

ПРОДАЖИ

ПО ПОТРЕБНОСТЯМ

КЛИЕНТОВ

Подготовил:

Бизнес-тренер по продажам и управлению

Руслан Петренко



Визитка

Пару слов обо мне...

ОПЫТ РАБОТЫ



РУСЛАН ПЕТРЕНКО

35 ЛЕТ

В ПРОДАЖАХ БОЛЬШЕ 13 ЛЕТ

**БИЗНЕС-ТРЕНЕРОМ РАБОТАЮ
БОЛЬШЕ 6-ТИ ЛЕТ**

РЕАЛИЗОВАННЫЕ ПРОЕКТЫ



УКРАЇНЬКА
АЛКОГОЛЬНА
КОМПАНІЯ





ПЕРВЫЙ ПРОРЫВ

ОХОТНИК

ОКОЛО
100 ЛЕТ
НАЗАД

ФЕРМЕР

ВТОРОЙ ПРОРЫВ

«психология продаж»

ИЮЛЬ 1925 ГОДА

ТРЕТИЙ ПРОРЫВ

СТИИ

В 1970-Х ГОДАХ

ЧЕТВЕРТЫЙ ПРОРЫВ?



КАК КЛИЕНТ ПРИНИМАЕТ РЕШЕНИЕ О ПОКУПКЕ?

«ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ ИМПУЛЬС»

**УВИДЕЛ – ЗАХОТЕЛ –
КУПИЛ**

**В ДАННОМ СЛУЧАЕ ДЕЙСТВУЕТ
ПРИНЦИП «ПОФИГ ЦЕНА».
ТАКОЙ МОТИВ АКТУАЛЕН ДЛЯ
НЕБОЛЬШИХ ПРОДАЖ.**



КАК КЛИЕНТ ПРИНИМАЕТ РЕШЕНИЕ О ПОКУПКЕ?

ОСНОВНЫЕ ПОТРЕБНОСТИ

ЯВНЫЕ

СКРЫТЫЕ

**ПОТРЕБНОСТИ КЛИЕНТОВ ЯВЛЯЮТСЯ КРАЕУГОЛЬНЫМ
КАМНЕМ В ПРОДАЖАХ. ЕСЛИ ЕСТЬ СООТВЕТСТВУЮЩИЕ
ПРОБЛЕМЫ И НЕУДОВЛЕТВОРЕННОСТЬ, ЕСЛИ ЕСТЬ
ПОТРЕБНОСТИ, ТО КЛИЕНТ ГОТОВ ЭТИ ПОТРЕБНОСТИ
УДОВЛЕТВОРЯТЬ И ПЛАТИТЬ ЗА ЭТО ДЕНЬГИ.**

ЯВНЫЕ ПОТРЕБНОСТИ КЛИЕНТОВ

ОСНОВНЫЕ ПОТРЕБНОСТИ



1. Престиж
(гордость)
2. Экономия
3. Новизна
4. Безопасность
5. Комфорт
6. Привязанность

ПОТРЕБНОСТЬ В ПРЕСТИЖЕ

**МЫ ГОТОВЫ
ПЕРЕПЛАЧИВАТЬ ЗА
ИМИДЖ!**



ДЛЯ ТАКОГО ПОКУПАТЕЛЯ
ГОТОВИМ АРГУМЕНТЫ ОБ
УНИКАЛЬНОСТИ И СТАТУСНОСТИ

ПОТРЕБНОСТЬ В ЭКОНОМИИ



**ПРИСУТСТВУЕТ НА
ПРОТЯЖЕНИИ
ВСЕЙ ПРОДАЖИ**

**ЧАСТО СЛУЖИТ ПРИКРЫТИЕМ
ДЛЯ ПРЕКРАЩЕНИЯ
ПЕРЕГОВОРОВ И МАНИПУЛЯЦИЙ**

ПОТРЕБНОСТЬ В НОВИЗНЕ



**НОВИЗНА ВСЕГДА
ПРИВЛЕКАЕТ**

НЕСМОТРЯ НА ПРЕДПОЧТЕНИЯ,
ЛЮДИ ЛЮБЯТ
ЭКСПЕРИМЕНТИРОВАТЬ И
ПРОБОВАТЬ НОВОЕ

ПОТРЕБНОСТЬ В БЕЗОПАСНОСТИ



ВАЖНЫ ГАРАНТИИ КАЧЕСТВА И НАДЕЖНОСТИ

ДЛЯ ТАКИХ КЛИЕНТОВ
НЕОБХОДИМО СЕРВИСНОЕ
ОБСЛУЖИВАНИЕ, ГАРАНТИЙНЫЙ
СРОК, ЗНАК КАЧЕСТВА,
РЕПУТАЦИЯ И Т.Д.

ПОТРЕБНОСТЬ В КОМФОРТЕ



УДОБСТВО ПРИМЕНЕНИЯ

ЛЕГКИЙ ВЕС,
ДЛИТЕЛЬНОСТЬ
ХРАНЕНИЯ,
КОМПАКТНОСТЬ,
МОБИЛЬНОСТЬ И
ПРОСТОТА

ПОТРЕБНОСТЬ В ПРИВЯЗАННОСТИ



ДОВЕРИЕ К БРЕНДУ ИЛИ ФИРМЕ

ДАННАЯ ПОТРЕБНОСТЬ
ФОРМИРУЕТСЯ, КОГДА
КЛИЕНТ ДОВОЛЕН
ПАРТНЕРСКИМИ
ОТНОШЕНИЯМИ



ПОМНИ!



ПЛОХИЕ ПРОДАВЦЫ

- ЗАДАЮТ МАЛО ВОПРОСОВ
- ЧИТАЮТ МЫСЛИ КЛИЕНТА
- ПЫТАЮТСЯ ПРОДАТЬ ЛЮБОЙ ЦЕНОЙ, НЕ ЗАДУМЫВАЯСЬ О ПОТРЕБНОСТЯХ КЛИЕНТА
- СЧИТАЮТ НЕОБХОДИМЫМ МЕНЬШЕ СЛУШАТЬ И БОЛЬШЕ ОБЪЯСНЯТЬ, ПРОСВЕЩАТЬ КЛИЕНТА

МЕТОДЫ ВЫЯВЛЕНИЯ ПОТРЕБНОСТЕЙ

ОТКРЫТЫЕ ВОПРОСЫ

НЕОБХОДИМЫ ДЛЯ СБОРА ИНФОРМАЦИИ

АЛЬТЕРНАТИВНЫЕ ВОПРОСЫ

ДАЕМ КЛИЕНТУ ВЫБОР БЕЗ ВЫБОРА

ВОПРОСЫ ЗНАНИЯ

НЕОБХОДИМЫ ДЛЯ ПРОГРАММИРОВАНИЯ КЛИЕНТА

ЗАКРЫТЫЕ ВОПРОСЫ

НЕОБХОДИМЫ ДЛЯ ПОДВЕДЕНИЯ ИТОГОВ

ПРЕЗЕНТАЦИЯ

**ХАРАКТЕРИСТИКИ
ПРЕИМУЩЕСТВА
ВЫГОДЫ**



СКРЫТЫЕ ПОТРЕБНОСТИ КЛИЕНТОВ

ПОТРЕБНОСТИ,
О КОТОРЫХ
КЛИЕНТ НЕ
ЗАДУМЫВАЕТСЯ

1. Проблемы
2. Заблуждения
3. Неудовлетворенность
4. Издержки
5. Неудобства

СПИН

С
П
И
Н



СИТУАЦИОННЫЕ

КАСАЮТСЯ ТЕКУЩЕЙ СИТУАЦИИ
КЛИЕНТА

ЧТО ДЛЯ ВАС ВАЖНО?

КАКОЕ КАЧЕСТВО ВАМ
ВАЖНО?

ПРОБЛЕМНЫЕ

С ИХ ПОМОЩЬЮ ВЫЯВЛЯЮТСЯ
СКРЫТЫЕ ПОТРЕБНОСТИ

БЫВАЛО ЛИ...?

ЕСТЬ ЛИ ПРОБЛЕМЫ С
КАЧЕСТВОМ?

ИЗВЛЕКАЮЩИЕ

ПРЕВРАЩАЕМ СКРЫТЫЕ
ПОТРЕБНОСТИ В ЯВНЫЕ

КАК ЭТО ПОВЛИЯЛО НА
РЕЗУЛЬТАТ?

И К ЧЕМУ ЭТО ПРИВОДИТ?

НАПРАВЛЯЮЩИЕ

СОЗДАЮТ ЦЕННОСТЬ ВАШЕГО
ПРЕДЛОЖЕНИЯ

ВЕРОЯТНО ВЫ ХОТЕЛИ БЫ
НЕ ДУМАТЬ...?







АКАДЕМИЯ УСПЕШНЫХ ПРОДАЖ

SV TRADE

КОНСАЛТИНГ&БИЗНЕС-ОБУЧЕНИЕ

WWW.SVTRADE.COM.UA

**г. Харьков, ул. Ак. Павлова, 271
Радмир - Экспохолл, 5 этаж, офис 5.1**

+38 (066) 79-73-700

+38 (097) 28-00-100

+38 (063) 07-01-997