



УСПЕХ В ПРОДАЖАХ

МОДУЛЬ 4

Четкое определение потребностей
покупателя

ВВЕДЕНИЕ

МОДУЛЬ 4

Четкое определение потребностей покупателя

Покупатели приобретают товары по своим причинам, а не по вашим. Важнейшая часть вашей работы при продаже товара - это обнаружение подлинных потребностей или проблем покупателя, которые могут быть удовлетворены с помощью вашего товара или услуги.

Продажи - это и наука, и искусство. Лучшие продавцы обладают рядом навыков, которые помогают установить качественные контакты, а также отделять перспективных покупателей от бесперспективных. Изучая и практикуя самые мощные проверенные навыки, применяемые высокоэффективными продавцами, вы сможете значительно увеличить свои результаты.

В этой сессии вы научитесь лучшим методикам, практикуемым экспертами в продажах.

“В сегодняшнем мире

знание - это сила.

Оно дает доступ к

возможностям и

прогрессу.”

~ Питер Друкер

ЧЕТКОЕ ОПРЕДЕЛЕНИЕ ПОТРЕБНОСТЕЙ ПОКУПАТЕЛЯ

Секрет успеха в продажах в каждой конкретной ситуации и для каждого покупателя заключается в умении задавать правильные вопросы и внимательно выслушивать ответы:

Умение слушать строит доверие.

Чувствуйте себя учеником и позвольте покупателю быть учителем.

1. Вопросы, помогающие фокусироваться на проблеме или потребности:
 - a. _____ подготовьте вопросы; аккуратно подберите формулировки;
 - b. _____ вопросы по ролям с вашими коллегами, друзьями или родственниками;
 - c. Используйте технику “_____” - подготовьте список вопросов для покупателей.

2. Ведущую роль в эффективности продаж играет ваш образ себя:
 - a. Чтобы видеть себя _____, представляйте себя умным разрешителем проблем, а не продавцом;
 - b. Представляйте себя _____ проблем - человеком, ищущим проблемы, которые можно решить с помощью вашего товара или услуги;

- c. Представляйте себя “доктором по продажам” - абсолютным профессионалом во всем, что вы делаете;
 - 1) Доктор по продажам при работе с каждым пациентом (покупателем) должен следовать _____ кодексу;
 - 2) Перед постановкой диагноза и выписыванием лекарств проводите всестороннее _____.

3. Ваша способность проводить точный анализ разрыва между потребностью клиента и вашим товаром или услугой - секрет вашего успеха в позиционировании товара или услуги:

- a. Вы похожи на _____, ищущего проблемы или потребности, которые ваш товар или услуга может удовлетворить;
- b. Обнаружение потребностей всегда заключается в способности _____ аккуратно составленные вопросы;
- c. Ваша цель - найти _____ между нынешней жизнью покупателя и его жизнью после покупки вашего товара или услуги;
- d. Ваша задача - найти такой разрыв, который можно _____ вашим товаром или услугой;
- e. Когда покупатель понимает, что у него есть большая _____, вы тут же предлагаете ее эффективное решение при помощи вашего товара или услуги.

4. Фраза “Мне это неинтересно” на самом деле означает: “Меня не интересуют выгоды от использования вашего товара или услуги”
- a. На подобную реплику отвечайте: “Хорошо. Многие в вашей ситуации сначала не заинтересовались, но затем стали нашими _____ покупателями и рекомендовали нас своим друзьям.”

- b. Покупатель: “Я не могу себе этого позволить”

Ответ: “Хорошо. Многие в вашей ситуации сначала тоже так думали, но затем стали нашими лучшими покупателями и _____ нас своим друзьям.”

- c. Я не готов купить прямо сейчас;”

Ответ: “Многие в вашей ситуации сначала не были готовы купить, но затем стали нашими лучшими покупателями и рекомендовали нас своим друзьям;”

- d. Сопrotивление - это нормально и естественно. Это просто говорит о том, что покупатель не знает о преимуществах вашего товара или услуги и о той пользе, которую тот может принести. Будьте настойчивы!

5. Когда большинство людей слышит о новом товаре или услуге, они чувствуют, что не могут себе этого позволить:

- a. _____ платить и желание платить - это не одно и то же;

- b. Большинство людей _____, но они не хотят платить;

- c. К счастью, _____ платить увеличивается по мере увеличения желания приобрести.

6. Вопросы - ключ к успеху в продажах. Рассказ не приводит к продаже!
- a. Спрашивающий _____ разговор;
 - b. Вопрос: "Чем вы сейчас _____?"
 - c. Вопрос: "Как идут ваши _____?"
 - d. Вопрос: "Как _____ себя в текущей ситуации?"
 - e. Вопрос: "Каковы ваши долгосрочные профессиональные цели?"
 - f. Вопрос: "Чего в своей работе вы _____ достичь, избежать или предотвратить?"
 - g. Вопрос: "Какого рода _____ или непредвиденные ситуации у вас происходят?"
7. Вопрос: "Если бы я показал вам способ значительно улучшить ваши результаты, могло бы это быть вам интересно?"
- a. "Рассматриваете ли вы новые способы _____ вашего рабочего процесса?"

Положительные ожидания очень сильны - всегда ожидайте, что сделка будет заключена!

Профессиональная продажа не имеет ничего общего с простой манипуляцией. Профессиональная продажа - это процесс выявления реальных потребностей и проблем покупателя и объяснение ему того, что они могут быть решены или удовлетворены за счет использования вашего товара или услуги.

Ваша способность искусно задавать вопросы и внимательно слушать ответы с целью определения потребностей - истинная характеристика отличного профессионала.

Остановите видео и ответьте на вопросы:

1. Какие три вопроса вы включите в повестку дня при общении с покупателями?"

1) _____

2) _____

3) _____

2. Какими тремя способами вы можете представить себя в качестве консультанта, а не продавца?

1) _____

2) _____

3) _____

3. Какие три проблемы или потребности, удовлетворяемые с помощью вашего товара или услуги, есть у вашего идеального покупателя?

1) _____

2) _____

3) _____

4. Когда покупатель говорит: “Мне неинтересно”, что это значит на самом деле?

1) _____

2) _____

3) _____

5. Какими тремя способами вы можете увеличить желание покупателя приобрести ваш товар или услугу?

1) _____

2) _____

3) _____

6. Какие три выгоды или преимущества вы получаете, задавая вопросы, а не рассказывая?

1) _____

2) _____

3) _____

7. Назовите три разрыва между тем, где ваш покупатель сейчас, и тем, где он будет находиться в случае покупки вашего товара или услуги:

1) _____

2) _____

3) _____

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