

Продажи

- **Отработка сервисного общения профессионального официанта**



Типология гостей рестор



Психологические типы клиентов

1. Торопливый
2. Знаток
3. Шутник
4. Стеснительный
5. Скупой
6. Грубиян
7. Надменный
8. Молчаливый
9. Общительный

Д В А Й Т Е
А А Т

И Г Р А Т Ь

Установление контакта с ГОСТЕМ



Есть у меня шестерка слуг,

Проворных, удалых.

И все, что вижу я вокруг,

Все знаю я от них.

Они по знаку моему

Являются в нужде.

Зовут их Как и Почему, Кто,

Что, Когда и Где.

Ричард Киплинг

Открытые

вопросы

Открытый вопрос – это вопрос на который собеседник даёт развернутый ответ, т.е. он не может сказать

Да или Нет.



Закрытые вопросы



После того как вы задали несколько открытых вопросов. Необходимо уточнить мелкие подробности и подвести гостя к презентации. Для этого эффективно использовать закрытые вопросы.

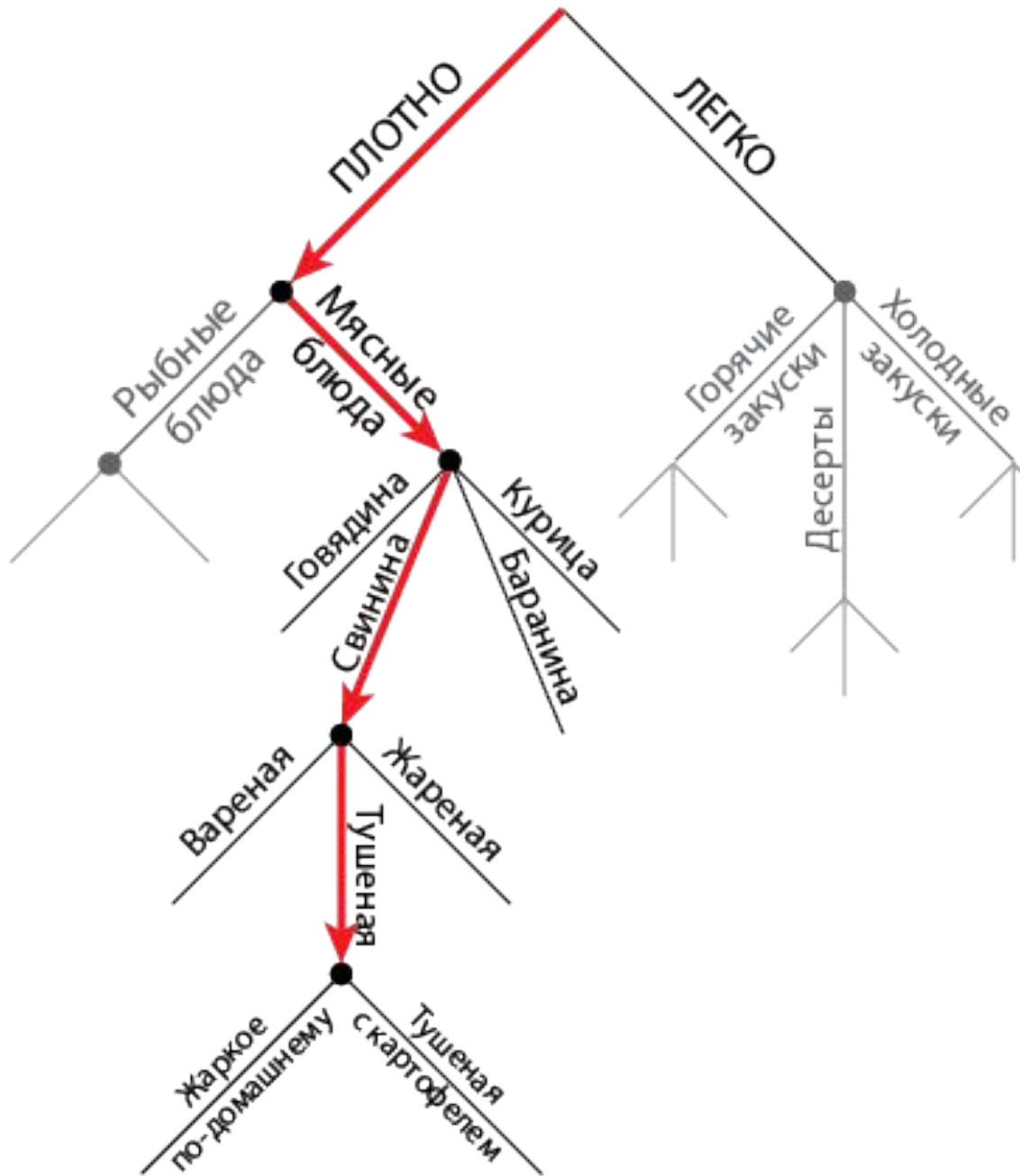
Открытые и закрытые вопросы в продажах часто используется поочередно и как писалось выше очень важна подготовка вопросов заранее. После того как вы задали ряд открытых вопросов, вы должны задать подготовленные закрытые или альтернативные вопросы.

Активное слушание



Правила активного слушания:

1. Доброжелательный настрой. Спокойно реагировать на все, что говорит собеседник. Никаких личных оценок и замечаний к сказанному.
2. Не устраивать распросы. Строить предложения в утвердительной форме.
3. Делать паузу. Давать собеседнику время подумать.
4. Не бойтесь делать ошибочные предположения насчет испытываемых собеседником чувств. Если что не так, собеседник поправит вас.
5. Зрительный контакт: глаза собеседников находятся на одном уровне.
6. Если вы понимаете, что собеседник не настроен на разговоры и откровенность, то оставьте его



Ваши наводящие вопросы должны разбивать меню на части, все более и более сужая выбор.

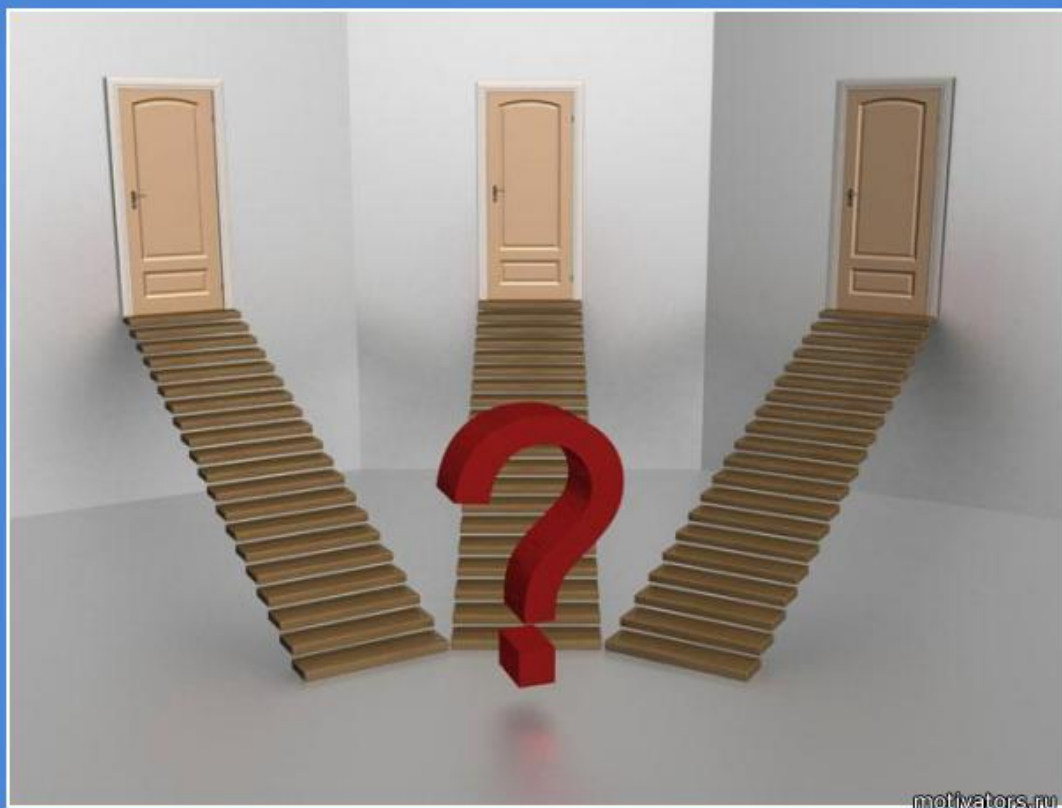
Часть первая: плотно или легко хочет поесть гость? Если плотно — перечисляем варианты серьезного подкрепления. Если легко, переходим к совместному обследованию горячих и холодных закусок, а также десертов.

Часть вторая: после основной настройки официант прощупывает более тонкие предпочтения гостя.

К примеру, мясные или рыбные блюда он предпочитает? Далее вновь следуют альтернативы.

Часть третья: вопросы о способах приготовления. Тушеное или жареное

Выбор без выбора или



Выбор без выбора -

ловушка нашего сознания.

В случае «выбора без выбора»

вы предлагаете несколько готовых вариантов, и человек автоматически начинает думать в предложенном вами направлении, минуя этап выбора «делать или не делать».

Ему становится легче определиться со своими планами, найти для вас время в списке своих дел, принять решение.

Этим приемом можно пользоваться и в личной



«У нас замечательный выбор десертов. Обязательно попробуйте (кивок Салливана) Маковый десерт». Сначала ты упоминаешь о десертах вообще, а потом приводишь конкретный пример.

Ассоциативные

Метод основан на свойстве человеческого мозга устанавливать ассоциативные связи и составлять логические цепочки в виде текста и рассказа, рисунка.




В переводе с греческого слово "синектика" - «совмещение разнородных элементов».

MyShared

И В магазин приняли нового продавца, в конце дня менеджер спрашивает сколько посетителей он обслужил
- Одно-отвечает парень
Менеджер в шоке,
- а на какую сумму?-спрашивает
-120 тысяч долларов-следует ответить менеджер еще больше в шоке
-Как?-спрашивает
-Ну он хотел купить крючки на рыбалку, а я ему посоветовал еще удочку. Потом оказалось что у него нет лодки ,а после этого еще прикупил для перевозки лодки,и фургон на колесах

-Ты молодец-хвалит его менеджер-человек пришел за крючками а ты убедил его сделать такую покупку!!

-Ну вообще-то он пришел за гигиеническими средствами для жены ,а я ему говорю-



**Работа со стоп -
листом
И отсутствие
частицы
«не» в твоём
лексиконе.**

Сделайте описание блюда

БЛЮДО/НАПИТОК ИЛИ ИНГРЕДИЕНТ

Внешний вид

- Подача;
- цвет;
- форма.

Текстура

- Тактильные ощущения.

Ценность

- Пользность;
- статус блюда;
- выгода;
- престижность.

Вкус и Запах

- Вкусовые качества;
- аромат.

Особенности