

Дополнительная продажа

Дополнительная продажа делается на благоприятном психологическом фоне, когда вы уже получили согласие от покупателя на приобретение основного товара. Такой покупатель в большей степени готов потратить некую дополнительную сумму, чем тот, покупатель, который не купил.

- Обратите внимание! У нас интересная новинка – цветные карандаши торговой марки Фила, производство Италия.

!!! покупатели покупают по 2 причинам: доверие к продавцу и ценность самого товара. Расположите покупателя к себе еще до того момента, как предложить ему дополнительные товары. Используйте простые способы: улыбка, приветствие и т.д.

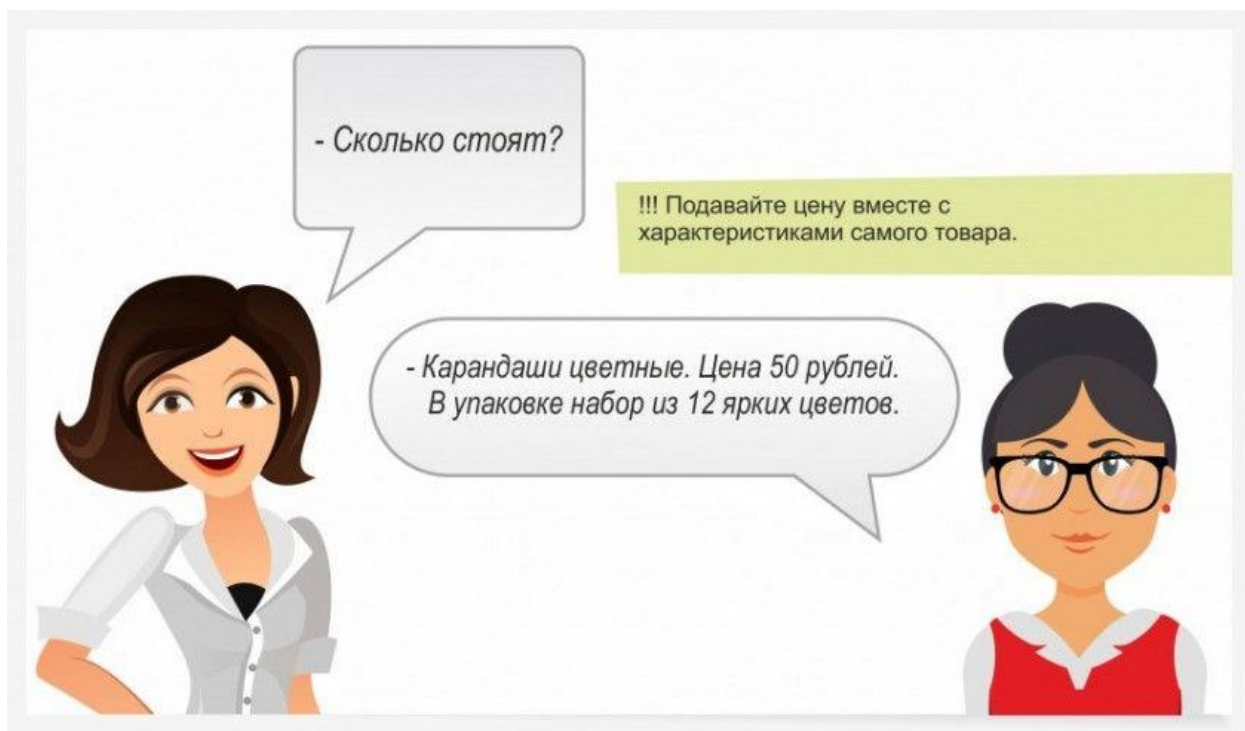


Необходимо с воодушевлением рассказать о товаре, создать у покупателя положительные эмоции относительно этого товара.

- Эти карандаши в пластиковом корпусе. Они легко затачиваются и не трескаются. Мягкий и прочный грифель – детям особенно удобно ими пользоваться. И цвета очень яркие! Наши покупатели возвращаются специально за ними!

.....)))





Информация о цене «закрыта» с обеих сторон другим материалом. Так уж устроено наше восприятие информации: запоминается первое и последнее. А цена становится не такой важной и большой, поскольку товар приобретает конкретные черты.

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:

К ручкам – стержни ...а также тетради, блокноты и ежедневники

К краскам – 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. Это покупатель! Его работа – это отказываться и принимать все со скепсисом. А Ваша работа – увеличить длину чека, и, в конце концов, средний чек магазина!

Поэтому **следует предложить больше**, чтобы было от чего отказаться. ...и было с чем согласиться и купить!

Какие еще приемы могут помочь Вам в продажах дополнительных товаров?

👍 **Бренд!**

Все товары имеют какой-то бренд, название, торговую марку.

ВАЖНО! Дополнительный товар нужно назвать! Это делает его более значимым и акцентирует внимание на мелочах, как бы оживляет ваше предложение.

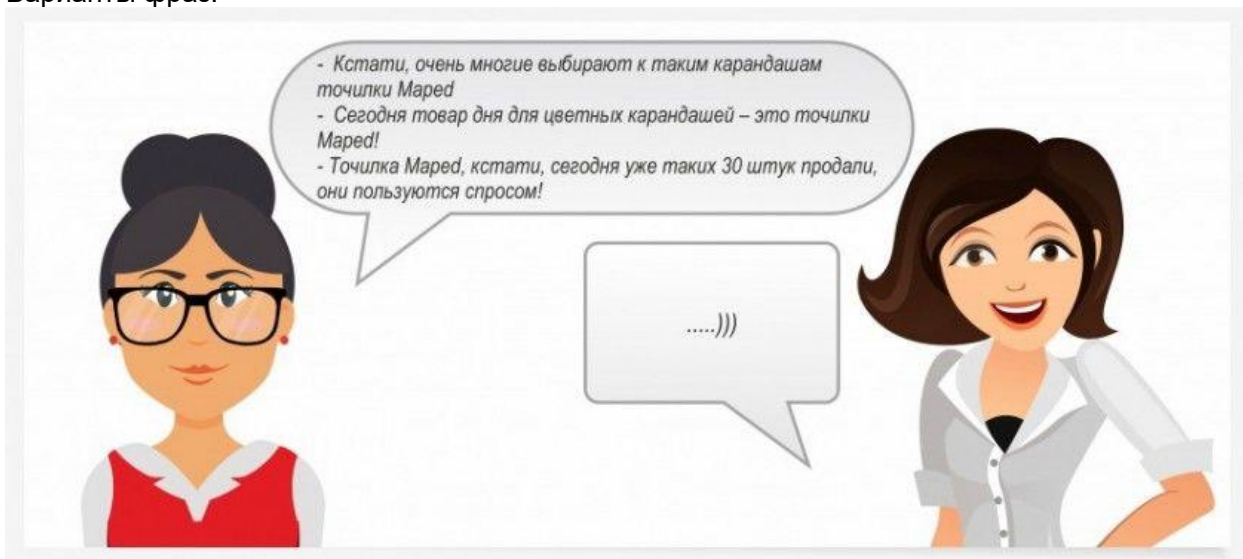
Например:

К карандашам лучше продать не просто точилку, а сказать так:



И, конечно, дополнительную продажу хорошо проводить в какой-либо продающей речевой конструкции, например «Ажиотаж».

Варианты фраз:



Мы как бы выстраиваем в голове у клиента очередь, и они оставляют свой выбор за тем, что выбирают другие, тому, что самое продаваемое.

Описанные приемы можно использовать в своей работе ежедневно, комбинируя, изменяя, подстраиваясь под конкретного покупателя и ситуацию. Главное, не бойтесь применять их на практике! Проверено. Работает.