



УСПЕХ В ПРОДАЖАХ

МОДУЛЬ 13

Как правильно задавать вопросы для
успеха в продажах

ВВЕДЕНИЕ

МОДУЛЬ 13

Как правильно задавать вопросы для успеха в продажах

Самые лучшие и высокооплачиваемые продавцы всех областей имеют схожие качества и черты характера.

Они всегда деликатны, спокойны, расслаблены, теплы, доброжелательны и очень заинтересованы в мыслях, чувствах и мнениях других. Они очень располагают к себе.

Они знают, что величайшим секретом продаж, как и всех человеческих отношений, является задавание вопросов и выслушивание ответов на них. Чем больше они слушают, тем больше узнают о том, как можно использовать свой товар или услугу для помощи покупателям в достижении их личных целей или удовлетворения их потребностей.

В этой сессии вы узнаете некоторые из важнейших открытий в области человеческих отношений, а также один из лучших межличностных навыков коммуникации.

“Именно в
неодолимом
интересе к
приключениям
и победе и в
творческом действии
человек находит
свою высшую
радость”. Антуан де
Сент-Экзюпери

КАК ПРАВИЛЬНО ЗАДАВАТЬ ВОПРОСЫ ДЛЯ УСПЕХА В ПРОДАЖАХ

1. Вопросы - это путь к успеху в продажах и в отношениях с людьми:
 - а. Люди _____ со скоростью 150 слов в минуту, а _____ могут 600 слов в минуту;
 - б. Вопросы занимают и удерживают все _____ человека до тех пор, пока он не ответит;
 - в. Вопросы, а не _____ - путь к тому, чтобы быть эффективным в общении;
 - г. Чем больше вы зададите вопросов, тем вы будете эффективнее.

2. Лучшие 10% продавцов всех областей отлично умеют задавать аккуратные, хорошо продуманные вопросы.
 - а. Они заранее _____ и _____ каждый вопрос;
 - б. Они думают на бумаге и придумывают глубокие вопросы по существу для удержания _____ потенциального покупателя.

3. Есть два фундаментальных правила для обретения успеха в продажах и межличностных коммуникациях:
 - а. _____ - не продавать. Если не можете облечь мысль в вопрос - не произносите ее.
 - б. Задающий вопросы человек _____ разговор - чем больше вы задаете вопросов, тем больше управляете разговором.

4. Есть четыре основных типа вопросов, необходимых для построения эффективного разговора:
- а. _____ вопросы - начинайте вопросы со слов “что”, “когда”, “кто”, “где”, “как”, и “почему”. На них нельзя ответить “да” или “нет”. Пример: “Чем ваша компания сейчас занимается?”
 - б. _____ вопросы - начинаются с глаголов “Делали ли”, “Будете ли” и т.п. На такие вопросы ответами являются “да” и “нет”. Пример: “Примете ли вы решение в течение нескольких недель?”
 - в. _____ вопросы - если покупатель говорит “нет”, то он может быть заинтересован в вашем предложении, пример: “Нравится ли вам текущая ситуация или используемый вами товар?”
 - г. _____ вопросы, такие как “Что, если..?”, используются для вынесения предположения о возможных направлениях действия или для работы с возражениями. Пример: “Что, если мы можем предложить вам нечто, что справится с этой проблемой?”
5. Есть шесть ключевых моментов, когда вам следует задавать вопросы:
- а. Для назначения _____, когда вы звоните с просьбой об очной встрече с потенциальным покупателем;
 - б. Для построения _____ и _____ отношений в начале разговора;
 - в. Для получения _____ о ситуации покупателя и его проблеме;

- г. Для _____ информации в форме вопросов: “Говорить - не продавать!”
 - д. Для работы с вопросами, опасениями или _____ клиента;
 - е. Для _____ сделать заказ;
6. Лучшие продавцы неизменно хорошо готовятся и имеют отличные вопросы для любой ситуации:
- а. Задавайте вопросы в определенной _____;
 - б. Задавайте вопросы, ведущие от _____ к _____;
 - в. Никогда не задавайте не _____ заранее вопроса.
7. Есть четыре способа задать любой вопрос в разговоре о продаже:
- а. _____ спросить, всегда обходясь с покупателем вежливо и уважительно;
 - б. _____ спросить и всегда быть приятным, веселым человеком;
 - в. Спросить _____ говорить четко и смело, будто вы имеете право знать ответ;
 - г. Спросить _____ как будто вы полностью готовы получить открытый, честный ответ;
8. Будущее, в работе и личной жизни, принадлежит “просителям”:
- а. _____ о встречах с перспективными покупателями;

- б. _____ необходимую для эффективной презентации информацию;
- в. _____ вопросы и выслушивайте опасения, удерживающие покупателя от принятия решения о покупке;
- г. _____ покупателя принять решение, купить ваш товар или услугу или перевести разговор на следующий этап;

- Страх отказа - один из сильнейших страхов, известный почти каждому.
- Страх отказа не позволяет людям задавать необходимые для осуществления продажи вопросы.
- Если вопрос задан, люди вынуждены отвечать на него. Если вы задаете вопросы вежливо, позитивно, уверенно и выжидающе, покупатели расскажут вам все необходимое для соответствующего построения вашей презентации и продажи товара.
- Просто не бойтесь “спросить!”

Задайте себе следующие вопросы:

1. Опишите три пути, которыми вопросы могут помочь в разговоре при продаже?

2. Какие три лучших вопроса для удержания внимания клиента и получения важной информации?

3. “Говорить - не продавать!” Какие есть три типа вопросов, помогающих вести и контролировать разговор?

4. Приведите три примера открытых вопросов, подходящих для получения информации в ходе разговора о продаже?

5. Приведите три примера отрицательных вопросов, которые можно использовать в беседе?

6. Каковы три лучших момента для вопросов?

7. Каковы три способа задавать вопросы так, чтобы они всегда хорошо воспринимались покупателем?

■ Какое одно действие я предприму прямо сейчас по результатам этой сессии?

ДЛЯ ЗАМЕТОК
