

ПРОЦЕСС ПРОДАЖИ.

7 ЭТАПОВ



Продажа — это сделка между людьми, в которой каждый из участвующих имеет свою задачу и преследует свою цель. В этом смысле акт продажи можно рассматривать как переговоры, потому что интересы сторон далеко не всегда совпадают. И если продажа — это переговоры, это также и встреча, и отношение, и связь между ее участниками.

Зачем мы будем изучать этапы продаж и учиться правильно вести себя на каждом из них?

Это дает нам:

- **Положительные отличия от конкурентов**
- **Стабильность качества и сервиса**
- **Адаптация новых продавцов**
- **Основание для оценки эффективности**

Итак, процесс продаж состоит из следующих этапов:

1. Установление контакта
2. Выяснение потребностей
3. Предложение товара
4. Оценка реакции и работа с возражениями
5. Дополнительная продажа
6. Завершение сделки
7. Установление долгосрочных отношений

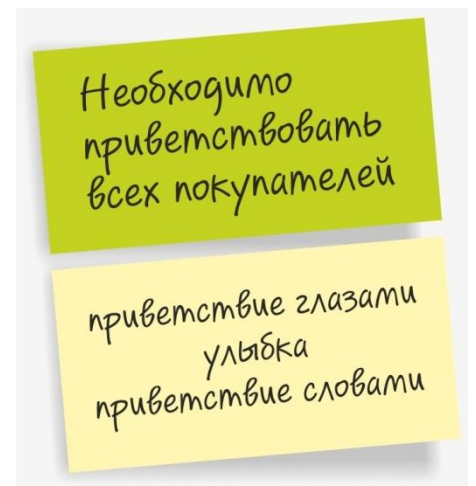


Для каждого из этапов существуют свои правила и для увеличения продаж и обеспечения лояльности покупателя.

Для того, чтобы эффективно применять полученные знания, обязательно нужно поставить себе цель, быть уверенным в знании своего товара и цен, обладать умением «слышать» и «видеть» покупателей и постоянно совершенствовать навыки эффективных приемов общения.

1 Этап. Установление контакта.

- Приветствие сразу после появления покупателя
- Приветствие выполняют все продавцы
- На расстоянии – приветствие глазами и искренняя улыбка
- Не спешите продавать - покупателю необходимо освоиться в незнакомом пространстве магазина

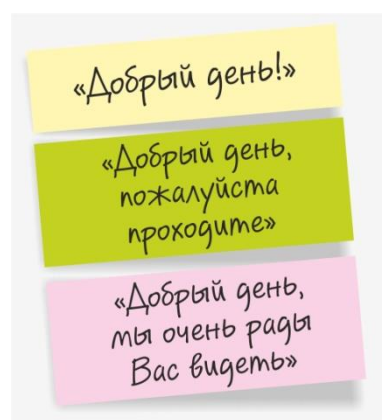


Установите зрительный контакт.

- Спокойный и приветливый взгляд, легкая улыбка
- Контакт глазами 50% времени разговора
- Пристальный взгляд вызывает дискомфорт
- Взгляд эффективно транслирует Ваше настроение и отношение к собеседнику

Поприветствуйте покупателя.

- Необходимо говорить чётко, не торопясь, достаточно громко, чтобы Вас обязательно услышали



- Человеку наиболее приятные развернутые формы обращения
- Доброжелательная интонация и эмоциональный фон



Худшие вопросы для начала:

- Могу я Вам чем-то помочь?
- Что Вас интересует?
- Вы ищете что-то конкретное?
- Могу я ответить на Ваши вопросы?
- Вы знаете о нашей акции?

Покупатель воспринимает эти вопросы как угрозу.



Приглашение глазами.

- Покупатели сами приглашают продавцов для получения консультаций
- Необходимо держать покупателя в поле зрения, чтобы вовремя отреагировать на приглашение

Начало разговора.

- Будьте доброжелательны!
- Привлеките внимание покупателя действием, которое не связано с общением (поправьте выкладку на стеллаже, установите ценник).
- Можно описать действие покупателя в магазине - «Я вижу, вы ручки выбираете?»

Что бы вы хотели найти сегодня?

- Ничего...
- Я просто смотрю...

- Я просто гуляю...
- Я только хотел посмотреть, что у Вас есть...
- Мне надо убить время.
- Мой муж (жена) делает покупки неподалеку...

«Отлично! Давайте я Вам все расскажу и покажу!»

«А чтобы Вы хотели увидеть?»

«Давайте убьем это время вместе!»

2 Этап. Выяснение потребностей.

Вам нужно выяснить:

- Для чего нужен товар покупателю, кто на самом деле будет это использовать, где будет использовать, чему будет радоваться, о чем будет переживать и беспокоиться
- какие требования покупатель предъявляет к товару, обращайте внимание на эпитеты и прилагательные!

выяснение потребностей покупателя

выяснение критериев выбора

Начиная вопрос с одной из этих фраз Вы с большей вероятностью получите полный ответ с массой дополнительной информации.

Расскажите мне о...? А что значит для Вас...?

Что Вы думаете о...? Как Вы относитесь к...?

Нравится ли Вам когда... если... чтобы...?

Старайтесь задавать «открытые» вопросы, которые требуют более развернутых ответов, чем простое «да» или «нет».



Забудьте вопрос «Сколько?»

Если спросить покупателя, сколько он хочет потратить – он соврет. Вам ответят: «100 денег».

А что будет, если Вы покажете покупателю товар за 500 денег? Когда Вы спрашиваете о деньгах, это формирует массу ограничений: нет иного выхода, как оказание давления на покупателя.

Гораздо легче спускаться вниз, чем подниматься вверх: старайтесь нацеливать покупателя на самый лучший (более дорогой) товар.

Логика поиска и выбора.

В первую очередь узнать, ЧТО хотят покупатели, а затем выяснить, ПОЧЕМУ они хотят это.

Выясните КАКОЙ именно товар нужен (требования и критерии выбора, как оценивается качество).

Спросите об их ЗНАНИИ (что из ранее увиденного понравилось) и об ОПЫТЕ использования других товаров (что использовали ранее, как понравилось или не понравилось?)

Расспросить о деталях ПЛАНА по использованию товара (кто и как будет использовать товар, где будет использован товар...?)



Активно слушайте покупателя!

- Междометия и восклицания: Ага! Угу! Ну да! Точно!
- Дословное повторение – позволяет проверить, правильно ли вы расслышали слова клиента, продемонстрировать внимание, почувствовать эмоциональное состояние клиента, предоставить клиенту услышать себя со стороны.
- Пересказ слов покупателя своими словами, перефраз – особенно полезно в конфликтных ситуациях, за счет использования гипотез, гипербол есть возможность заставить покупателя взглянуть на ситуацию по-другому.
- Интерпретация слов – развить мысль покупателя, сделать за него вывод, позитивный для продавца и логичный для покупателя.

3 Этап. Представление товара.

- Демонстрация базируется на том, что Вы узнали при выяснении потребностей.
- Покупатели покупают по двум причинам: доверие к продавцу и ценность самого товара.



Логика аргументации.

Прямая аргументация. На основе потребностей покупателя и критериев выбора, о которых Вы узнали ранее – расскажите о товаре, который Вы хотите продать.

Обратная аргументация. С воодушевлением расскажите о самых замечательных свойствах товара. Отметьте, что это обычно выбирают те, кто очень серьезно относится к вопросам качества и умеет считать деньги. «Но..., наверное, Вам нужно что-нибудь попроще?»



Покажите конфетку и попробуйте отобрать...

Слова, которые убеждают:

Легко Свободно Проверенный Счастье

Открытие Беречь Вы, Ваше Просто

Безопасность Новый Любить Деньги Здоровье Результаты

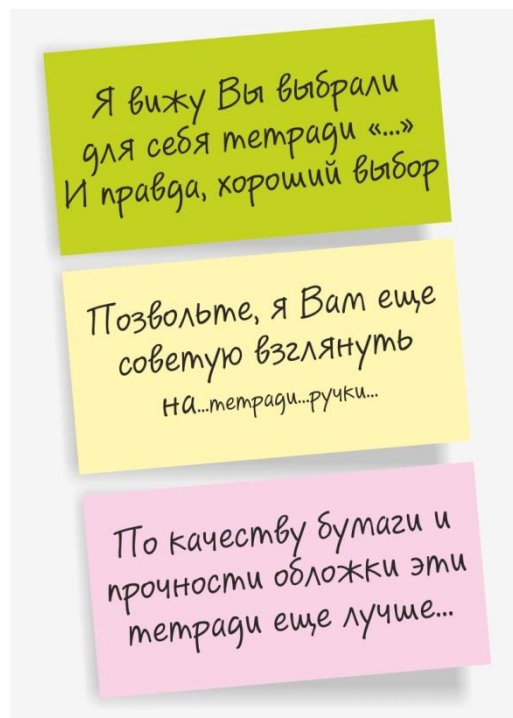
Гарантировать Быстро



Переключение на другой

товар.

1. **Поддержите покупателя**, похвалите его выбор – поддержка создает доверие.
2. **Спросите у покупателя разрешение** показать ему альтернативный товар. Тогда это будет выглядеть как проявление заботы и внимания.
3. Если у Вас нет требуемого товара, **настройтесь на товар, которым вы замените отсутствующий**. Свалите вину на кого-нибудь и похвалите себя за то, что нашли такой же хороший или даже более лучший товар.



Никогда не сравнивайте.

Продавайте каждый товар в соответствии с его собственными характеристиками.

Лучшее решение - сосредоточиться на ценности, присущей каждому товару в отдельности.

Это достигается фразой:

Товар «А» хороший, потому что... и Товар «Б» хороший, потому что...

4 Этап. Работа с возражениями.

Общее правило работы с возражениями: не стоит на возражение отвечать с использованием аргументации из той же содержательной области, которая является источником возражения.

Если возражение касается цены, то необходимо использовать аргументацию относительно качества, если касается качества товара, то контраргумент может быть основан на удобстве использования т.д.

**Подробнее в разделе «Работа с возражениями»*

5 Этап. Дополнительная продажа.

Когда получили согласие от покупателя на приобретение товара, продавец вспоминает, ЧТО покупатель говорил и ЧЕМ интересовался. Продавец предлагает покупателю приобрести сопутствующий товар.

Никогда не ограничивайте покупательскую способность Вашего клиента – предлагайте ему дополнительные товары до тех пор, пока не услышите явный отказ.

Вы легко можете увеличить сумму покупки за счёт продажи:

- **Обязательных принадлежностей**
- **Сопутствующих товаров**

Примеры обязательных принадлежностей:

Ручки – стержни ...а также тетради, блокноты и ежедневники

Краски – кисти – альбомы – стаканчики – карандаши – папки для альбомов – фартуки - подложки

Сопутствующие товары – товары из других товарных категорий, которые не связаны с основным товаром, предлагайте, пока не услышите отказ.

Каждый раз, когда Вы предлагаете покупателям дополнительные товары, они обязательно отказываются от некоторых из них. Поэтому **следует предложить больше**, чтобы было от чего отказаться. ...и было с чем согласиться и купить!

Поблагодарите покупателя за его выбор и предложите пройти к кассе.

6 Этап. Завершение сделки.

- **Приветствие на кассе:** четко произнесите: «Добрый день» (или доброе утро, добрый вечер)

Поинтересуйтесь о наличии у покупателя приложение UDS

При отсутствии приложения UDS – проинформируйте покупателя о её преимуществах

Предложите за качать данное приложения

- Подготовьте товар для сканирования
- Предложите пакет

- Считайте штрих-код
- **Предложите дополнительный товар:** предложите покупателю выбрать дополнительные товары, а также товары из прикассовой зоны
- Ответьте на вопросы покупателя
- Вслух комментируйте процесс расчётов с покупателем
- Передайте покупателю чек и сдачу
- Поблагодарите покупателя и пригласите прийти снова

7 Этап. Установление долгосрочных отношений.

Как сделать так, чтобы покупатель снова пришёл за покупками?



Установление долгосрочных отношений с покупателем подразумевает не просто выполнение каких-либо действий в определенной фазе продажи. В большей степени – желание покупателя вернуться к Вам за новыми покупками базируется на его удовлетворенности от обслуживания.

Покупатель с радостью вернётся к Вам в магазин, когда он ощущает искреннюю доброжелательность и заинтересованность, продавец проявляет терпение, внимание и заботу.

Желаем удачных продаж!