

**Основы организации.  
Коммуникация  
офиса.  
Статистика.**

- Оргсхема (организующая схема) – схема, на которой показаны функции, обязанности и последовательность действий и полномочий в организации. Оргсхема показывает модель организации, необходимой для получения продукта.
- Ценный конечный продукт (ЦКП) – продукт деятельности, который не требует доработки и пригоден к обмену (например, на деньги).

ЦКП менеджера – дизайнера корпусной мебели:

- дизайн-проект, полностью соответствующий пожеланиям заказчика,
- выполненный план продаж.

# Коммуникация офиса

1. Письменная коммуникация.
2. Система трёх корзин

# Статистика менеджера-дизайнера

-

еженедельный объём продаж.

- неделя – период с понедельника по воскресенье,
- объём продаж измеряется в долларах,
- статистика отражается на графике.

# Этапы продаж

**Продажа –**

**процесс согласования условий обмена товара на его денежный эквивалент в котором участвуют покупатель и продавец.**

# Этап 1: установление контакта

- В первые 30-60 секунд идёт формирование первого впечатления.

У Вас никогда не будет второй  
ВОЗМОЖНОСТИ  
создать первое впечатление.

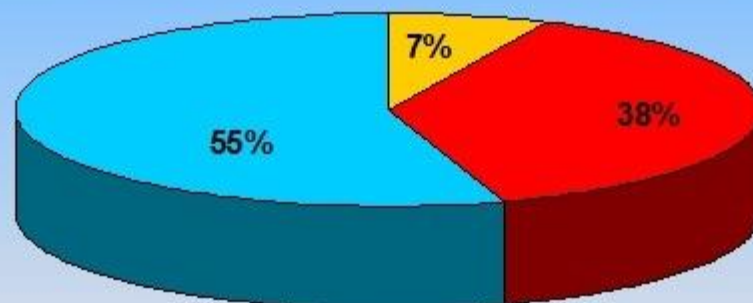
Коко Шанель



## Установление контакта

Первое впечатление формируется в первые 10 – 60 секунд

**Слова имеют наименьшее значение**



■ Слова   ■ Интонации и модуляции голоса   ■ Язык жестов и поз

# Способы установления контакта

- Улыбка
- Искренний интерес
- Открытые позы
- Обращение по имени
- Присоединение и отзеркаливание
- Безопасное расстояние
- Уместный комплимент

# Этап 2: Выявление потребностей

- Вопросы:
  - открытые
  - альтернативные
  - закрытые

# Приёмы активного слушания

- Пауза
- Уточнение
- Пересказ
- Развитие мысли
- Сообщение о восприятии
- Сообщение о восприятии себя
- Отзеркаливание, «ЭХО»

# Этап 3: презентация

- Лучший способ продажи товара – продажа эмоций.
- Учитываем выявленные потребности (презентуем именно то, что закрывает потребности клиента)
- Учитываем тип восприятия клиента (визуал, аудиал, кинестетик)
- Стимулируем обратную связь (закрытые вопросы, указательные жесты, предложение что-нибудь открыть, закрыть, убедиться в гладкости и т. п.)
- Применяем эффект обладания.

## Этап 4: работа с возражениями

- Ситуация, когда человек высказывает противоположное мнение по поводу обсуждаемого предмета или темы, называется ситуацией возражения.

# Почему возникает возражение

- Люди думают с помощью образов.
- Любое воспринятое слово вызывает у нас образ.
- Чтобы понять другого человека, надо знать, какие образы и картинки вызывает в его воображении то или иное слово или образ.
- При работе с возражениями важно изучать образы оппонента, работать с его представлениями, а не с его собственными.

# Схема работы с возражениями

- Выслушать
- Присоединиться
- Найти корень возражения
- Вырвать корень возражения
- Подкрепить свою мысль доводами и фактами
- Рассказать историю
- Завершение, выход



# Правила работы с возражениями

- Не спорьте с клиентом
- Не нападайте на клиента
- Всегда старайтесь сделать так, чтобы клиент сам возражал на свои возражения

Нам не дано предугадать,  
Как слово наше отзовется,-  
И нам сочувствие дается,  
Как нам дается благодать...

Ф.

Тютчев

# Заккрытие сделки

1. **Закрытые вопросы**
2. **Альтернативные вопросы**
3. **Метод Сократа**

- Установление контакта
- Мягкое «наведение мостов»
- Выявление потребностей
- Открытые вопросы, активное слушание
- Презентация
- Показать возможность закрытия потребностей
- Работа с возражениями
- Найти истинное возражение и потребность и закрыть её
- Закрытие сделки
- Закрытые вопросы