

Продажи. Схема беседы при совершении сделки, продажи. Где мы берем клиентов. Контроль за клиентом.

- Продажи. Многих людей в сетевом маркетинге отпугивает то, что необходимо что-то продавать.

Если вы хотя бы однажды сделали что-то по рекомендации людей, которым вы доверяете - это состоялась купля-продажа.



Продажа состоит из трех главных этапов:

1. поиск клиентов

2. презентация

3. продажа



*Тратьте 80% времени на привлечение покупателей;
и лишь 20% времени отдавайте их удержанию.*

Где мы берем клиентов?

1. «Список знакомых».
2. Домашние кружки, чаепития - великолепный способ приобретать клиентов.
3. «Холодные контакты».
4. Социологические опросы. Работа с анкетами.
5. Продажи по телефону.
6. Угощать людей своей продукцией.
7. Обязательно устроить выставку продукта у себя дома.
8. Демонстрировать свою продукцию всегда и везде, где предоставляется малейшая возможность.



1. Установление контакта.

- Необходимо привлечь внимание вашего потенциального клиента, завоевать это внимание и удержать его.
- Следующий маленький шаг - это завоевать доверие.
- Убедите своего клиента, что вы его друг, что вы искренне заинтересованы, чтобы он получил качественную услугу или продукцию
- Атмосфера встречи должна быть раскованная и свободная. В индивидуальной беседе это сделать немного проще, чем на большом собрании.

2. Выявление потребности.

- Надо очень четко узнать, чего же человек хочет на самом деле. Очень важно здесь умение слушать.
- Научитесь задавать вопросы. Научитесь беседовать вопросами.
- Если задать грамотный вопрос и внимательно выслушать ответ, то можно узнать все. Клиент вам сам буквально все расскажет.



3. Следующий этап

Это показ товара, выявление его преимуществ и аргументация.

- Вот здесь и пригодится ваше великолепное знание своей продукции, чтобы представить ее в наилучшем виде.

Обязательно иметь свой результат и продавать его. Это бизнес личных историй!!!

- Если у вас нет личного пользования продукцией, если вы не имеете своего результата - **вы не вызываете доверия у своего клиента.**
- **Кроме своего результата записать или помнить до 50 других результатов:**
 - ✓ своих родственников,
 - ✓ своих клиентов,
 - ✓ своих коллег,
 - ✓ дистрибьюторов или их клиентов.
- Среди них должны быть **5-6 очень мощных результатов.**

Для нас важны интересы клиента.

- ❑ **Обязательно иметь продукт в наличии!**
- ❑ Нужно верить в то, что предлагаете, любить это и восхищаться этим.
- ❑ Это возможно только в том случае, если вы убедитесь лично в великолепном качестве вашей продукции.
- ❑ И еще один секрет сетевых компаний: по сетям идет только самый лучший, самый современный, самый эксклюзивный продукт.
- ❑ Почему же тогда не каждый продукт продается?
- ❑ Еще один маленький секрет: **потому что те, кто владеет продуктом упускают возможность сказать соответствующие слова соответствующим людям.**

4. Вопросы и возражения.

- Возражения очень мало связаны с личным отказом, если вообще связаны.
- Возражение может быть основано на одном или нескольких вопросах, которые в ходе беседы остались без ответа.
- В принципе, это возможности в рабочей одежде, это ни что иное, как хорошо замаскированный вопрос. «Дайте мне дополнительную информацию, убедите меня, что это здорово, в принципе, я уже готов сказать «да».
- Если вы поможете клиенту сформулировать его истинный вопрос и ответите на него, считайте, что сделку вы выиграли.

5. Заключение сделки.

- Это опять самый важный этап.
- Если вы не подвели итог, вся работа может оказаться впустую.



- Если вы допустили неверное высказывание или какой то неловкий шаг, в процессе беседы, продолжайте разговор, как ни в чем ни бывало!
- В 9 случаях из 10 клиент не заметит допущенной оплошности или забудет ее, если вы не остановитесь.

Выясните все проблемы и симптомы подробно и запишите их.

Во-первых, вы не можете запомнить все.

Во-вторых, это производит очень хорошее впечатление на клиента; вы относитесь к работе серьезно и профессионально

- Позвоните на *второй день* после начала программы и спросите о первых впечатлениях.
- Это тоже ***маленький секрет сетевиков***: *очень часто выясняется, что клиент забыл открыть продукт и начать программу, помогите ему это сделать.*
- Следующий контакт *через 3-4 дня* после начала программы.
- Начинает работать очищение, и появляются первые симптомы обострения.
- Часто люди пугаются и могут прекратить приём, хотя этот вопрос вы обсуждали и всё это описано в «методичке», но таковы особенности психики.
- Объясните своему клиенту, что всё идёт по плану, и дайте ему почувствовать, что он не одинок.

- И следующий контакт в сроке *от 7 до 12 дней* по той же причине.
- А вот через *3-4 недели* после начала программы появляются первые положительные результаты, и надо помочь клиенту их заметить.
- Вы можете даже услышать утверждение, что продукт не работает.
- *Вот здесь и пригодятся ваши подробные записи в начале вашего контакта.*
- На данном этапе можно говорить о продолжении программы у этого клиента, т.е. мы предлагаем второй продукт, третий и делаем клиента постоянным.