Техника продаж

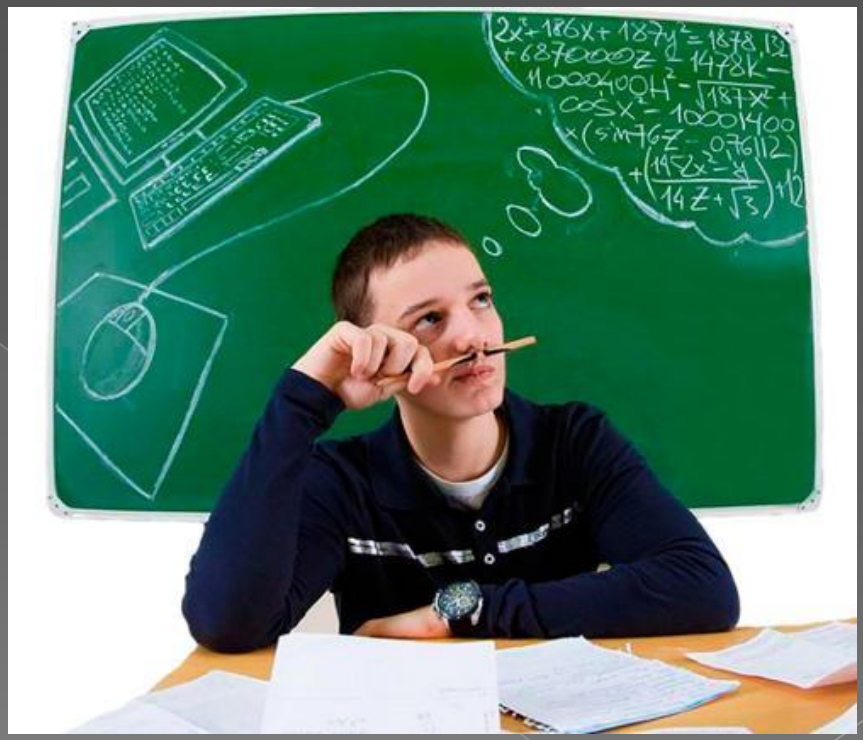
7 этапов продаж

7 этапов продаж

1) Планирование и подготовка к рабочему дню.
2) Установление контакта.
3) Выявление потребностей.
4) Презентация товара.
5) Работа с возражениями.
6) Завершение продажи.
7) Установление долгосрочных отношений.

Планирование и подготовка к рабочему дню.

Известно, что качественная подготовка сулит более 50% успешной работы с покупателем. Для этого можно составить приблизительный план общения с покупателем и цели на день по принципу SMART (Specific - конкретная; Measurable - измеримая; Achievable - достижимая; Realistic - актуальная; Timed - определенная по времени).



Установление контакта.

Нужно произвести благоприятное впечатление на покупателя в течение первых 10-15 сек. Для этого необходимо поздороваться, улыбнуться, возможно, сделать комплимент. Вид продавца должен говорить о доброжелательности и позитивном настрое. На установление контакта уходит в среднем от 1 мин до 5 мин.

Выявление потребностей.

Вначале используйте открытые вопросы, они начинаются со слов «какой», «с какой целью», «когда», «сколько», «где». На такие вопросы клиент не ответит «да» или «нет» и его будет легче разговорить. Задавайте наводящие вопросы и используйте технику активного слушания. Чем больше покупатель говорит, тем больше у продавца шансов продать товар.

Презентация товара.

Говорите в первую очередь о выгодах товара, его характеристиках. Использовать надо всю информацию, полученную в предыдущем пункте. Опытный продавец высказывает озвученную клиентом мысль с помощью специально составленных фраз. Суть этих фраз – связывание выгоды клиента с характеристиками товара. Не лишним будет привести примеры с участием третьих лиц. Например, как у Вас недавно купили определенный товар, и как он помог в решении проблемы покупателя. Лучше иметь в своем арсенале 5-10 таких рассказов. Для лучшего результата всегда предлагайте несколько видов товаров, чтобы у клиента был выбор. Сопровождайте демонстрацию сведениями о сопутствующем сервисе, гарантиях и прочих выгодах.

Работа с возражениями.

После презентации у покупателя могут возникнуть сомнения или недовольство относительно товара. На этом этапе важно определится с видами возражений, и использовать алгоритм (скрипты) для работы с ними, чтобы преодолеть сложившийся барьер в диалоге. Главное правило – соглашаться с клиентом. Можно действовать по схеме: выслушать покупателя – психологически «присоединиться» (согласиться) – уточнить – ответить на само возражение. Главное – не следовать утверждению «лучшая защита – это нападение».

Завершение продажи.

После презентации можно сделать короткое резюме сказанного, спрашивая в конце, понравился ли клиенту товар. Также рекомендуется использовать правило «трех да»: задайте клиенту 3 вопроса, на которые он точно ответит утвердительно. Внимательно следите за сигналами покупки: избегайте ответов да/нет на вопросы покупателя, так можно сорвать продажу. Именно распознавание и правильное использование сигналов покупки являются кризисным элементом при завершении сделки. Правильно выстроенный ответ при сигнале от покупателя поможет намного быстрее завершить продажу.

Установление долгосрочных отношений.

Покупатель должен остаться доволен, только тогда он вернется в Ваш магазин еще раз. Для этого требуются вежливость, внимание к покупателю даже после оплаты им товара. Не забудьте проинформировать его про скидки, дисконт и другие интересные предложения от магазина. Стоит использовать и определенные фразы прощания, например «Вы сделали отличный выбор! Ждем Вас снова!», «Удачного Вам дня!».

Удачных продаж!!!