

WOW – ПРОДАЖИ

первый в России специализированный курс по подготовке профессиональных продавцов материалов для ремонта



Технология продаж межкомнатных дверей.

Скрипты.

Методики продаж, описанные в учебнике, считать руководством к действию.

Автор: Михаил Туркеев – бизнес-тренер международной категории «Т», консультант по технологии продаж материалов для ремонта.

Тел. +7 922 107 3585 wowsales2005@gmail.com сайт: wowsales.ru

Первый шаг. Установление контакта с Клиентом.

Скрипт 1

Добрый день, у Вас ремонт или присматриваете двери на будущее?

*Да, делаю ремонт, выбираю двери.

**Просто смотрю, что у вас есть.

*Данный ответ означает, что Клиент готов выбрать двери здесь и сейчас. Переходите ко второму шагу (стр.4)

**Данный ответ означает, что покупка «здесь и сейчас» маловероятна. Выйдите из контакта и обратитесь к следующему потенциальному покупателю:

Тогда осмотритесь, когда появятся вопросы, обязательно задайте их, хорошо?

Рекомендация: используйте этот прием в ситуациях повышенного потока Клиентов, чтобы выделять из этого потока перспективных покупателей.

Скрипт 2

Добрый день. Нужны двери?

Рекомендация: используйте этот прием всегда, чтобы получить от Клиента положительный ответ и продолжить консультацию.

Скрипт 3

Добрый день. Вас проконсультировать или хотите осмотреться?

**Да, проконсультируйте*

***Я пока осмотрюсь*

*Контакт установлен, переходите ко второму шагу (стр.4)

*** Тогда осмотритесь, когда появятся вопросы, обязательно задайте их, хорошо?*

Сразу после этого:

Кстати, открывайте двери. За остеклёнными вариантами стоят глухие. И еще, обратите внимание, что в зале представлены не все образцы, поэтому если понравится какая-нибудь модель или цвет, обязательно скажите мне и я покажу Вам по каталогу, какие варианты ещё возможны в данной серии. Хорошо?

После того, как Клиент осмотрится и обратит своё внимание на конкретную дверь, иницилируйте контакт снова:

Посмотрите в каталоге другие варианты исполнения моделей в данной серии.*

*при этом дайте каталог в руки клиенту и сразу переходите ко второму шагу (стр.5).

Второй шаг. Выявление потребностей.

Скрипт 1

Вам нужны двери в классическом или в современном стиле?

Скрипт 2

А в какой отделке – шпонированные или ламинированные?

**шпонированные
(ламинированные)*

***А в чём разница? (Что лучше?)*

**А почему именно шпонированные (ламинированные)?*

***Шпон – это тонкий слой натурального дерева, которым облицована дверь. Благодаря этому дверь выглядит точно так же, как дверь из массива, создавая максимальный уют дома. И в отличие от массива стоит в несколько раз меньше.*

А ламинированные двери бывают нескольких типов.

Облицованные финиш-пленкой. Этот материал обладает низкой стоимостью, и Вы имеете возможность сэкономить, так как такие двери стоят от... до...

А другой тип ламинированных дверей облицовывают ламинатом или винилом, эти материалы обладают максимальной устойчивостью к царапинам и влажной среде. За счет этого такие двери максимально надежны в эксплуатации.

Таким образом, шпонированные двери создадут максимально уютную обстановку у Вас дома, за счет своей натуральности. Двери, облицованные финиш-пленкой, позволят сэкономить. А двери, облицованные ламинатом или винилом, будут самыми надежными.

*Какой из этих вариантов Вам больше подходит?****

*******Рассказывая о материалах отделки дверей, обязательно демонстрируйте сами материалы.

Скрипт 3

<i>Скажите, что для Вас самое важное при выборе дверей? На что Вы обращаете внимание в первую очередь - модель, цвет, материалы или что-то другое?</i>		
<i>*Самое главное - качество</i>	<i>**Самое главное – дизайн (красота и т.п.)</i>	<i>***Самое главное – низкая цена</i>

Рекомендация: предлагая варианты товара на этапе презентации, в первую очередь учитывайте ответ на этот вопрос. Ради удовлетворения главной потребности Клиент готов будет жертвовать второстепенными потребностями (например, заплатит больше, чем рассчитывал или согласится ждать заказной товар).

****Что Вы имеете ввиду, говоря «качество»? Какие именно качества дверей для Вас важны?***

***** Расскажите поподробнее, чего бы Вам хотелось.***

******В какой бюджет Вы хотели бы уложиться? (дождаться ответа Клиента) А если пока не рассматривать вопрос цены, то что бы Вы поставили на первое место при выборе дверей?***

Скрипт 3.1

Если ответа Клиента нет в скрипте 3, задавайте следующие уточняющие вопросы, исходя из смысла сказанного Клиентом.

- *Что Вы имеете ввиду, говоря...?*
- *Почему это для Вас так важно?*
 - *О чем именно идет речь?*
 - *Расскажите подробнее о...*

Дальше переходите к скрипту 4.

Скрипт 3.2

Если ответ Клиента на вопрос о самом главном связан с устойчивостью дверей к каким-либо воздействиям (например: чтобы не оставались царапины или чтобы не боялись влажности и т.п.), то

Какие именно воздействия, по-вашему, должны выдерживать двери?

Скрипт 4

*А на что еще Вы обращаете внимание, выбирая двери?
(дождаться ответа Клиента) А кроме этого?*

Скрипт 5

Я правильно Вас понял, Вы бы хотели...? Я ничего не упустил?

Третий шаг. Презентация дверей.

Используйте эти скрипты последовательно (1,2,3,4), выбирая подходящие под те двери, которые вы презентуете.

Скрипт 1

Исходя из того, что Вы сказали, самым подходящим вариантом для Вас будут двери фабрики ХХХ. В отличие от всех аналогов эти двери... (описание уникальной особенности).

Скрипт 2

В конструкции этих дверей использован сращенный массив (показать на разрезе двери), благодаря чему эти двери очень устойчивы к перепадам влажности, а значит, будут надежными в эксплуатации. А за счет того, что в таких дверях нет пустот, они обладают самой лучшей звукоизоляцией, а это залог комфорта в Вашей квартире.

Скрипт 2.1

В конструкции этих дверей используется сотовое заполнение (показать на разрезе двери). Это специальный материал, изготовленный в форме пчелиных сот. Благодаря ему, такие двери самые устойчивые к перепадам влажности, что делает их максимально надежными.

Скрипт 3

Эти двери облицованы натуральным шпоном. Шпон – это тонкий слой натурального дерева, которым облицована дверь. Благодаря этому дверь выглядит точно так же, как дверь из массива, создавая максимальный уровень уюта дома.

Обратите внимание на качество отделки этих дверей, вот прикоснитесь. Такие двери хочется открывать не за холодную металлическую ручку, а за само полотно, согласитесь?

Скрипт 3.1

Эти двери облицованы ламинатом (или винилом), этот материал обладает максимальной устойчивостью к царапинам и влажной среде. За счет этого такие двери прослужат Вам долгие годы.

Скрипт 4

*Обратите внимание на то, что в данной коллекции изготавливаются ... (указать количество) моделей в ... (указать количество) цветах.
Какая модель из этих Вам больше нравится?
А в каком цвете?
Давайте выберем фурнитуру к дверям. Какие ручки Вам больше нравятся?*

Скрипт 5

Вы знаете размеры своих дверных проемов?

**Да*

***Нет*

**Тогда давайте посчитаем, сколько будут стоить для Вас эти двери с учетом всех наших скидок (сделать расчет заказа).
Эти двери обойдутся Вам в... (сумма). Срок поставки этих дверей... (указать срок). Будем оформлять?*

***А сколько дверей Вам необходимо? Давайте составим предварительный счет, учитывая стандартную комплектацию дверей, чтобы Вы уже могли ориентироваться на конкретную стоимость. К тому же в зависимости от суммы будет зависеть размер скидки.*

После предварительного расчета, предложите клиенту услуги замерщика...

Четвертый шаг. Работа с возражениями.

Клиент возражает: «Дорого».

Скрипт 1

<i>Дорого? Скажите, а с чем Вы сравниваете?</i>		
<i>*В других магазинах дешевле.</i>	<i>**Вот такие же двери, но дешевле (сравнение идет с аналогом в вашем ассортименте)</i>	<i>***Ни с чем. Просто дорого.</i>

<i>*В каком магазине вы уже присматривали двери? Как называются двери, которые вы там видели? Сколько стоят?</i>	
<i>*1. Выяснилось, что клиент видел в другом магазине аналогичные двери другого производителя.</i>	<i>*2. Выяснилось, что клиент видел в другом магазине точно такие же двери, как у вас, но дешевле.</i>

<i>*1. Действительно, многие двери между собой очень похожи. И когда видишь такую разницу в стоимости, конечно же, хочется сэкономить. И в то же время, часто, разница в цене объясняется разницей в качестве. Мне трудно объективно сравнить наши двери с теми, что Вы видели, так как я впервые слышу о тех дверях от Вас. А если, все-таки, говорить про наши двери, то обратите внимание на то, что они ...(перечислить преимущества, выделяя выгоды). А те двери такие же качественные?</i>
--

***2.** Необходимо проверить информацию клиента и узнать есть ли искомые двери в наличии у компании-конкурента, позвонив в тот магазин.

Если искомые двери в наличии на вашем складе, а конкурент продает их под заказ по более низкой стоимости: ***Действительно стоимость этих дверей в том магазине ниже. При этом Вам придется ждать поставки дверей месяц. Или Вы можете заплатить чуть больше, но получить двери здесь и сейчас. Какой вариант Вам больше подходит?***

Если условия поставки у вас и у конкурента одинаковы, но стоимость дверей в другом магазине, действительно, ниже, продайте по цене конкурента: ***Честно говоря, я не ожидал, что такое возможно. Потому что мы стараемся обеспечить лучшие цены на двери. Скажите, если я смогу договориться со своим руководителем, сделать для Вас такую же стоимость на двери, как в том магазине, Вы готовы будете сделать заказ прямо сейчас?***

**** Действительно, эти двери между собой очень похожи. И когда видишь такую разницу в стоимости, конечно же, хочется сэкономить. И в то же время, разница в цене объясняется разницей в качестве. Обратите внимание, что эти двери ... (перечислите преимущества первого варианта), а эти двери, плюс ко всему, ...(перечислите преимущества второго варианта). Теперь видите из-за чего здесь такая стоимость? Какой вариант Вам больше подходит?**

***** Действительно, на первый взгляд может показаться, что это дорого, и я понимаю Ваше желание купить качественные двери по разумной цене. В то же время думаю, Вы со мной согласитесь, что качественный товар и стоит должен соответственно. Чтобы убедиться в том, что эта цена нормальная для таких дверей, обратите внимание на нюансы... (приведите аргументы, объясняющие цену – материалы, используемые в производстве, качество отделки поверхности, отличительные особенности данного производителя, которыми не обладают другие двери; акцентируйте внимание клиента на том, какие выгоды получит клиент, купив именно эти двери – комфорт, долговечность...) Теперь Вы убедились, что это нормальная цена для таких качественных дверей?**

Для того, чтобы получить полную версию скриптов, адаптированную под вашу компанию, свяжитесь с бизнес-тренером Михаилом Туркеевым по телефону +7 922 107 3585, или отправьте письмо по электронной почте wowsales2005@gmail.com.

Подробнее на www.wowsales.ru