



СИЛА ВОПРОСА

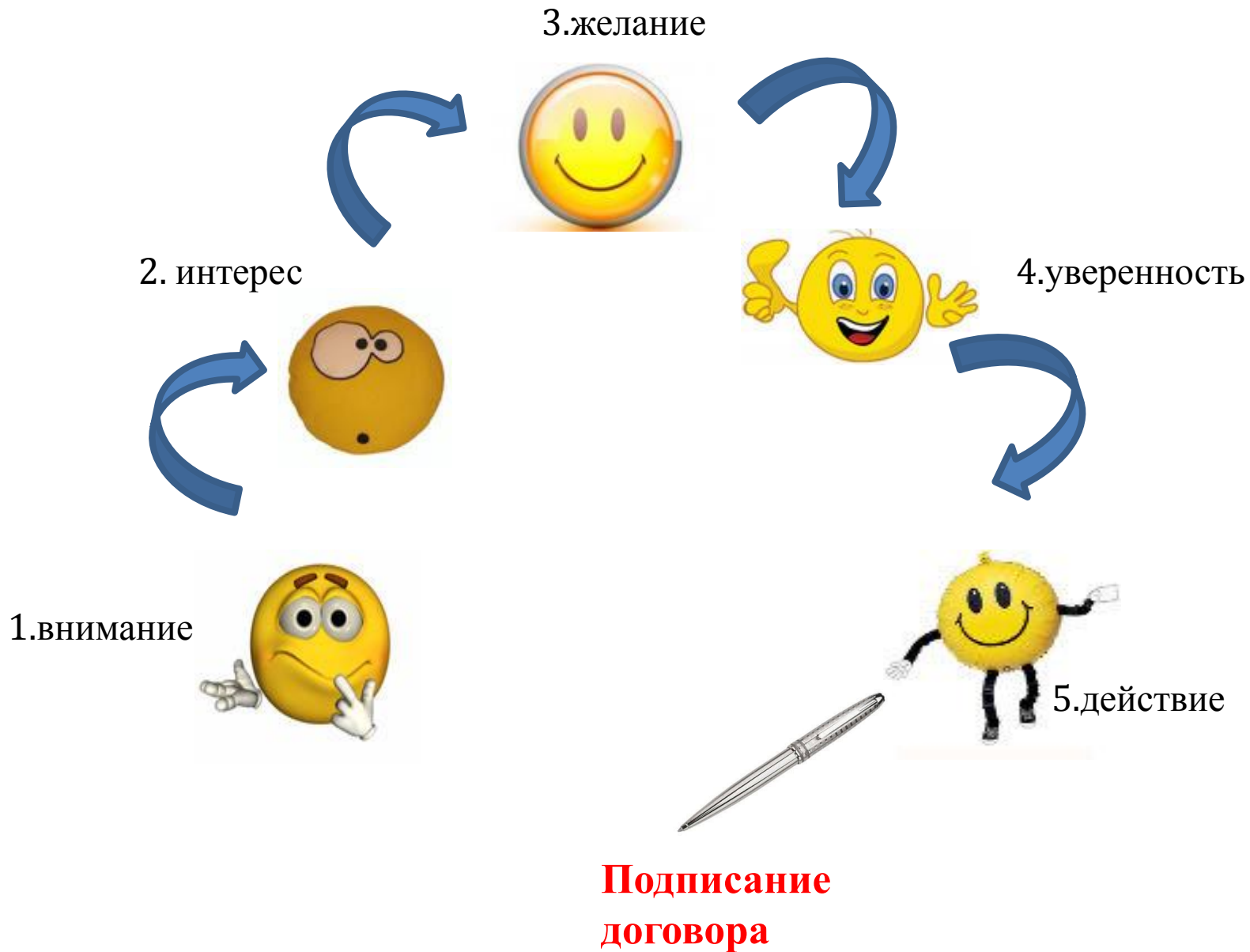
Старший преподаватель кафедры маркетинга Л.А. Орлова

Не продавайте мне продукт компании

Продавайте комфорт и престиж.

*Не продавайте товары, а продавайте
приятные ощущения и решения проблем.*

СОЗНАНИЕ И ПОВЕДЕНИЕ ГОСТЯ



ШЕСТЬ ТОЧЕК ВОЗДЕЙСТВИЯ

Шесть эмоциональных точек, умело воздействуя на которые можно повлиять на поведение покупателя:

1. **Тревожность**
2. **Алчность**
3. **Новизна**
4. **Комфорт**
5. **Гордость**
6. **Привязанность**

Мы управляем другими и другие управляют нами посредством слов



«У нас лучшая продукция, мы заботимся о людях, они будут покупать в нашей компании XXXXXXXXXXXX»

Хотелось, чтобы это было истиной, не так ли?

СИЛА ВОПРОСА

*Правда заключается в том, что до тех пор, пока каждый **представитель компании** не установит доверительные отношения с потенциальными покупателями, они будут сомневаться в каждом слове.*

Продавать — это своего рода управленческое искусство.

Тот, кто задает вопросы, является **водителем**, он определяет направление развития событий. А тот, кто задает вопросы, — это **пассажир**, за которого выбрали, куда ему ехать.



Впрочем, мало просто начать задавать вопросы. Если вопросы будут поставлены неправильно, представитель компании опять утратит контроль над сделкой.

НЕСКОЛЬКО СОВЕТОВ О ТОМ, КАК ГРАМОТНО
СОСТАВИТЬ ЭФФЕКТИВНЫЕ ВОПРОСЫ,
НАПРАВЛЕННЫЕ НА ПРОДАЖУ.



- 1. Определите свою ключевую цель.*
- 2. Начинайте со сбора информации*
- 3. Используйте конкретные вопросы.*
- 4. Слушайте ответ.*
- 5. Не спорьте.*
- 6. Не бойтесь спрашивать.*

