

## **Чуркова Наталья**

**Управляющий партнер  
ООО «Проект-студия «Наш ГОРОД»,  
совладелец нескольких бизнесов.  
Бизнес-тренер, консультант, психолог.  
2002 г. окончила СГИИ по специальности  
менеджмент с отличием;  
С 2002 г. в активных продажах;  
С 2005 г. Руководитель коммерческой  
службы ООО «Проект-студия «Наш  
ГОРОД»  
С 2009 г. Золотой партнер Медиагруппы  
«Актион-МЦФЭР» (Система «Главбух»)  
С марта 2017 г. в переговорной команде  
С.Д. Шаталова по взаимодействию с  
Правительством в регионах.  
(2-е высшее) МИП – консультативная  
психология.**





Длительное время наше общество жило и развивалось в состоянии жесткого **ДЕФИЦИТА**



Сегодняшняя реальность – это состояние **ИЗБЫТКА**

## **ВЧЕРА:**

- **Товара МАЛО! НЕ хватало всем!**
- **Товар однотипный, нет проблемы выбора**
- **Цена затрат включает только производственные.**
- **Покупатель ИЩЕТ ТОВАР САМ!**



## **СЕГОДНЯ:**

- **Товара МНОГО!**
- **Товар имеет большой ассортимент.**
- **Цена товара включает теперь не только затраты на производство, но и на маркетинг, на продвижение.**
- **ПОКУПАТЕЛЬ НЕ ЗНАЕТ ЧТО ВЫБРАТЬ ИЗ ИЗОБИЛИЯ ВАРИАНТОВ!**



# ПОЧЕМУ ЖЕ СУЩЕСТВУЕТ ТАКОЙ ДЕФИЦИТ ХОРОШИХ ПРОДАВЦОВ В РОССИИ СЕГОДНЯ?

**ОТВЕТ ПРОСТ: РАБОТА В ПРОДАЖАХ СЧИТАЕТСЯ «НЕ МОДНОЙ»!**

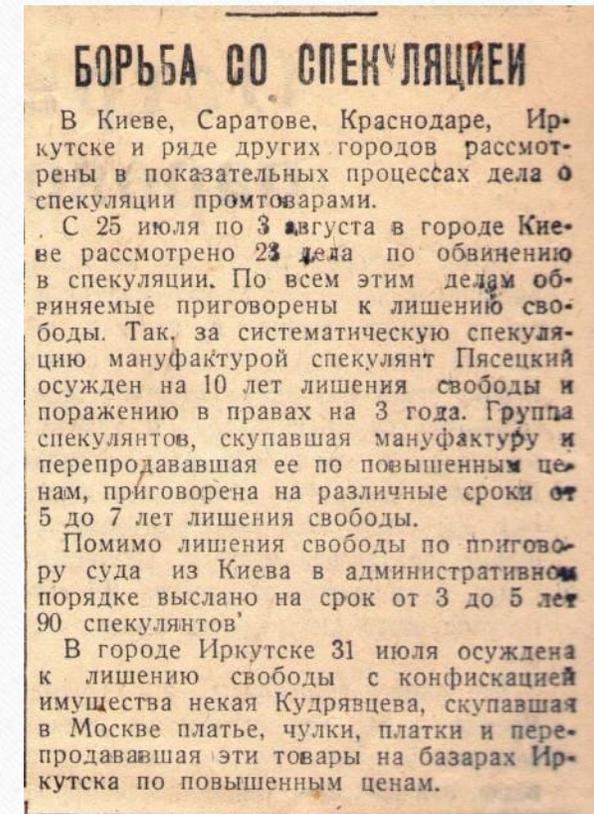


**ПОЧЕМУ?**

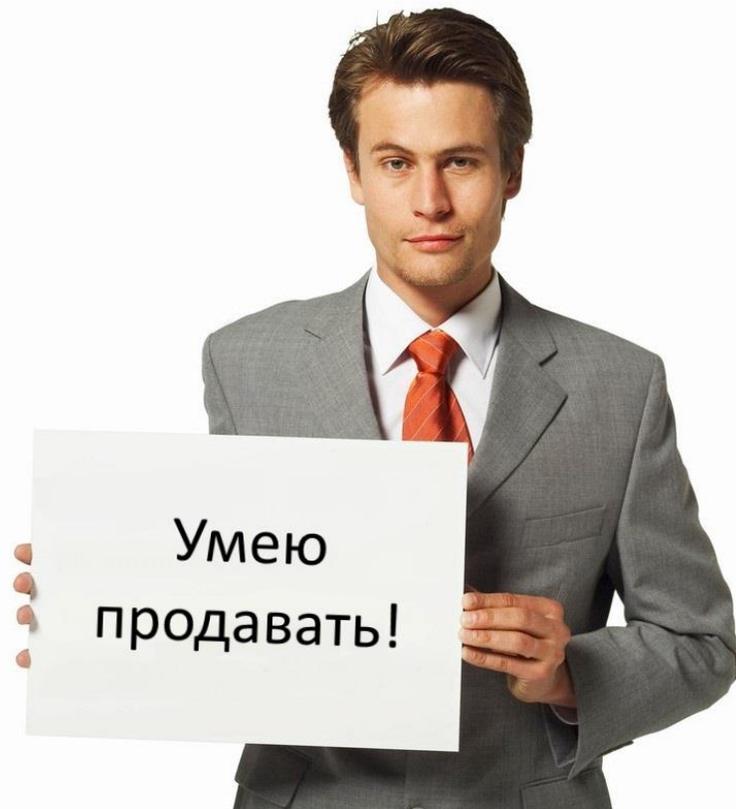
**ПОЧЕМУ** во всем мире те, кто умеют продавать добиваются успеху,  
быть хорошим продавцом престижно, а в России нет?

## ВОПРОС В ИСТОРИЧЕСКОЙ СИТУАЦИИ И ЕЕ СЛЕДСТВИИ.

- Почти 4 поколения россиян выросло при плановой экономике в ситуации дефицита товара, когда покупатель сам искал товар! Обществу нужны были производители товаров и услуг, а не продавцы!
- Это привело к формированию убеждений, что продавец – это «спекулянт», была реальная необходимость дискредитировать эту профессию (сделать ее даже оскорбительной).



# УМЕНИЕ ПРОДАВАТЬ – ЭТО ТАЛАНТ ИЛИ НАВЫК?



**ПРОДАЖА – это искусство, которому можно научиться!**  
**Это способ мышления, который нужно у себя развить!**



**Суть продажи – УБЕДИТЬ оппонента в том,  
что ОН ХОЧЕТ сделать ТО, что ХОТИТЕ ВЫ!**

# УСПЕШНЫЙ МЕНЕДЖЕР, КАКОЙ ОН?



- Коммуникабельный
- Стрессоустойчивый
- Активный
- Инициативный
- Обаятельный
- Энергичный
- Практичный
- Логичный
- Убедительный
- ОФИГИТЕЛЬНЫЙ...



**ДВЕ составляющие УСПЕХА:**

**Вера в СЕБЯ!**

**(Я лучше, чем другие!)**

**+**

**Вера в ПРОДУКТ!!!**

**(Мой продукт лучше, чем другие!)**



## Этапы продаж :

- Подготовка;
- Установление контакта;
- Выявление потребностей;
- Презентация (Свойство-выгода);
- Отработка возражений;
- Завершение сделки;
- **ДОЖИМ!**



## **ПОДГОТОВКА к ПРОДАЖЕ**

- **Внутренний настрой, позитивное настроение**
- **Отработка собственных возражений по продукту**
- **Снятие негативных установок у себя относительно успеха**



**Каждое утро НАДЕВАЕМ улыбку и не снимаем до конца дня.**



- Это дает в мозг необходимый импульс, происходит выработка эндорфинов
- По телефону слышно, что вы улыбаетесь
- При переговорах, улыбка ваше оружие, она обезоруживает даже самого жесткого оппонента
- С улыбкой вы продадите БОЛЬШЕ, так как вызываете ощущение успешного человека!

**Вечером, сняв, улыбку, не забудьте расслабиться и расслабить мышцы лица, при улыбки их задействовано около 50! ))))**

## **Отрабатываем собственные возражений по продукту**

- **Кому нужен наш продукт? Аудитория целевая.**
- **Кто наши конкуренты?**
- **Что есть у них, чего нет у нас?**
- **Чем мы лучше?**
- **Я бы купил ЭТО только у НАС, потому что...**

## Снятие негативных установок у себя относительно успеха



- ✓ Мешает воспринимать ситуации объективно
- ✓ Дает физические проявления, которые также мешают вести переговоры

**ПРИЧИНА: НЕГАТИВНЫЕ УСТАНОВКИ**



**ПОДГОТОВИЛИ СЕБЯ  
ГОТОВИМ ИНФОРМАЦИЮ О КЛИЕНТЕ**



**Собираем информацию по крупицам, складываем ПАЗЛ КЛИЕНТА!**



**НЕ СПЕШИ!**

**Презентация, проведенная  
раньше времени  
обречена на провал!**

**Это работа с завязанным  
глазами.**

**Её эффективность  
минимальна.**

- интернет (сайт компании)
- где дают рекламу как много, какие акции проводят
- как активно набирают людей
- какие основные конкуренты
- отрасль в которой работает клиент, проблемы, сезонность
- соцсети (особенно, если ваш товар/услуга для физ. лиц!!!)
- информация от коллег, зайдите через отдел продаж; отдел кадров;
- пробный звонок не по вашей услуге или товару



## Установление контакта



### Преодоление секретарского барьера

- Минимум информации, максимум настойчивости ! (*Чуркова, соедините меня с ВВ...по какому вопросу? По вопросу НАШЕГО договора. Скажите Чуркова звонит*)
- Метод «Спешка»
- Метод: «Переключите на Александра Сергеевича!» ! (если не знаете ФИО контакта)
- Метод «Запарить»
- Метод «Добавочный номер» ! (Если нужно максимум информации) (*Переключите на 223...у нас нет такого... Нет? А комм. дир. как имя отчество? ...ВВ ... Все верно! А какой у него разве не 223?*)



## Составляем таблицу СВОЙСТВО - ВЫГОДА

✓ Свойство 1

✓ Выгода 1

✓ Свойство 2

✓ Выгода 2

✓ Свойство 3

✓ Выгода 3

**Переводим ПОТРЕБНОСТЬ (желание) в НУЖДУ (необходимость)**

## Юмор на тему... перевода потребности в нужду 😊

"Был сегодня на собеседовании в компании "...".  
HR-менеджер дала мне ноутбук и сказала:  
"попробуйте-ка мне его продать...".  
Ну, я взял ноут и вышел с ним из комнаты,  
а затем ... вообще ушел.  
Когда я пришел домой мне позвонил хр-менеджер и стала  
истерично кричать: "немедленно верни мой ноут обратно!"  
Я сказал: 200 баксов и ноут ваш...."

## Выявление потребностей клиента



## Какие бывают вопросы ???

Открытые???



Закрытые???

Альтернативные???

## **Какие бывают вопросы ???**

### **Открытые???**

**Как? Когда? Как часто?  
С кем? Почему? Сколько?  
Где? Чем? Что? Кто?  
Какие? Зачем? Как долго?...**

### **Закрытые???**

**ДА**

**НЕТ**

### **Альтернативные???**

**Выбор без выбора! Когда Вас устраивают оба варианта ответа!**

**НЕ СЛЫШАТЬ КЛИЕНТА, ЗНАЧИТ ТРАТИТЬ ЗРЯ ЕГО И СВОЕ ВРЕМЯ!**



## Техника вопросов **СПИН**

**С** – ситуационные

**П** – проблемные

**И** – извлекающие

**Н** – направляющие



**ЦЕНА**



**ЦЕННОСТЬ**



## САМЫЕ ТИПИЧНЫЕ ОШИБКИ ПРОДАВЦОВ:

- ❑ Используют в презентации **ОТРИЦАНИЕ (НЕ)**;
- ❑ Не могут отличить **СОПРОТИВЛЕНИЕ** от **ВОЗРАЖЕНИЯ!**
- ❑ Подают клиенту **ЦЕНУ**, когда он еще не осознал **ЦЕННОСТЬ!**
- ❑ **НЕ** слушают клиента или слушают, но **НЕ СЛЫШАТ!**

**ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ОТРИЦАНИЙ В РЕЧИ ПОЗВОЛЯЕТ ОБЛЕГЧИТЬ ОТКАЗ И ПОДЧЕРКИВАЕТ ВАШУ НЕУВЕРЕННОСТЬ:**

- **НЕ** хотите посмотреть?
- **НЕ** хотите послушать?
- **НЕ** хотите попробовать?
- Вам сейчас удобно или **НЕ** очень?
- Вам это интересно или не очень?
- **НЕ** готовы пока записаться?



**ПРЕЗЕНТАЦІЯ!**



## Правила **УСПЕШНОЙ** презентации продукта/услуги:

- **ГОТОВИМ ПРЕЗЕНТАЦИЮ ЗАРАНЕЕ!**
- Первое впечатление! 30 сек., чтобы расположить клиента к себе!  
(в телефонном варианте всего 5 сек.!!!)
- Выбираем не более 3-х свойств=выгод!

Связка **СВОЙСТВО=ВЫГОДА** для клиента!

- Четко соблюдаем обозначенный тайминг!
- Продолжаем выявлять потребности на всем протяжении!
- Обратная связь! **ИСПОЛЬЗУЕМ ЭТУ ИНФОРМАЦИЮ!!!**
- Включаем в презентацию **ПРИВЯЗКИ!** («зеркалим» клиента!)

## **КАТЕГОРИЧЕСКИ ЗАПРЕЩЕНО!**



- ! Критиковать поставщика, с которым сейчас работает клиент! = клиент ДУРАК!**
- ! Спрашивать: «Чем Вам нравится старый поставщик?» или «Все ли Вас сейчас устраивает?» = Вырыть себе яму!**
- ! Говорить неуверенно, мямлить! = Вы ВРЕТЕ!**
- ! Игнорировать вопросы клиента! = Подтвердить его сомнения!**
- ! Говорить «Наш»/«Ваш» продукт = Клиент + конкурент!**
- ! Использовать в предложении отрицания! = Упрощать отказ!**
- ! Терять внимание клиента! = Пустая трата времени!**

# ВОЗРОЖДЕНИЯ – это ХОРОШО или ПЛОХО?

**НЕ ПУТАТЬ С ОТГОВОРКАМИ!**



**ОТГОВОРКУ** всегда переводим в **ВОЗРОЖДЕНИЕ** по схеме:

Я правильно Вас понимаю? –  
и даем **ВОЗРАЖЕНИЕ**, которое уже знаем заранее как  
**ОТРАБОТАТЬ!**

Убираем «ложные» возражения, отработываем только истинные  
по схеме:

Если мы решим **ЭТУ** проблемы, **Вы готовы подписать** договор?

## **Парафраз:**

«Я правильно понимаю»... (можно заменить, так как избито!)

«То есть», «Другими словами», «Иначе говоря»...

и говорим возражение, перефразируя его под СЕБЯ!

## **Согласие:**

Соглашаемся с **КЛИЕНТОМ**, а не с **ВОЗРОЖДЕНИЕМ!**

Частично присоединяемся и проговариваем, то что нужно **НАМ!**

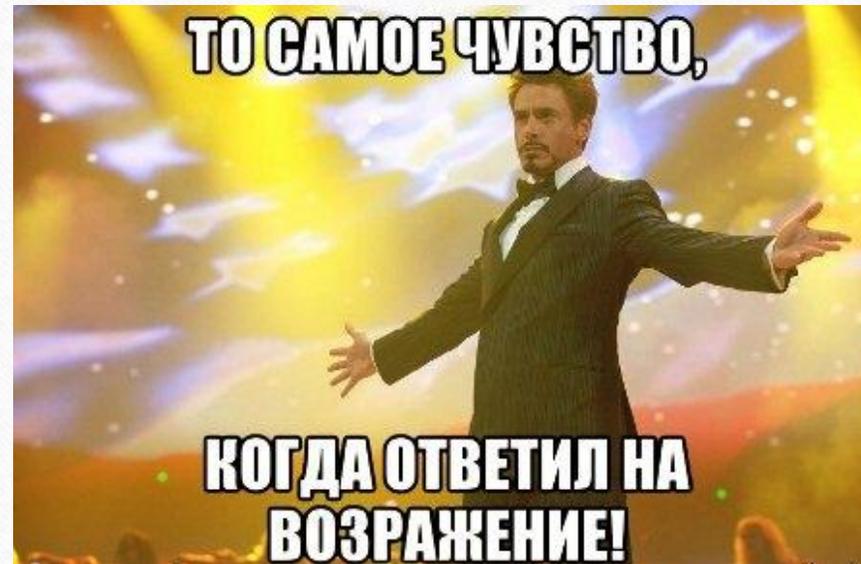
**ПОДСТРОЙКА!**

**СОПРОТИВЛЕНИЕ** или **ВОЗРАЖЕНИЕ** – **ЦЕНА** ОШИБКИ - **РЕЗУЛЬТАТ!!!**



**Все возможные возражения прорабатываем заранее  
до встречи!**

**На каждое возражение готовим минимум 5 отработок!**



**Учим наизусть!!! Повторяем в течение дня!**

**Доводим до автоматизма, как вождение автомобиля 😊**

## **ПРАВИЛА ЗАВЕРШЕНИЯ СДЕЛКИ**

- **Говорим о сделке как о свершившейся.**
- **Обсуждаем детали дальнейшего сотрудничества.**
- **Задаем альтернативные вопросы по срокам поставки.**
  
- **Выводим клиента на согласие или отказ четко и обоснованно!**
- **При согласии прекращаем «хвалить» продукт/услугу!**
- **При категорическом отказе оставляем себе коридор для возврата к разговору!**

**ДОЖИМ!!!**



**Вы слишком много вложили, чтобы потерять клиента сейчас!**

**ДЕЙСТВУЙТЕ!!!**

- **Ежедневный контакт с клиентом не обязательно по теме оплаты договора! НЕ МЕНЕЕ 3 ДНЕЙ!!!**
- **Проявляйте заботу о клиенте!**
- **Имейте «вкусные» аргументы для этого этапа!**
- **Пока нет оплаты – нет сделки!**
- **Если Вы «ЗАСТРЯЛИ» возвращаемся на этап «Отработка возражений!»**

**УСПЕШНЫХ ПЕРЕГОВОРОВ! ВЫСОКИХ ПРОДАЖ!!!**



# ОПРЕДЕЛЯЕМ ПСИХОТИП КЛИЕНТА

**БОЕЦ**



**ФАНТАЗЕР**



**АНАЛИТИК**



**ИСПОЛНИТЕЛЬ**

## **ПРИНЦИП ВЕДЕНИЯ ПЕРЕГОВОРОВ С ВЫГОДОЙ ДЛЯ СЕБЯ**

- **Перед начало любого диалога, определяем ЦЕЛЬ!**
- **Помним о ЦЕЛИ на протяжении всего диалога**
- **Идем к ЦЕЛИ не взирая на ЭМОЦИИ!**  
(кто на эмоциях тот слабее, отключатся логика!)
- **Обесцениваем предложение оппонента (главный аргумент)**
- **Предлагаем выход «СТЕЛИМ КОВРОВУЮ ДОРОЖКУ» (чтобы проигравший мог уйти с гордо поднятой головой! ПОМНИМ ЦЕЛЬ важнее, чем формальная ПОБЕДА!**
- **ПОБЕДИЛ ТОТ, кто ДОБИЛСЯ поставленной ЦЕЛИ!**



## ПРИНЦИП ВЕДЕНИЯ ПЕРЕГОВОРОВ С ВЫГОДОЙ ДЛЯ СЕБЯ

**ЦЕЛЬ** – это ваш **МАЯК** переговорного процесса.

Прежде чем начать переговоры:

- ✓ Определяем цель
- ✓ Ресурсы
- ✓ Варианты отступления (составляем карту переговоров)

*Алиса: Скажи куда мне отсюда идти?*

*Кот: Это во многом зависит от того, куда ты хочешь прийти.*

*Алиса: Да мне почти все равно.*

*Кот: Тогда все равно куда идти.*

*Алиса: Лишь бы попасть куда-нибудь.*

*Кот: Куда-нибудь ты обязательно попадешь, конечно, если не остановишься на пол пути. ☺*



## **ПРИНЦИП ВЕДЕНИЯ ПЕРЕГОВОРОВ С ВЫГОДОЙ ДЛЯ СЕБЯ**

### **ЭМОЦИИ...**

**Эмоции в переговорах можно и нужно использовать исключительно как средство манипуляции. Либо манипулируете ВЫ либо Вами...**

### **Наши СТРУНЫ:**

- **Страх**
- **Жалость**
- **Жадность**
- **Самолюбие**
- **Соблазн**
- **Чувство долга**
- **Любопытство**



## **ПРИНЦИП ВЕДЕНИЯ ПЕРЕГОВОРОВ С ВЫГОДОЙ ДЛЯ СЕБЯ**

**Перед началом переговоров приводим свой эмоциональный фон в норму. Снимаем напряжение:**

**Установка:**

**Победа может быть не с первого раунда и это нормально.**

**Надежнее те клиенты, которые подходят к сделке взвешенно.**

**Восстанавливаем дыхание:**

**Нервничаю = дышу часто**

**Дышу часто = нервничаю еще больше – круг замыкается.**

**Но это работает и наоборот:**

**Дышу спокойно = успокаиваюсь.**

***Вдох на 4 выдох на 7.***



# ШКОЛА ПРОДАЖ

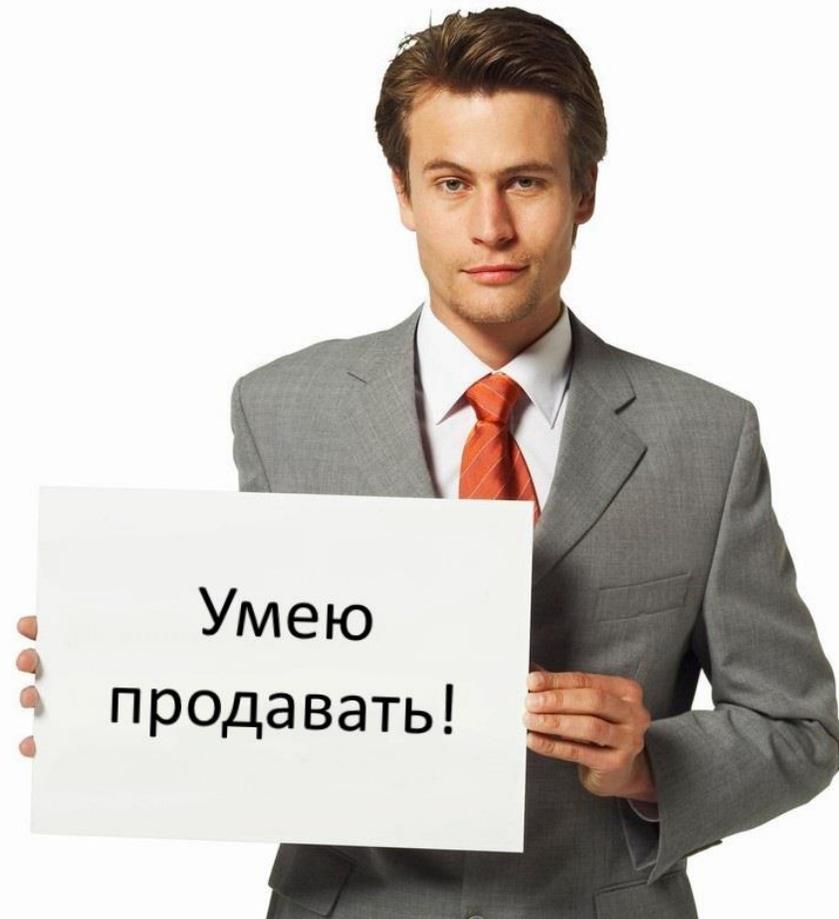
Чурковой Натальи

<https://vk.com/smoltrening>

**Тел. 8-910-710-08-10**

[nata@smlograd.ru](mailto:nata@smlograd.ru)

## Как найти хороших менеджеров по продажам?



- **Не ждите, что активные менеджеры сами вас найдут!**
- **Их раньше найдут и заберут себе другие компании!**
- **Обзванивайте резюме соискателей сами!**
- **Ведите интервью по одной заранее составленной схеме!  
(презентуйте кратко свою компанию, четко обозначьте время и место собеседования, держите инициативу разговора)**
- **Не отвечайте на вопросы о работе и з/п пока не выясните, что этот соискатель вам интересен!**

