

ПОЧЕМУ У ОДНИХ ИЗ 10 ЗВОНКОВ 2 ПРОДАЖИ, А У ДРУГИХ 9?

Ошибки продавцов, принимающих входящие звонки

- Продают товар, а не решение проблемы
 - Не заморачиваются на входящих звонках, если не заказали, значит не надо
 - Не знают товар
 - Рассказывают о свойствах товара
 - Нет заранее подготовленных ответов на вопросы и возражения
 - Не отвечают на вопрос, а говорят, где можно найти ответ
-
- Чтобы продавать решение проблемы, важно знать выгоды своего товара и учитывать потребности клиента. "Мы продаем не часы, а комфорт, престиж, удобство, и т.д."
 - При звонках нужно выводить на разговор. "Вытянуть", что интересует, для чего. То есть понять потребности и предложить соответствующе.
 - Помните, что каждый звонок — это потенциальная прибыль. Зачем Вам терять прибыль, которая уже стучится к Вам в дверь.
 - Товар нужно знать, клиенты любят *профессионализм*. А именно, чтобы на свои вопросы получать ответы.
 - Рассказ о свойствах товаров малоинтересен клиентам, их более интересует какие выгоды они получат, приобретая у Вас товар.
 - Нужны заранее заготовленные ответы и скрипты возражений.
 - Ошибка - отправка в другое место. "Сколько стоит доставка? - Вот сайт зайдите посмотрите."

КАК ПРОДАВАТЬ БОЛЬШЕ?

- Увеличив качество работы с клиентом по телефону, можно увеличить прибыль до 80-90%

№1. Обращайтесь к клиенту по имени

- Один из первых ваших вопросов «Как я могу к Вам обращаться?»
- Каждый раз называя клиента по Имени, Вы в его подсознании все приятнее
- Крайне важно произносить Имя на важных этапах беседы или выгодах
- Сделайте сразу из холодного звонка теплый
- Не забудьте назвать свое имя
- Обращайтесь по имени. Имя самое близкое и родное слово для любого человека. От того, что Вы обращаетесь к по имени, человек более лояльнее относится к Вам.
- Не забывайте представиться - образует теплую связь между Вами, а значит и доверие.

№2. Выявляйте проблемы

- Человек никогда не покупает товар
- Проинформировать может и сторож или охранник
- Узнайте, какую проблему человек хочет решить с помощью товара. Зачем он ему?
- Вопросы должны в первую очередь задавать вы, а не клиент
- Записывайте проблемы клиента
- Проговаривайте решение конкретно его проблем с помощью товара
- Выявить и решить проблему человека. Вопросы, вопросы и еще раз вопросы?
- О товаре нужно знать все. Товары, которые Вам нравятся лучше продаются.
- Контролируйте своих конкурентов - звоните под видом клиентов, учитесь у конкурентов.
- Преобразовываем свойства в выгоды товара. Для этого сначала выписываем все свойства и работаем над этими свойствами.

№3. Знайте все о своем товаре

- Составьте список всех выгод товара
- Изучите аналоги (очень важно)
- Вы обязаны знать, чем ваш товар лучше и хуже аналогичных вариантов
- Изучать аналогичные товары или услуги конкурентов. Вы должны знать, чем Ваш товар лучше или хуже другой модели, марки, и (или) аналогичной услуге. При таком подходе, вопросы доверия отпадут, клиенты будут видеть, что Вы разбираетесь и Вы эксперт.

№4. Проработайте заранее возражения

- Что человеку может не понравиться
 - Какие у вас гарантии
 - Прорабатывайте возражения, которые появились в ходе беседы, уже после беседы
 - Либо вы снимите возражение, либо клиент снимет его сам, но не в вашу пользу
 - У всех есть сомнения, куча вопросов и возражений, основанных на предыдущем опыте. Нужно знать заранее, что человеку может не понравиться.
 - Важно снять возражения самому, иначе их снимет клиент сам. Но не в Вашу пользу.
 - Пишите себе, что нового узнали в беседе. Например, появилось новое возражение, которое вы не проработали. Накапливайте знания.
-
-
-

№5. Превращайте свойства в ВЫГОДЫ

- Матрас с эффектом памяти = У вас по утрам не ломит спину и не затекают мышцы, за счет материала, который повторяет контуры тела
- Часы с минеральным стеклом = Ваш механизм надежно защищен, даже если часы упадут на пол или вы зацепитесь ими о дверной проем
- Мойка окон с инновационным средством «Bright» = Ваши окна после мойки отталкивают пыль и влагу, месяцами остаются прозрачными и чистыми, пропускают больше солнечного света
- Проговаривайте выгоды. *Априори, клиент ничего не знает.*

№6. Продажа нужна Вам, а не клиенту

- Не ссылайтесь на объявление
 - Не ссылайтесь на Гугл
 - Не думайте, что клиент умный и сам разберется
 - Не думайте, что клиент прочитал ваше объявление
 - Не думайте, что клиент понял ваше объявление
 - Помните, в первую очередь *продажа нужна лично Вам*, так как клиент может и в другом месте купить. Люди ищут выгоды, не обязательно дешевле цену. Сейчас более играют роль другие выгоды: престиж, быстрая доставка, дополнительные бонусы. *Хорошей выгодой в большинстве своем можно перекрыть завышенную цену!*
 - Излагайте правильно и просто свои мысли.
-
-
-
-
-
-

№7. Не отпускайте клиента

- Если в ходе беседы конкретный товар не подошел, не значит, что сделка не состоится
- Возьмите e-mail и предложите отправить другие варианты
- Обязательно перезвоните сами, уточните посмотрел ли человек ваши предложения, что ему понравилось?
- Клиент позвонил - он должен купить. Приложите максимум усилий. Не оказалось нужного товара, предложите другой.
- Если у Вас нет апсела, значит Вы немного недорабатываете. Но на практике, именно на апселах делаются хорошие деньги.

№8. Делайте Апселы

- Сопутствующие товары не бесят, если их не впаривать
 - Продумайте заранее, что может быть полезным для вашего покупателя и предлагайте всегда вложить в покупку
 - Идеально, если вы можете предложить сопутствующий товар с хорошей скидкой
 - Ваш средний чек растет без дополнительных трудозатрат
 - Если мы пытаемся, что-то впаривать то это бесит. Но можно пойти другим путем. Выражайте заботу, и старайтесь правильно подбирать апселы. Апселы должны быть полезны.
-
-
-
-

№9. Вы всегда можете отстроиться сервисом

- Бесплатная адресная доставка
 - Отправка нескольких товаров на выбор
 - Подарочная упаковка
 - Бесплатная доставка в 2 стороны
 - Расширенная гарантия возврата
- Отстраивайте от конкурентов, сервисом, дополнительными услугами. Говорите об этом.

№10. Не употребляйте фразы-убийцы

- Звоню по поводу часов
 - Вы их хотите купить?
 - Да я Вас слушаю
 - Говорите
 - Я слушаю, что Вы хотели?
 - (Молчание) Ну да, продолжайте
- Нужно общаться с человеком. А не быть роботом.

№11. Не нахваливайте товар без причины

- Забудьте о прилагательных в превосходной степени
- Забудьте о голых доводах, которые никак не подкреплены фактами
- Убеждайте исключительно выгодами товара и вашего сервиса
- вспомните случай, когда продавец обо всем, чтобы Вы не примерили, говорил: "Как Вам это, идет" - *так не надо*. Ложь быстро распознается и вызывает презрение. И все дальнейшие попытки, что-либо продать могут быть превратно истолкованы.
- Нахваливать и убеждать нужно выгодами товара.
- Забудьте про прилагательные превосходной степени, особенно когда нет причин об этом говорить. Забудьте о голых доводах, неподтвержденных фактами.

№12. Заканчивайте беседу правильно

- Подведите итог
- Уточните, каким способом удобно доставить
- Уточните данные для отправки
- Скажите, когда планируете отправить
- Скажите, что после отправки сразу перезвоните
- При необходимости не стесняйтесь звонить, когда товар доставлен
