



УСПЕХ В ПРОДАЖАХ

МОДУЛЬ 1

Новые реальности и психология продаж

ВВЕДЕНИЕ

МОДУЛЬ 1

Новые реальности и психология продаж

Каковы наиболее важные факторы, определяющие успех или неудачу продаж на современном рынке?

На любом рынке, в любой отрасли есть продавцы и покупатели, продолжающие продавать, расти и процветать.

Тем, которым удается выживать и преуспевать, умеют действовать быстро и гибко в стремительно меняющихся условиях.

Как писал Чарльз Дарвин: “Выживает не сильнейший или умнейший, а тот, кто быстрее остальных приспосабливается к изменениям окружающей среды”.

В этой сессии вы научитесь:

- Фокусировать силы на лучших рыночных возможностях
- Определять наилучших потенциальных покупателей для ваших товаров и услуг
- Снижать уровень сопротивления покупателя вашим предложениям
- Встать на путь непрерывного обучения и роста

Спросите себя:

“Приводят ли мои

текущие действия

к совершению

успешных продаж?”

НОВЫЕ РЕАЛЬНОСТИ И ПСИХОЛОГИЯ ПРОДАЖ

1. На сегодняшнем рынке число продавцов превышает число покупателей как никогда.
 - a. Конкурентная борьба стала _____, чем когда-либо ранее;
 - b. На как никогда расширяющийся и соблазнительный ассортимент товаров и услуг приходится _____ количество долларов ваших покупателей;
 - c. Что бы ни привело вас к тому, что у вас есть сейчас, этого не достаточно для _____ вас на этом уровне, а тем более - для _____ вперед.

2. Современные продажи стали сложнее, чем когда-либо.
 - a. Предложения товаров и услуг, цены и ресурсы стали _____, чем когда-либо;
 - b. Нужды, потребности, желания и проблемы сегодняшних _____ - сложнее, чем когда-либо;
 - c. Сегодня для совершения продажи требуются _____ встречи.

3. Продажи теперь требуют большей адаптации и однозначности, чем когда-либо.
 - a. Кто именно ваш _____ покупатель? Опишите его двумя способами:

- 1) _____: возраст, образование, доход, местоположение, семейное положение, должность.
 - 2) _____: желания, амбиции, надежды, беспокойства, страхи, стремления.
- b. Почему ваш идеальный покупатель должен _____ у вас, а не у вашего конкурента?
- c. Каково ваше _____ преимущество? Что придает вашему товару или услуге преимущество перед вашим конкурентом?
4. Продажи теперь требуют лучшей подготовки, чем когда-либо.
- a. Наиболее важный фактор успеха в работе - уровень _____;
 - b. Чем тщательней вы _____ к встрече с покупателем, особенно к первой, тем сильнее будет его доверие к вам;
 - c. Есть три ключевых этапа подготовки:
 - 1) _____ перед встречей, преимущественно с помощью интернета;
 - 2) _____ задач перед встречей: цели, задачи, вопросы;
 - 3) Анализ встречи: учтите каждую мелочь.
5. Нынешние покупатели более требовательны, чем когда-либо:
- a. _____ стали скептически и подозрительнее;
 - b. Покупателям доступно _____ предложений товаров и услуг;

с. Покупатели имеют _____ ресурсы, они боятся сделать _____ решение о покупке.

6. Нынешние продажи требуют многократных встреч:

a. Первая встреча может быть лишь _____ взаимоотношений и может помочь _____ потребности покупателя;

b. Вторую и третью встречи можно выделить для _____, подарка или вынесения предложения;

с. В четвертую и пятую встречи можно проводить _____, подписывать договор купли-продажи и закрывать сделку;

d. Вы должны мыслить “ _____ событиями.”

7. Сегодня заключить сделку сложнее, чем раньше:

a. У покупателей меньше средств, они с неохотой меняют _____ и пробуют что-то новое;

b. Правила: _____? Нет продажи!

Нет денег? _____!

_____? Нет продажи!

с. _____? Нет продажи! Всегда находите для покупателей причины, почему купить сейчас лучше, чем потом.

Остановите видео и ответьте на вопросы:

1. Каковы основные факторы нашего быстро меняющегося мира, которые напрямую влияют на ваши сегодняшние продажи?

1) _____

2) _____

3) _____

2. Что вам надо делать больше, меньше или начать делать из того, что не делали ранее, для того, чтобы сегодня преуспеть на рынке?

1) _____

2) _____

3) _____

3. Какие самые значимые изменения в покупателях и в предложениях конкурентов по обслуживанию товаров на сегодняшнем рынке влияют на ваши продажи?

1) _____

2) _____

3) _____

4. Назовите три качества или характеристики вашего идеального покупателя?

1) _____

2) _____

3) _____

5. Что вам важнее всего узнать о вашем покупателе прежде, чем встретиться с ним?

1) _____

2) _____

3) _____

6. Почему подходящие покупатели у вас не покупают? Что им мешает?

1) _____

2) _____

3) _____

7. Что вы можете предпринять для того, чтобы создать у каждого клиента ощущение срочности во время принятия решения о покупке?

1) _____

2) _____

3) _____

Какое одно действие вы сделаете незамедлительно после того, что узнали на сессии?

ЗАМЕТКИ И ПРИМЕЧАНИЯ

“Относитесь в своей

карьере серьезно;

сегодня примите

решение добиваться

успеха во всем, чем

вы занимаетесь.”
