



**Ростелеком**  
Больше возможностей



## ***ВОРК-ШОП «АКТИВНЫЕ ПРОДАЖИ. СКРИПТЫ»***



# Содержание

- 1) *Минимум знаний*
- 2) *Определение потребителей и их потребностей.*
- 3) *Отработка навыков построения презентации с позиции выгоды клиента.*
- 4) *Отработка навыков работы с возражениями.*

# Что такое продажа?

*Продажа – это процесс, включающий в себя взаимодействие покупателя и продавца с целью взаимовыгодного сотрудничества.*

## Основные этапы продаж:

- 0. Подготовительный этап*
- 1. Установление контакта*
- 2. Определение потребности*
- 3. Презентация*
- 4. Работа с возражениями*
- 5. Завершение сделки*
- 6. Анализ и допродажа*



# *Установление контакта.*

## *Фраза для установления контакта:*

- Приветствие
- Представление себя
- Представление компании
- Цель визита
- Ограничение во времени
- Имя собеседника.

# Выявление потребностей.

**Потребность** – внутренняя недостаточность чего-либо.

Потребности могут быть осознаваемыми и неосознаваемыми самим клиентом.

**Основная задача:** максимальный сбор информации о клиенте и его потребностях.

**Основной способ выявления потребностей – метод задавания вопросов.**



# Выявление потребностей.

## Типы вопросов :

**1. Открытые вопросы-** вопросы, предполагающие развернутый ответ (сообщение определенных сведений).

Что? Как? При каких условиях? Каким образом? И т.п.

## Примеры открытых вопросов :

*«Какие передачи вы смотрите?»*

*«Чем интересуетесь?»*

*«Какие каналы Вы предпочитаете?»*

*«Какие Интернет-ресурсы Вы используете?»*

## Пример ответа на открытый вопрос:

*«Я смотрю основные федеральные каналы...»*

*«Интересуюсь группами в соц.сетях по велогонкам..» и пр.*

# Выявление потребностей.

**2.Закрытые вопросы** – вопросы , предполагающие ответы «да - нет» или однозначный ответ .

**Примеры закрытых вопросов:**

«Вы пользуетесь услугами КТВ (Интернет, телефонии)?»

«Кто-нибудь из вашей семьи пользуется услугами КТВ (Интернет, телефонии)?»

**Пример ответа на закрытый вопрос:**

«Да»

«Нет»



# Выявление потребностей.

**3.Альтернативные вопросы** – вопросы, в формулировке которых содержатся несколько вариантов ответов.

**Примеры альтернативных вопросов:**

«Вам будет удобней тариф с большой скоростью или с низкой абонплатой?»

**Примеры ответов на альтернативные вопросы:**

«Удс





# Презентация продукта.

**Основная задача** заинтересовать нашим предложением.

**Основная техника** : перевод свойств товара в выгоду для клиента.

**Техника ЧПВ :**

- ✓ Черты
- ✓ Преимущества
- ✓ Выгоды

Пример : **Свойство**

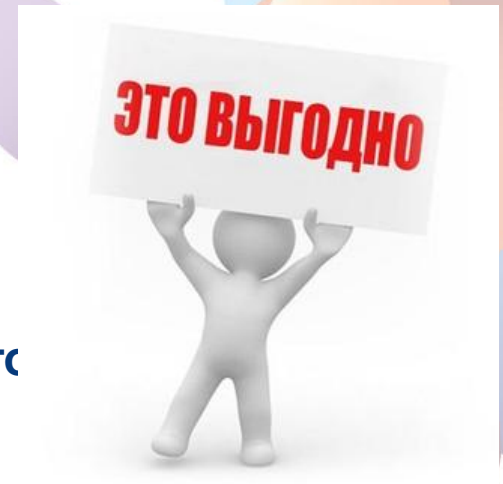


Характеристика продукта

**Выгода**



Выгода для клиента





## Работа с возражениями

**Возражение** – мнение отличное от нашего

**ВЫСЛУШАЙ ВОЗРАЖЕНИЕ**

- Выслушайте клиента, не перебивая, проявляя заинтересованность.

**ПРИМИ**

- Согласие с тем, что мнение собеседника для вас важно и вопрос достоин обсуждения

**УТОЧНИ**

- Что именно клиент имеет в виду, что для него имеет значение

**АРГУМЕНТИРУЙ**

- Получи обратную связь, веди диалог, будь позитивен, получай подтверждения

**ПРОКОНТРОЛИРУЙ  
РЕЗУЛЬТАТ**

- Получи обратную связь от клиента

См. стр. 9 в рабочей тетради

## *Аргументами в работе с возражениями могут быть:*

- 1. Преимущества компании**
- 2. Преимущества услуг**
- 3. Личный опыт (при условии наличия доверия клиента)**
- 4. Статистика**
- 5. Факты**
- 6. Яркие аналогии**
- 7. Демонстрация**
- 8. Мнения экспертов**



## Завершение сделки.

### Признаки готовности клиента к сотрудничеству:

- ✓Клиент выразил заинтересованность в продукте
- ✓Вы сделали презентацию продукта и получили одобрение
- ✓Вы ответили на возражение клиента и получили одобрительный ответ
- ✓Клиент не задает больше вопросов и ждет от вас действий

**Основная задача: взять с клиента обязательство , построить «мосты» для дальнейшего сотрудничества.**

## *Завершение сделки.*

### **Способы завершения сделки:**

- 1. Прямое предложение.*
- 2. Согласие по нарастающей*
- 3. Создание спешки.*
- 4. Последнее возражение.*
- 5. Момент настал.*
- 6. Метод Франклина.*

# Удачных продаж!

