые он точно ответит утвердительно. Внимательно следите за сигналами покупки: избегайте ответов да/нет на вопросы покупателя, так можно сорвать продажу. Именно распознавание и правильное использование сигналов покупки являются кризисным элементом при завершении сделки. Правильно выстроенный ответ при сигнале от покупателя поможет намного быстрее завершить продажу.





# Установление долгосрочных отношений.

Покупатель должен остаться доволен, только тогда он вернется в Ваш магазин еще раз. Для этого требуются вежливость, внимание к покупателю даже после оплаты им товара. Не забудьте проинформировать его про скидки, дисконт и другие интересные предложения от магазина. Стоит использовать и определенные фразы прощания, например «Вы сделали отличный выбор! Ждем Вас снова!», «Удачного Вам дня!».

Удачных продаж!!!

