

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.**





International Management and Business Academy

in recognition of the successful completion of the requisite course of study with all the honors, rights and privileges thereunto appertaining, hereby certifies that

Churkova Natalya

have completed the required course of study, in this day and has successfully demonstrated the knowledge, skills and abilities required for the

Recruiting of sales managers

In witness whereof this Certificate, signed by the authorized officers of the Academy and sealed with the corporate seal of the Academy, is granted. Given in Saint Petersburg on the 15 April, 2016



Консалтинговая компания "Вертекс", 190298 г. Чкаловский район, Санкт-Петербург, Россия. 8(812) 645-79-29.

Micko Consulting Company, 190298 Novokosovo st. 18, Saint-Petersburg, Russia. 8(812) 645-79-29.

Консалтинговая компания "Вертекс" настоящим удостоверяет, что **Чуркова Наталья** приняла участие в тренинге **ПОДБОР МЕНЕДЖЕРОВ ПО ПРОДАЖАМ RECRUITING OF SALES MANAGERS** полностью изучила материал и готова применить полученные знания на практике с максимальной эффективностью.

Тренер **Сергей Филиппов**, Генеральный директор Консалтинговой компании "Вертекс", 15 апреля 2016, Санкт-Петербург.

Trainer **Sergei Philippov**, Chief Executive Officer of Vertex Consulting Company, 15 April, 2016, Saint-Petersburg.

www.VertexClub.ru

Московский Институт ПСИХОАНАЛИЗА

СЕРТИФИКАТ

Настоящий сертификат выдан **Чурковой Наталье Владимировне** в том, что она 21 мая 2016 года приняла участие в мастер-классе в НОЧУ ВО «Московский институт психоанализа» **"Тревога – болезни XXI века"** (6 академических часов).

Ректор НОЧУ ВО «Московский институт психоанализа»

Москва 2016 г.

“ Я всегда знаю, что сказать! ”

СЕРТИФИКАТ УЧАСТНИКА тренинга Игоря Рызова

Наталья Чуркова

знает, как вести "Жесткие переговоры" и сохранять отношения при любых условиях.

ТРЕНЕР **ИГОРЬ РЫЗОВ**

Организатор мероприятия **КИТ МЕДИА** агентство решений kit-media.com 9 сентября 2016 года

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»!

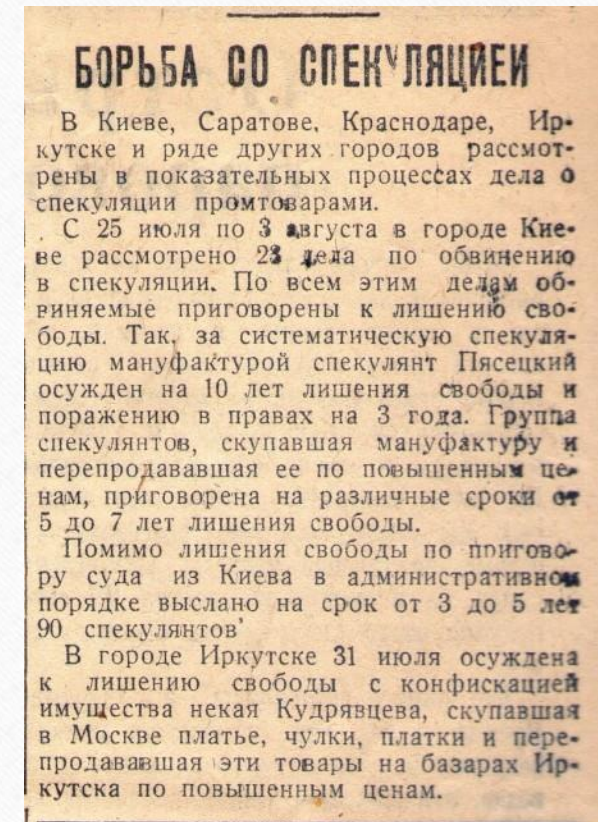


ПОЧЕМУ?

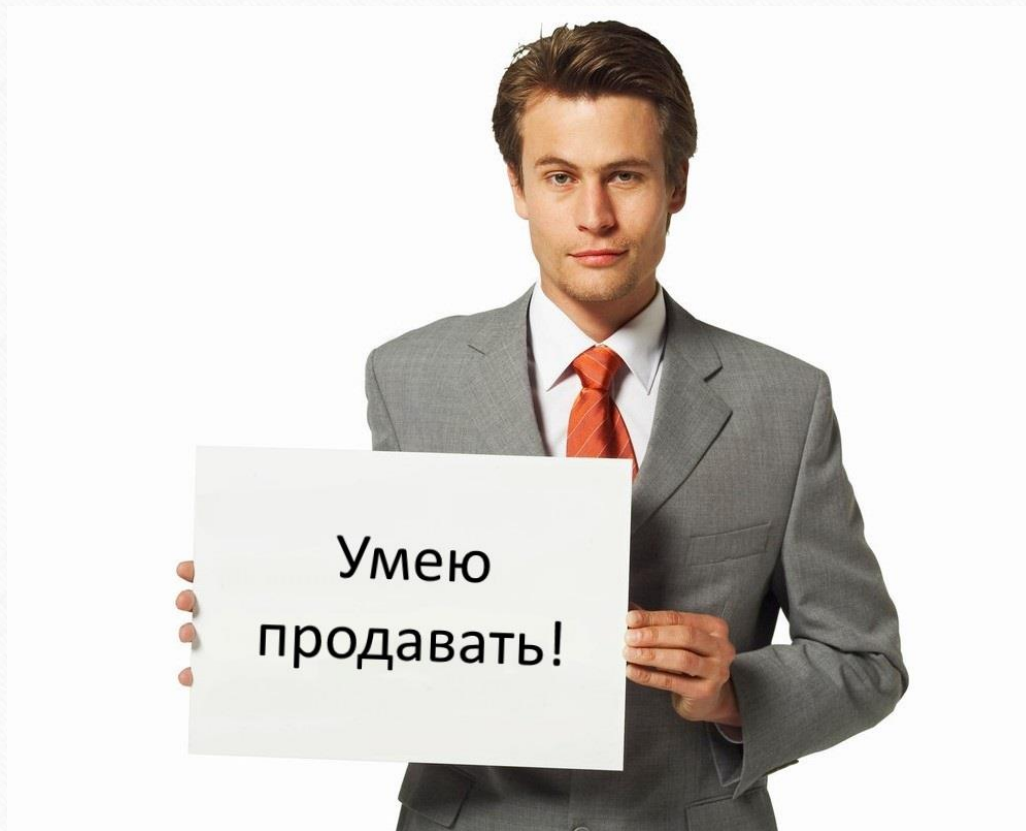
ПОЧЕМУ во всем мире те, кто умеют продавать добиваются успеху,
быть хорошим продавцом престижно, а в России нет?

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, отрабатываем 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!)
- **Обещениваем 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

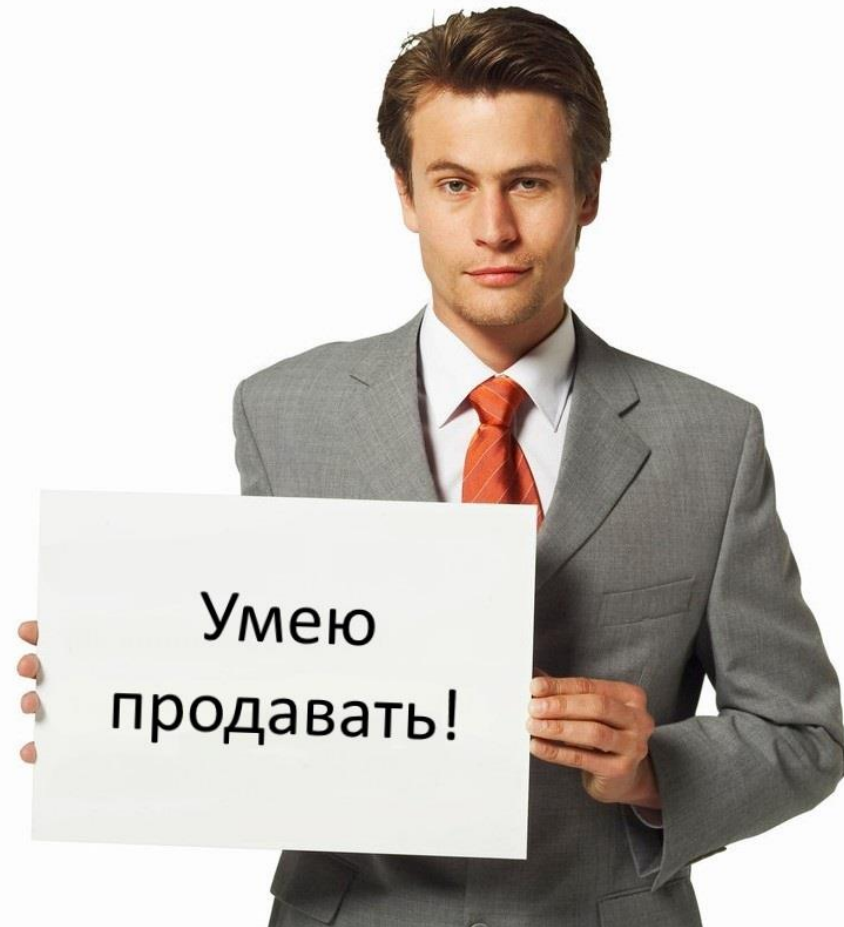
Чурковой Натальи

<https://vk.com/smoltrening>

Тел. 8-910-710-08-10

nata@smlograd.ru

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!**

