

ПРОСЬБА

ОТКЛЮЧАЕМ

- Саботаж
- Ограничивающие убеждения
- Эмоциональную неуспешность
- Уважайте себя и свои действия
- Делюсь только нашими рейсами и практикой

КТО Я

СОЗДАЕМ **ПРИБЫЛЬНЫЕ** ОТДЕЛЫ ПРОДАЖ

с гарантией результата.

ОБСУДИТЬ ЗАДАЧУ



МОЯ

ИСТОРИЯ



МОЯ ИСТОРИЯ

ПРОДАЖНИК

- с 2009 года
- 2785 клиентов
- Более 300K \$
- Более 16425 разговоров

РОП

- 8 лет
- более 10 команд
- 92 собеседования
- Более 300 продавцов
- Более \$ 970 000

Нам доверяют



Я ❤️ ПРОДАЖИ

ПОЕХАЛИ



ЭТАПЫ ПРОДАЖ

НЕДАВНО КУПИЛИ

2 покупателя: 3 500 руб



Григорий Сергеев

Покупки: 3 Следующая: 28.04

эспрессо

завтрак

Сегодня •



Алеся Никольская

Покупки: 1 Следующая: 22.04

латте макиато

2 НЕДЕЛИ ДО ПОКУПКИ

3 покупателя: 7 000 руб



Роман Андреев

Покупки: 2 Следующая: 10.05

чай

маффин



Виктория Борисова

Покупки: 25 Следующая: 14.05

ванильный латте

Нет задач •



Кристина Новик

Покупки: 1 Следующая: 22.05

завтрак

чай

Сегодня •

1 НЕДЕЛЯ ДО ПОКУПКИ

2 покупателя: 5 000 руб



Борис Дорошевич

Покупки: 20 Следующая: 02.05

завтрак

чай

Сегодня •



Ангелина Иванова

Покупки: 8 Следующая: 03.05

йогурт

смузи

1дн •

Я КАПНУЛ ГЛУБОКО

Я КАПНУЛ ГЛУБОКО



Я КАПНУЛ ГЛУБОКО

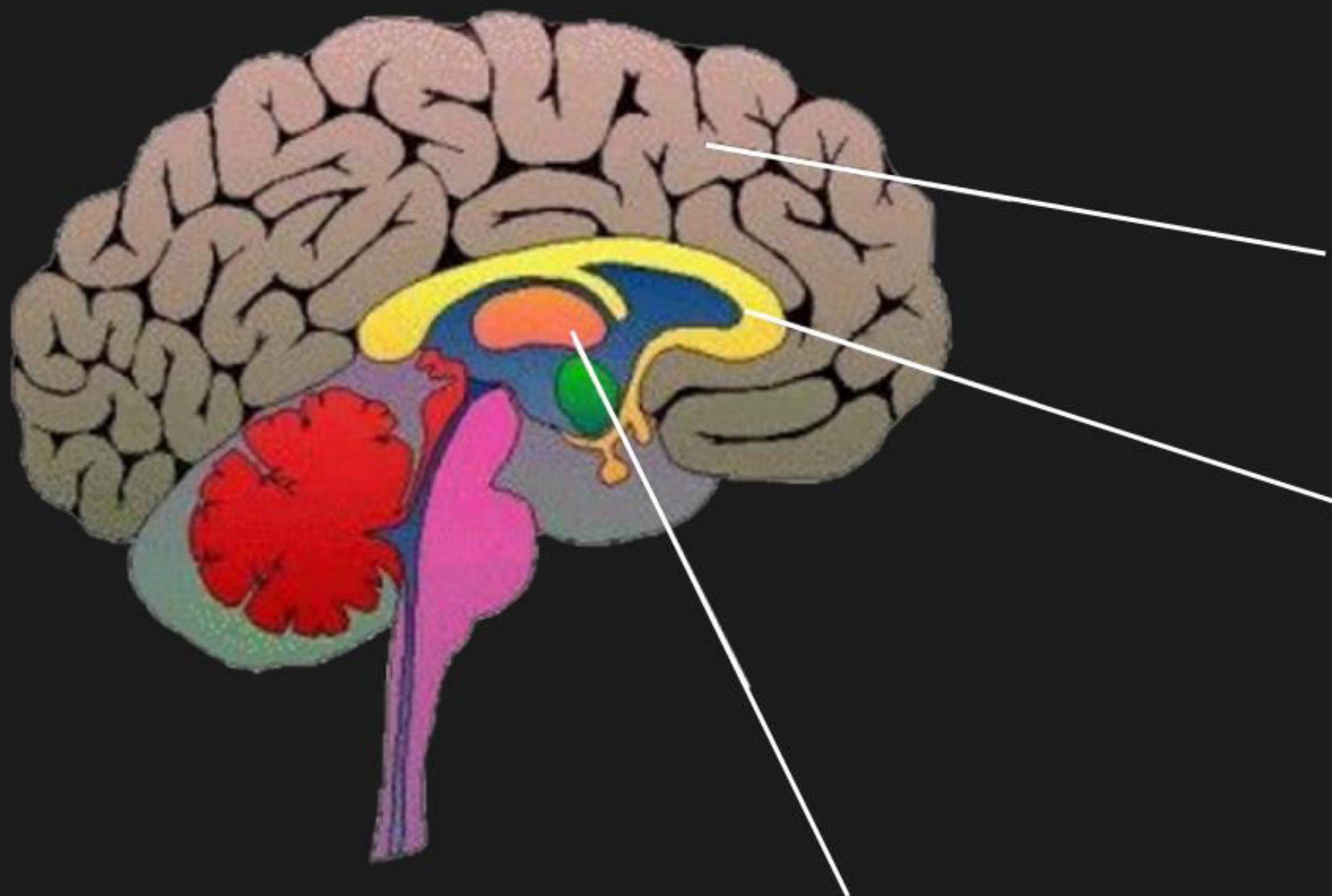


В КОРЕНЬ

Я КАПНУЛ ГЛУБОКО



В КОРЕНЬ



НЕОКОРТЕКС

(кора, префронтальные
отделы)

Рациональное мышление,
язык, логика «Чем хорош
ваш товар?»

ЛИМБИЧЕСКАЯ СИСТЕМА

Эмоции, память «Мне
приятен ваш товар»

РЕПТИЛЬНАЯ СИСТЕМА

Рефлексы «Спасибо, нам
ничего не надо»

ЭТАПЫ ПЕРЕГОВОРОВ

СТРАХ ЗВОНКА

СТРАХ ЗВОНКА

НЕ УЧИЛИ ЗАКАЗЫВАТЬ ТОРТИКИ

СТРАХ ЗВОНКА

НЕ УЧИЛИ ЗАКАЗЫВАТЬ ТОРТИКИ

ЕСТЬ ПЛОХОЙ ОПЫТ

1. ОТКРЫТИЕ



75% УСПЕХА

ПРИВЕТСТВИЕ

ПРИВЕТСТВИЕ

АКТУАЛИЗАЦИЯ

ПРИВЕТСТВИЕ

АКТУАЛИЗАЦИЯ

ПОНИМАНИЕ

ПОНИМАНИЕ

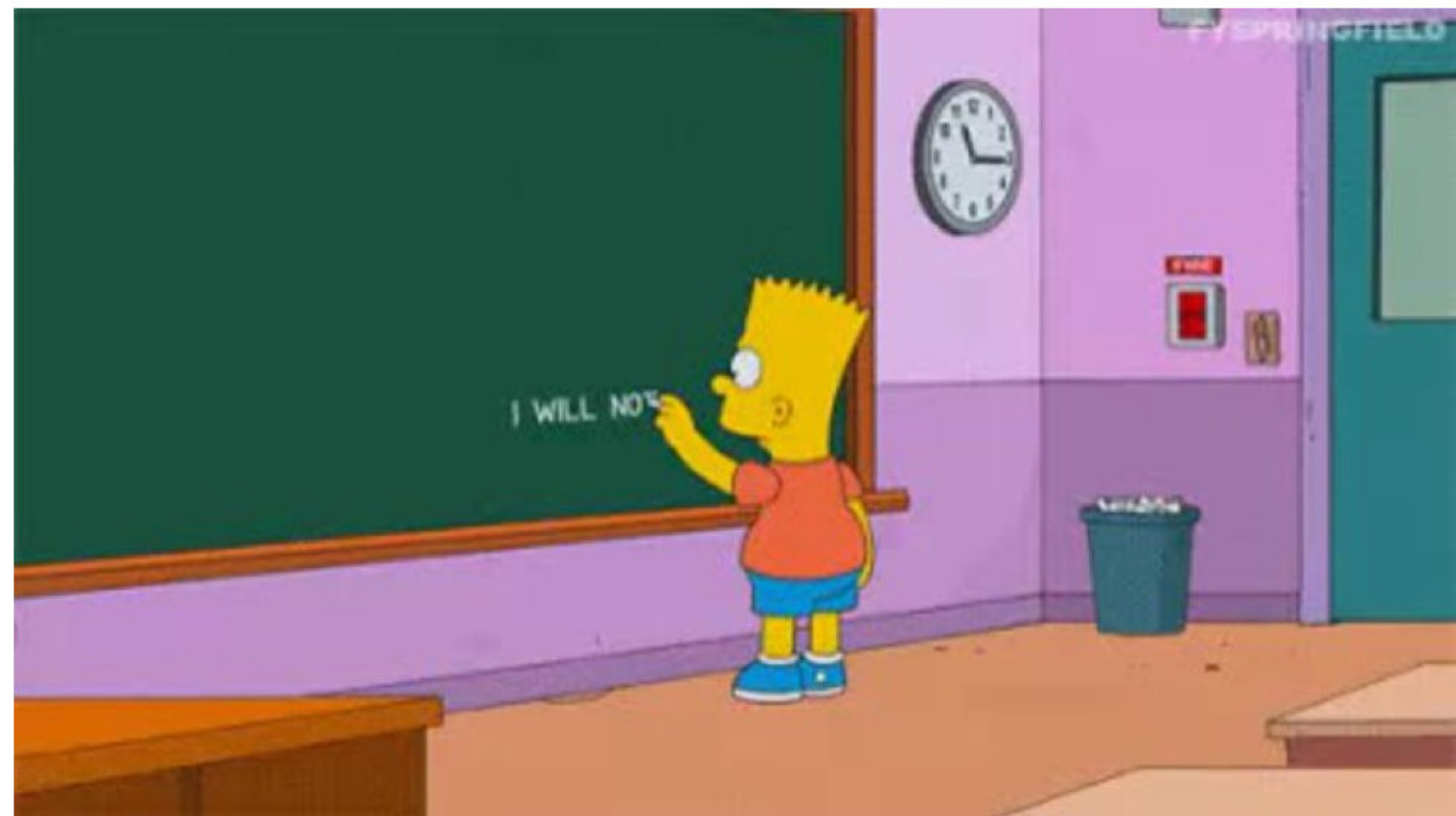


ОБЩЕНИЕ

ТЕХНОЛОГИИ

- ПАУЗЫ
- ПАРАЛИНГВИСТИКА
- УЛЫБКА
- ВНИМАНИЕ

ПИШЕМ



АНАМНЕЗ

ПЛАТЕЖЕСПОСОБНОСТЬ



МОТИВАЦИЯ

ВАЖНО ЗНАТЬ

- ПРОДАЮТ ВОПРОСЫ
- СКОЛЬКО ВОПРОСОВ МОЖНО ЗАДАТЬ?
- ДА/НЕТ
- ВОПРОСЫ = ЭКСПЕРТНОСТЬ
- БОЛЬ 1-2-3
- УСИЛИВАЕТСЯ БОЛЬ
- ПОМНИМ ОБ АРО

ТЕХНОЛОГИИ

- СПИН
- ~~СЛУШАТЬ~~ СЛЫШАТЬ
- ЛОГИКА

С СИТУАЦИОННЫЕ ВОПРОСЫ

С

СИТУАЦИОННЫЕ ВОПРОСЫ

Чтобы задать для
установления
контакта



П

ПРОБЛЕМНЫЕ ВОПРОСЫ

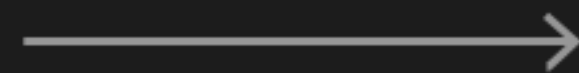
С СИТУАЦИОННЫЕ ВОПРОСЫ

Чтобы задать для
установления
контакта



П ПРОБЛЕМНЫЕ ВОПРОСЫ

Так что продавец
влияет



СКРЫТЫЕ ПОТРЕБНОСТИ

СИТУАЦИОННЫЕ ВОПРОСЫ

Чтобы задать для
установления
контакта

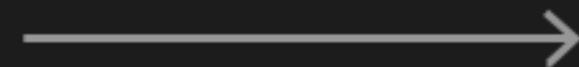


ПРОБЛЕМНЫЕ ВОПРОСЫ

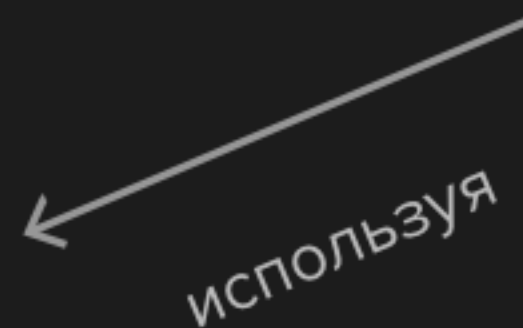


ИЗВЛЕКАЮЩИЕ ВОПРОСЫ

Так что продавец
влияет



СКРЫТЫЕ ПОТРЕБНОСТИ



СИТУАЦИОННЫЕ ВОПРОСЫ

Чтобы задать для
установления
контакта



ПРОБЛЕМНЫЕ ВОПРОСЫ



ИЗВЛЕКАЮЩИЕ ВОПРОСЫ

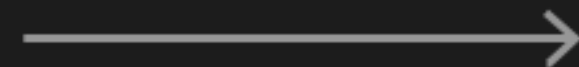
Что требует задавать



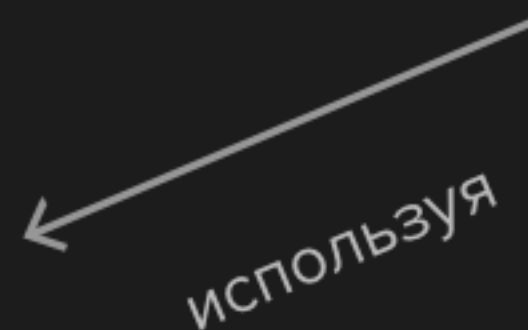
НАПРАВЛЯЮЩИЕ ВОПРОСЫ

которые заставляют
покупателя яснее
и острее ощутить
проблему

Так что продавец
влияет



СКРЫТЫЕ ПОТРЕБНОСТИ



СИТУАЦИОННЫЕ ВОПРОСЫ

Чтобы задать для
установления
контакта



ПРОБЛЕМНЫЕ ВОПРОСЫ



ИЗВЛЕКАЮЩИЕ ВОПРОСЫ

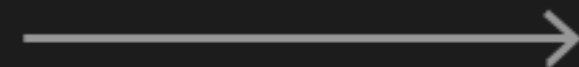
Что требует задавать



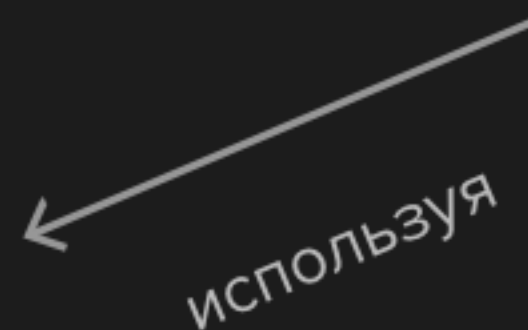
которые заставляют
покупателя яснее
и острее ощутить
проблему

НАПРАВЛЯЮЩИЕ ВОПРОСЫ

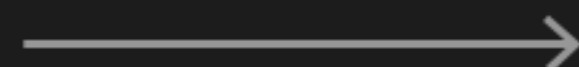
Так что продавец
влияет



СКРЫТЫЕ ПОТРЕБНОСТИ



Так что покупатель
определяет



ЯВНЫЕ ПОТРЕБНОСТИ

Позволяющие продавцу сформулировать

СИТУАЦИОННЫЕ ВОПРОСЫ

Чтобы задать для
установления
контакта



ПРОБЛЕМНЫЕ ВОПРОСЫ



ИЗВЛЕКАЮЩИЕ ВОПРОСЫ

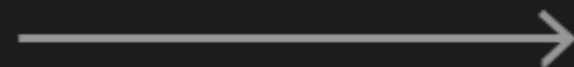
Что требует задавать



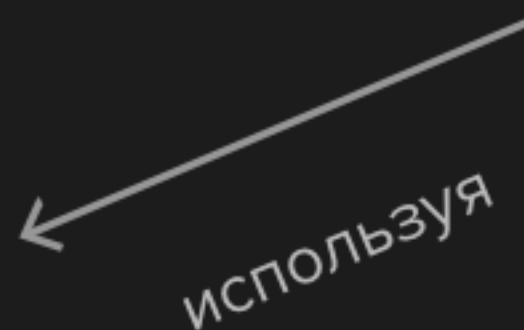
НАПРАВЛЯЮЩИЕ ВОПРОСЫ

ВЫГОДЫ

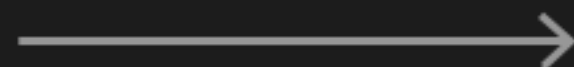
Так что продавец
влияет



СКРЫТЫЕ ПОТРЕБНОСТИ

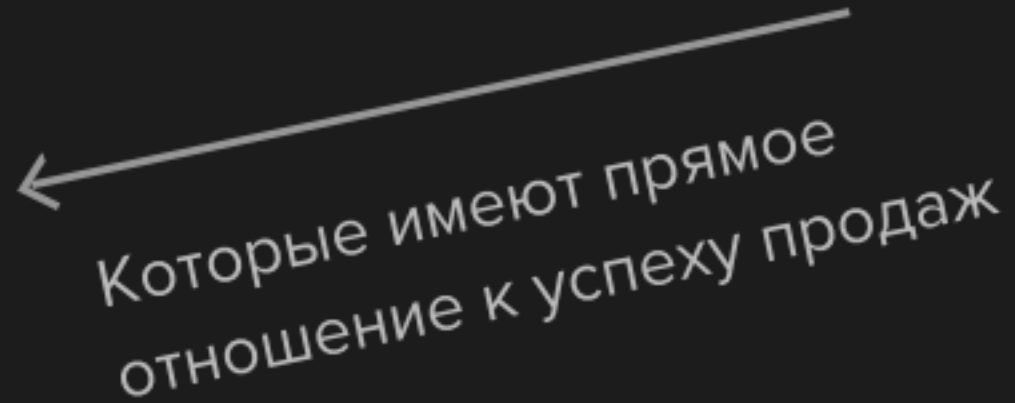


Так что покупатель
определяет



ЯВНЫЕ ПОТРЕБНОСТИ

Позволяющие продавцу сформулировать



ПИШЕМ

3. ДИАГНОЗ

- РЕЗЮМЕ
- УСИЛЕНИЕ БОЛИ

ВАЖНО ЗНАТЬ

- МОГЛИ НЕ УСЛЫШАТЬ
- МОГЛИ НЕ ПОНЯТЬ
- ПОЛУЧАЕМ ПОДТВЕРЖДЕНИЕ

ТЕХНОЛОГИИ

если что добавить?

```
<?xml version='1.0' encoding='UTF-8'>  
<http://www.wxzx.com.cn/TB/vhtml/OTD/vhtml/struct.p.html xmlns="code">  
  <head><title>Quick Example</title>  
    <meta http-equiv="content-type"  
      content="text/html; charset=utf-620" />  
  </head>  
  <body><h1>Quick Example</h1>  
    <p>a href="please code/check/referer"  
      img src = "please code/images/vxhtml  
        height="31" width="18" alt="hello" />  
    <p>hello</p>  
    <script type="text/javascript">  
      <![CDATA[  
        document.write("<h2>Table of factorials</h2>  
          for(i= 1,fact = 1;i<=10;i++,fact *= i){  
            document.write(i + "=" + fact);  
            document.write("<br/>");  
          }  
        // ]]>
```

ПИШЕМ

ПРЕЗЕНТАЦИЯ

ВАЖНО ЗНАТЬ

- ДАЖЕ НЕ ДОГАДЫВАЮТСЯ О ЦЕННОСТИ
- РЕШАЕМ БОЛЬ
- ПЕРЕСТАЮТ СЛУШАТЬ

ТЕХНОЛОГИИ

СЕБЕ-СЕБЯ-КОМПАНИЮ-ПРОДУКТ

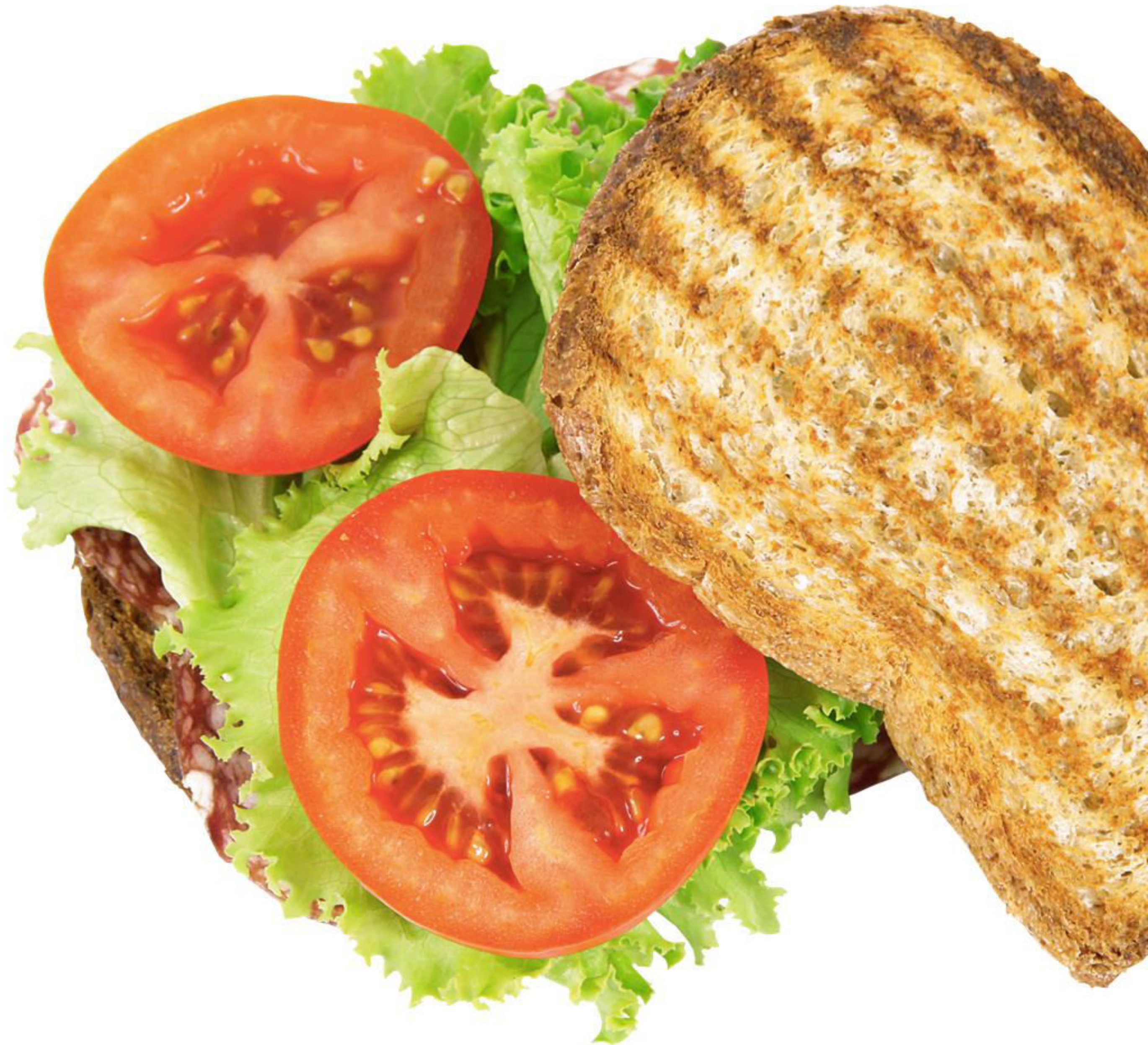
ТЕХНОЛОГИИ
АРГУМЕНТАЦИЯ

ТЕХНОЛОГИИ
STORYTELLING

ПИШЕМ

ЗАКРЫТИЕ

ТЕХНОЛОГИЯ СЕНДВИЧ



ТЕХНОЛОГИИ

ODC

OFFER

предложение

DEADLINE

ограничение
по времени

CALL TO ACTION

призыв
к действию

ПИШЕМ

ЧТО МЫ ЗАБЫЛИ?

ПРАВИЛЬНО

ВЕСЕЛЬЕ ТОЛЬКО
НАЧИНАЕТСЯ

РАБОТА
С ВОЗРАЖЕНИЯМИ

ПРОДАЖИ НАЧИНАЮТСЯ ПОСЛЕ
СЛОВА...

ВИДЫ

- ОПАСЕНИЕ
- ВОЗРАЖЕНИЕ

ВОЗРАЖЕНИЯ

СКРЫТЫЕ

ВОЗРАЖЕНИЯ

СКРЫТЫЕ

ЯВНЫЕ

ТЕХНОЛОГИИ

- В СМЫСЛЕ?
- ЧТО ВЫ ИМЕЕТЕ ВВИДУ?
- ИИИИ...?
- ПАУЗЫ

ИЗВЛЕКАЕМ КОРЕНЬ

ИМЕННО ПОЭТОМУ...

«НЕ ХОЧУ ПЛАТИТЬ ПРЕДОПЛАТУ»

Именно поэтому у нас есть масса других достоинств,
которые позволяют это компенсировать

«У ВАС ДОРОГО»

Именно поэтому я и хочу, чтобы Вы сами смогли
убедиться, что наши услуги стоят этих денег

ВАШ ВАРИАНТ...

ЗАДАТЬ ВОПРОС

«МНЕ НУЖНО ПОДУМАТЬ»

Что мешает ВАМ принять решение сейчас?

«У ВАС ДОРОГО»

Если бы у нас было дорого, с нами долгие годы не работало бы столько Клиентов. Как Вы думаете, почему они у нас покупают?

– Скажите, почему тогда у нас Клиенты покупают услуги на протяжении многих лет?

А ЧТО МОГЛО БЫ ВАС УБЕДИТЬ, НЕСМОТРЯ НА...

«У МЕНЯ НЕТ ВРЕМЕНИ»

А что могло бы Вас убедить, несмотря на то, что у Вас нет времени?

«У ВАС ДОРОГО»

А что могло бы Вас убедить в необходимости покупки,
несмотря на то, что у нас такие условия?

ВАШ ВАРИАНТ...

ТЕХНОЛОГИЯ ВЫЯВЛЕНИЯ МОТИВАЦИИ

ВАРИАНТ № 1

Михаил, позвольте последний вопрос? Представьте, что Вы воспользовались услугой _____, и когда приходите на работу, делитесь впечатлениями с коллегами: «Это было лучшая услуга и крутая компания, буду советовать всем!». Что должно с Вами произойти, чтобы эта компания получила такой Ваш
ОТЗЫВ

ТЕХНОЛОГИЯ ВЫЯВЛЕНИЯ МОТИВАЦИИ

ВАРИАНТ № 2

Михаил, подскажите, для того чтобы Вы остались довольны нашими услугами какие три вещи должны произойти обязательно и какие – ни в коем случае.

ТЕХНОЛОГИЯ ВЫЯВЛЕНИЯ МОТИВАЦИИ

ВАРИАНТ № 3

Михаил, скажите пожалуйста, что Вам не понравилось в моем предложении и что понравилось больше всего?

ПОВЫШАЕМ АФФИНИТИ ПОСЛЕ ПОЛУЧЕНИЯ ОПЛАТЫ

ВАРИАНТ № 3

Позвольте Вас поблагодарить и сказать, как я высоко ценю ваше согласие иметь со мной дело.

Обещаю приложить все мои силы, чтобы обеспечить вам самое лучшее обслуживание и доказать, что Вы сделали правильный выбор, согласившись купить у меня.

ПРИ НАПРЯЖЕННОМ
РАЗГОВОРЕ



ТУПИК

Послушайте, Егор, я не делаю тайны из моих намерений.
Я хочу, чтобы вы стали нашим Клиентом

Что я должен сделать, чтобы Вы стали наши Клиентом?

ПИШЕМ

ЗАДАНИЕ

НАПИСАТЬ чек-лист этапы

ПРОСЛУШАТЬ 20 разговоров менеджеров

ОЦЕНИТЬ разговоры по чек-листу

НАПИСАТЬ скрипты продаж

ПОДАРОК от Бюро продаж

АУДИТ разговоров менеджеров по продажам

Детальный аудит разговора

№	Ссылка на разговор	Результат разговора	Ключевые ошибки	Утеряно денег (+-)
1		отказ	- с чего вы так решили? + - слова забыла на украинском - - а что для вас в принципе в приоритете?	8000
2		отказ	- актуализации не хватило - нет отработки возражения "не сезон" - а почему вы решили что нерентабельно? - а какие каналы вы считаете будут эффективны для вас? - не увидел клиент ценности, не отработано возражения, не нашел корень	8000
3		будет сотрудничать	- не брал обратную связь после каждого аргумента при отработке его возражения, что клиент думает об этом. - установил дедлайн для следующей связи - не уточнил у клиента на когда мы можем сделать уже первые шаги в договоренности, чтоб не ждать так долго	-

- 136 000 грн.

всего утеряно денег за 20 звонков
(в учет брался средний чек компании)

Бюро продаж
АНДРЕЯ КРУПКИНА

Ключевые ошибки менеджеров по продажам

1. Менеджеры не идут по этапам продаж;
2. Не отрабатывают возражения: "подумаю", "отправьте на почту", "нет денег";
3. Не устанавливают дедлайн следующего звонка и принятия решения;
4. Отпускают клиента, чтобы он сам перезванивал;
5. Не слышат клиента, чтобы понять корень возражения;
6. Много говорят без перерыва, не берут обратную связь у клиента.

Бюро продаж

АНДРЕЯ КРУПКИНА

066 166 65 02

Имя

Email



”
Когда продавец и клиент снова
стали людьми, происходит продажа

А. Буркин