



Ростелеком
Больше возможностей



ВОРК-ШОП «АКТИВНЫЕ ПРОДАЖИ. СКРИПТЫ»



Содержание

- 1) *Минимум знаний*
- 2) *Определение потребителей и их потребностей.*
- 3) *Отработка навыков построения презентации с позиции выгоды клиента.*
- 4) *Отработка навыков работы с возражениями.*

Что такое продажа?

Продажа – это процесс, включающий в себя взаимодействие покупателя и продавца с целью взаимовыгодного сотрудничества.

Основные этапы продаж:

- 0. Подготовительный этап*
- 1. Установление контакта*
- 2. Определение потребности*
- 3. Презентация*
- 4. Работа с возражениями*
- 5. Завершение сделки*
- 6. Анализ и допродажа*



Установление контакта.

Фраза для установления контакта:

- Приветствие
- Представление себя
- Представление компании
- Цель визита
- Ограничение во времени
- Имя собеседника.

Выявление потребностей.

Потребность – внутренняя недостаточность чего-либо.
Потребности могут быть осознаваемыми и неосознаваемыми самим клиентом.

Основная задача: максимальный сбор информации о клиенте и его потребностях.

Основной способ выявления потребностей – метод задавания вопросов.



Выявление потребностей.

Типы вопросов :

1. Открытые вопросы- вопросы, предполагающие развернутый ответ (сообщение определенных сведений).

Что? Как? При каких условиях? Каким образом? И т.п.

Примеры открытых вопросов :

«Какие передачи вы смотрите?»

«Чем интересуетесь?»

«Какие каналы Вы предпочитаете?»

«Какие Интернет-ресурсы Вы используете?»

Пример ответа на открытый вопрос:

«Я смотрю основные федеральные каналы...»

«Интересуюсь группами в соц.сетях по велогонкам..» и пр.

Выявление потребностей.

2.Закрытые вопросы – вопросы , предполагающие ответы «да - нет» или однозначный ответ .

Примеры закрытых вопросов:

«Вы пользуетесь услугами КТВ (Интернет, телефонии)?»

«Кто-нибудь из вашей семьи пользуется услугами КТВ (Интернет, телефонии)?»

Пример ответа на закрытый вопрос:

«Да»

«Нет»

Выявление потребностей.

3.Альтернативные вопросы – вопросы, в формулировке которых содержатся несколько вариантов ответов.

Примеры альтернативных вопросов:

«Вам будет удобней тариф с большой скоростью или с низкой абонплатой?»

Примеры ответов на альтернативные вопросы:

«Удс



Презентация продукта.

Основная задача заинтересовать нашим предложением.

Основная техника : перевод свойств товара в выгоду для клиента.

Техника ЧПВ :

- ✓ Черты
- ✓ Преимущества
- ✓ Выгоды

Пример : **Свойство**

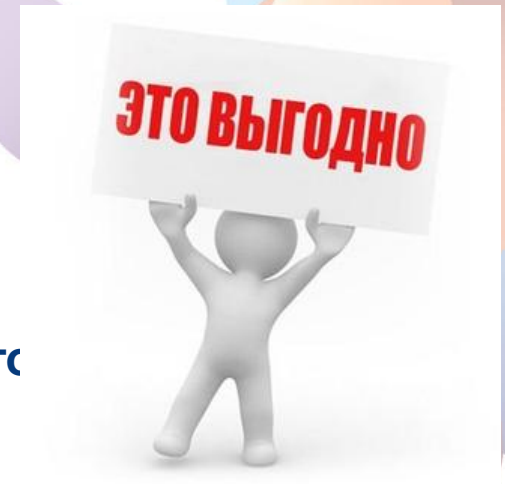


Характеристика продукта

Выгс



Выгода для клиента





Работа с возражениями

Возражение – мнение отличное от нашего

ВЫСЛУШАЙ ВОЗРАЖЕНИЕ

- Выслушайте клиента, не перебивая, проявляя заинтересованность.

ПРИМИ

- Согласие с тем, что мнение собеседника для вас важно и вопрос достоин обсуждения

УТОЧНИ

- Что именно клиент имеет в виду, что для него имеет значение

АРГУМЕНТИРУЙ

- Получи обратную связь, веди диалог, будь позитивен, получай подтверждения

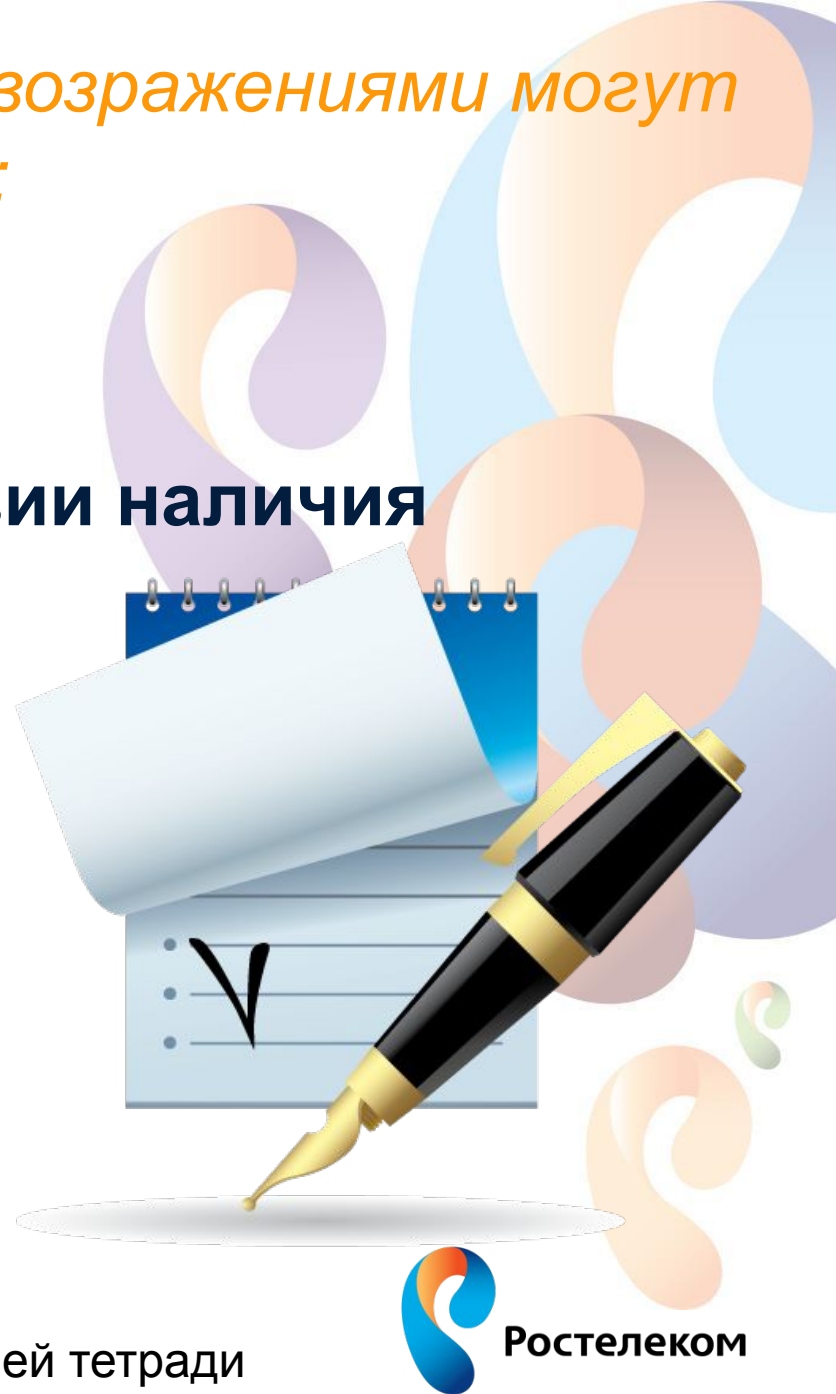
**ПРОКОНТРОЛИРУЙ
РЕЗУЛЬТАТ**

- Получи обратную связь от клиента

См. стр. 9 в рабочей тетради

Аргументами в работе с возражениями могут быть:

- 1. Преимущества компании**
- 2. Преимущества услуг**
- 3. Личный опыт (при условии наличия доверия клиента)**
- 4. Статистика**
- 5. Факты**
- 6. Яркие аналогии**
- 7. Демонстрация**
- 8. Мнения экспертов**



Завершение сделки.

Признаки готовности клиента к сотрудничеству:

- ✓ *Клиент выразил заинтересованность в продукте*
- ✓ *Вы сделали презентацию продукта и получили одобрение*
- ✓ *Вы ответили на возражение клиента и получили одобritельный ответ*
- ✓ *Клиент не задает больше вопросов и ждет от вас действий*

Основная задача: взять с клиента обязательство , построить «мосты» для дальнейшего сотрудничества.

Завершение сделки.

Способы завершения сделки:

- 1. Прямое предложение.*
- 2. Согласие по нарастающей*
- 3. Создание спешки.*
- 4. Последнее возражение.*
- 5. Момент настал.*
- 6. Метод Франклина.*

Удачных продаж!

