

Стандарт компании «ММКЦ» по работе продавцов с клиентами при продаже кухонь и мебели на заказ



Оглавление

Раздел 1. Подготовка к работе	1
Раздел 2. Алгоритм продажи кухонь и мебели на заказ	3
1. Установление контакта с покупателем	5
<i>Ситуация №1. Покупатель-«экскурсант»</i>	7
<i>Ситуация №2. Покупатель-«сквозняк»</i>	16
<i>Ситуация №3. Покупатель-«созерцатель»</i>	19
<i>Ситуация №4. Покупатель-«разведчик»</i>	25
2. Мини-презентация и демонстрация моделей	31
3. Выявление критериев выбора	36
4. Создание дизайн-проекта	40
4.1. Предложение дизайн-проекта	40
4.2 Предложение отложенного дизайн-проекта	43
4.3 Создание дизайн-проекта	47
4.4 Определение ценового диапазона	58
4.5 Защита дизайн-проекта	60
5. Работа с возражениями и сомнениями	63
6. Побуждение к следующему шагу	66
7. Заключение договора	70
8. Взятие контактных данных	73
9. Завершение разговора	80
10. Занесение информации о клиенте в CRM	83
11. Звонок по сопровождению клиента	84
7 ПРАВИЛ АСА МЕБЕЛЬНЫХ ПРОДАЖ	87
Наши контакты	95



Стандарты содержат обязательные шаги, которые должен выполнять продавец на торговой точке при продаже кухонь

Более подробную информацию по всем разделам необходимо изучить в соответствующих разделах «Методики по работе с клиентом для увеличения продаж мебели».

РАЗДЕЛ 1. ПОДГОТОВКА К РАБОТЕ

Девять обязательных правил, которые помогут при общении с покупателем:

1. Оставьте личные проблемы за дверями магазина, сейчас Ваша задача – обслужить покупателя так, чтобы он почувствовал праздник.
2. Замечайте и отмечайте появление каждого покупателя, и Вы поймете, как наладить с ним хорошие отношения.
3. Никогда не судите о покупателе по его внешнему виду, иначе Вы можете попасть впросак.
4. Не перебивайте покупателя, это поможет понять его лучше и предложить нужное.
5. Демонстрируйте товар так, как будто Вы сами его сотворили.
6. Умейте вовремя остановиться и задать нужные вопросы.
7. Говорите профессионально, когда это нужно, но не усложняйте то, что можно сказать просто.
8. Забудьте, что перед Вами только покупатель, это еще и Человек, который хочет, чтобы ему помогли. Помогите ему сделать лучший выбор.
9. Будьте позитивны, продуктивны и дипломатичны, и к Вам будут всегда приходить за повторными покупками.



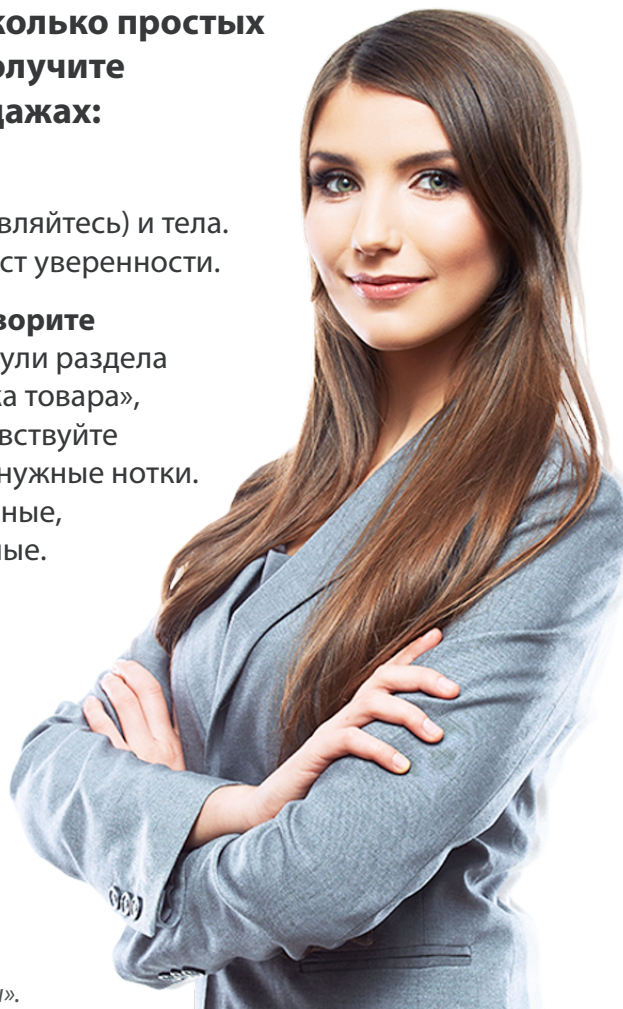
Важно помнить при каждом разговоре!
Говорите с покупателем уверенным голосом и клиент почувствует, что ваш товар качественный, а фирма – надежная.

Избегайте вредных речевых оборотов, например, «к сожалению», «достаточно», «не совсем» и т.д. Задавайте больше вопросов, это поможет поддерживать разговор.

В начале рабочего дня. Хорошее выступление – всегда заранее подготовлено, уделите время, чтобы настроить себя на работу.

Для этого достаточно делать несколько простых ежедневных упражнений и Вы получите превосходные результаты в продажах:

- 1. Разомните** мышцы лица (покривляйтесь) и тела. Это снимет напряжение и придаст уверенности.
- 2. Перед началом работы проговорите** (прочитайте вслух) речевые модули раздела «Вброс информации», «Изюминка товара», «Вовлечение в действие» и почувствуйте как в Вашем голосе появляются нужные нотки. Интонации должны быть спокойные, при этом уверенно-побудительные.



*Подробнее – в соответствующем разделе
«Методики по работе с клиентом
на торговой точке для увеличения продаж мебели».*

РАЗДЕЛ 2. АЛГОРИТМ ПРОДАЖИ КУХОНЬ И МЕБЕЛИ НА ЗАКАЗ

Алгоритм продаж – точная последовательность шагов, которой должен придерживаться продавец, чтобы лучше обслужить клиента и быстрее совершить продажу.

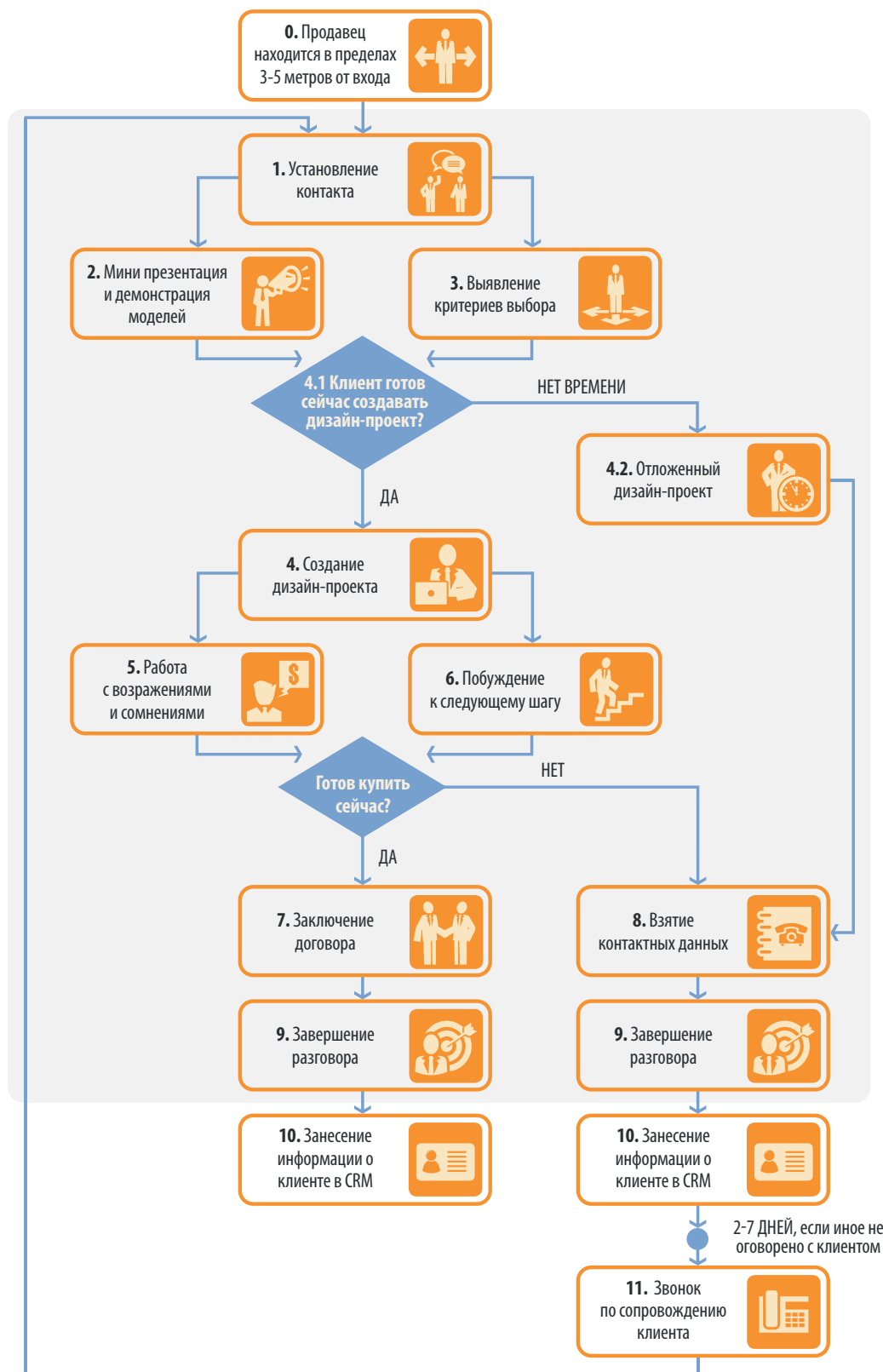


Схема 1. Алгоритм продаж кухонь



2.1. Пояснение к алгоритму продажи кухонь и мебели на заказ

Вам следует четко придерживаться шагов, изложенных в алгоритме. **В процессе общения** часто **с первой минуты** затрагиваются сразу несколько блоков, и Вам нужно уметь их различать и направлять разговор по алгоритму.

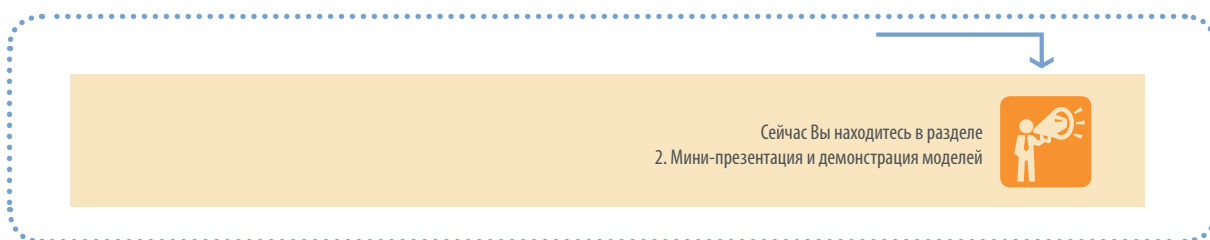
** Серой заливкой обозначена зона непосредственного личного общения с покупателем.*

Обратите внимание!

Для удобства каждому разделу алгоритма продажи кухонь и мебели на заказ соответствует своя иконка. Она выделена оранжевым цветом в начале каждого раздела.



Иконка также дублируется в верхнем правом углу страницы. Благодаря этому Вы всегда сможете легко и быстро найти нужный раздел.



Мы специально сделали отступ слева больше чем справа, для того, чтобы Вы могли распечатать страницы и скрепить их между собой степлером наподобие книги. Теперь нужная информация всегда будет под рукой.

Теперь перейдем к описанию блоков алгоритма продажи



1. Установление контакта с покупателем



Запомните!

- Любой человек настороженно воспринимает новое место, поэтому к покупателю нельзя обращаться очень громко и/или неожиданно. **Начинать контакт** лучше с дальней дистанции в **2-3 метра**, но при этом **не более 3-х**. Дистанция в **1-1,5 метра** оптимальна при **последующем разговоре**.
- Нельзя давать слишком много времени на осмотр, потому что покупатель начинает делать оценочные суждения. **Нужно вступить в контакт на 5-й секунде**.
- Если посетитель заходит и здоровается, то также поздоровайтесь и сразу скажите фразу из способа «Вброс информации».



ЗАДАЧА: достичь эмоционального контакта, установить отношения.



ИНСТРУМЕНТЫ: способы установления контакта в зависимости от типа покупателя, сказать рекомендуемые фразы для установления контакта.



РЕЗУЛЬТАТ: проходящий покупатель остановился, его внимание привлечено к товару и к рассказу продавца, т.е. установлен контакт.

** Контакт считается установленным, если клиент сам задает вопросы и говорит с продавцом.*



Ваши действия: определить тип покупателя и вступить в контакт в соответствии с ситуацией

Четыре типа поведения покупателя на торговой точке (далее ТТ)



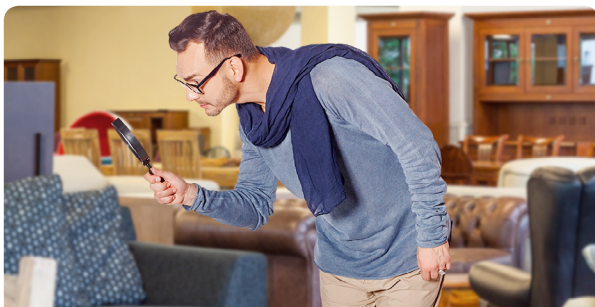
СИТУАЦИЯ №1 ПОКУПАТЕЛЬ-ЭКСКУРСАНТ

(Покупатель ходит по торговой точке, осматривается, контакта избегает).



СИТУАЦИЯ №2 ПОКУПАТЕЛЬ-СКВОЗНЯК

(Покупатель, пробегающий сквозь торговую точку).



СИТУАЦИЯ №3 ПОКУПАТЕЛЬ-СОЗЕРЦАТЕЛЬ

(Покупатель остановился и рассматривает товар, контактирует с товаром, а не с продавцом).



СИТУАЦИЯ №4 ПОКУПАТЕЛЬ-РАЗВЕДЧИК

(Покупатель сам обращается, иногда просто комментирует увиденное или подходит с вопросом).



Ситуация №1. Покупатель-«экскурсант»

(Покупатель ходит по торговой точке, осматривается, контакта избегает).

Задача: отвлечь покупателя от дум и остановить его взгляд на чем-то конкретном.

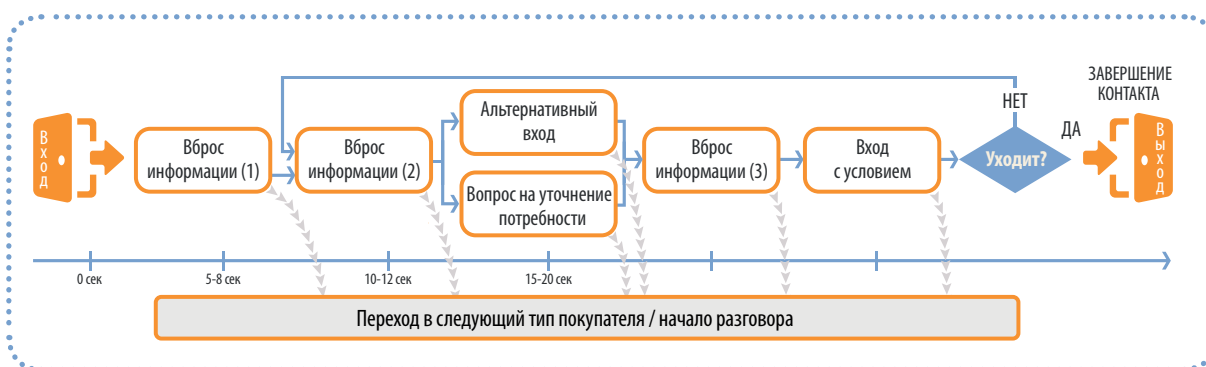


Схема 2. Правильная последовательность применения способов для установления контакта с покупателем-экскурсантом



СИТУАЦИЯ №1 ПОКУПАТЕЛЬ-ЭКСКУРСАНТ

(Покупатель ходит по торговой точке, осматривается, контакта избегает).



Способ – «Вброс информации»

Суть способа: продавец, оставаясь на расстоянии от покупателя и не обращаясь к нему напрямую, произносит фразы, которые могут его заинтересовать. Фразы должны быть недлинными (1-2 предложения), не касаться конкретного товара, поскольку покупатель еще не определился с выбором, и напрямую затрагивать выгоды покупателя.

Другими словами: информация (особенность) + выгода (что дает) для клиента.

Цель действия: остановить движение по ТТ или сделать его направляемым продавцом.

ПРИМЕРЫ ФРАЗ:

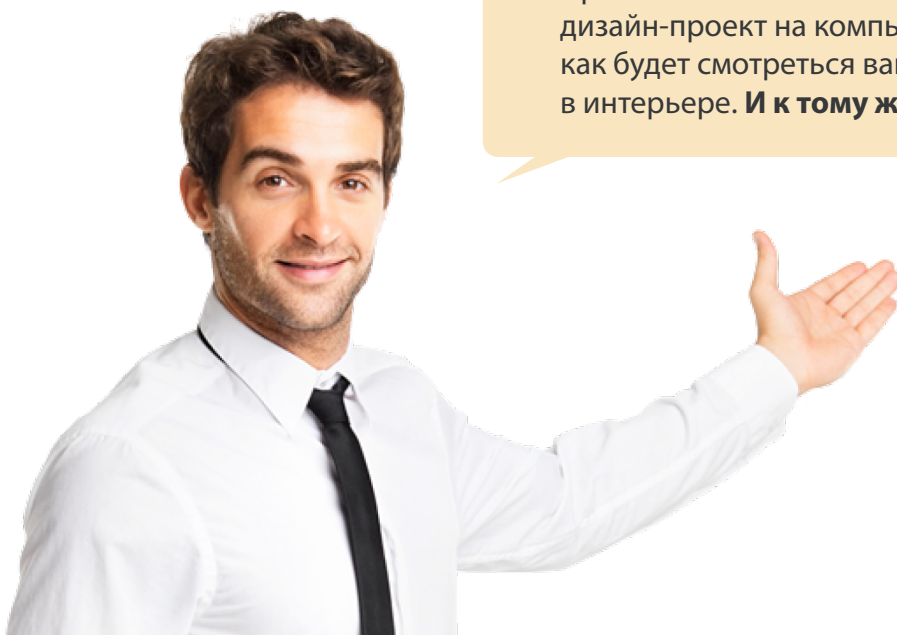
Наша фабрика делает столько же фасадов для кухонь, сколько дней в году! Вы точно найдете тот, который и Вам понравится!



Мы используем при изготовлении кухонь лучшие итальянские фасады, а корпус и сборку делаем сами, поэтому Вы получите отличное качество и современный дизайн. И цены порадуют!



Мы делаем кухни на заказ по вашим размерам, так и модульные, легко подберем под Ваш вкус и бюджет.



При желании можно составить ваш дизайн-проект на компьютере. Вы увидите, как будет смотреться ваша новая мебель в интерьере. **И к тому же - это бесплатно!**



СОСТАВЬТЕ СВОИ ФРАЗЫ:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....