

Как заинтересованных прохожих сделать постоянными клиентами?

Шаг 1. Общайтесь с клиентами по этапам продаж

Пропишите заранее скрипт разговора с клиентом. Обязательно выучите его. Потренируйтесь продавать по скрипту на друзьях и знакомых.

Только зная скрипт наизусть, Вы сможете свободно общаться с клиентом и концентрироваться на том, что он говорит, а не на мыслях о том, что же сказать дальше. Ничего не портит продажу так, как растерянность, вялый тон, чтение с листка.

Этапы продаж:

- Открытие – будьте дружелюбны, располагайте к себе, назовите цель звонка
- Анамнез –спросите клиента о болях и мотивации
- Диагноз – подрезюмируйте, верно ли поняли, чего хочет клиент
- Презентация – расскажите о продукте/эксперте/компании
- Лечение – назовите цену, подкрепив ценностью и дефицитом

Детальное пояснение этапов продаж смотрите в видео <https://youtu.be/9QNDp5w-V7M>

Шаг 2. Исключите губительные ошибки всех сделок

- 1) Продавайте, а не консультируйте – задавайте вопросы и ведите клиента по этапам продаж.
- 2) Не засовывайте бананы в уши – очень внимательно слушайте клиента.
- 3) Не бомбите клиента вагоном информации – задавайте вопросы, предлагайте выгоды.

Шаг 3. Углубляйтесь в поверхностные ответы

На этапе анамнеза выясните боль и мотивацию клиента. Зачастую Вы услышите общие фразы. Например, «хочу больше продаж», «мне нужна мотивация» и тд. Но они не дают представления о том, что важно клиенту и не помогут Вам влиять на него.

Уточняйте: «А что Вы имеете ввиду?», «Расскажите подробнее...», пока человек не опишет Вам конкретную ситуацию, которая его беспокоит. Например: «У меня со 100 лидов только 3 продажи», «Меня начальство прессует, живу с мамой, хочу больше мотивации изменить это».

Шаг 4. Предлагайте выгоды, а не характеристики

Многие компании говорят, о том, что они дают клиенту. Например, «мы – компания №1 на рынке». Говорите о том о том, какой результат получит Ваш клиент. Например «Вы поймете, как увеличить продажи без бюджета на рекламу».

Шаг 5. Предотвращайте возражения

Волшебных фраз, которые наверняка доведут каждого клиента до оплаты нет. Проясняйте возражения фразой «*Имя*, давайте говорить откровенно. Мне клиенты часто говорят «дорого» (или любое другое возражение), когда им на самом деле не интересно или они хотят вежливо отказать. Скажите, что в вашем случае?»

- «Дорого» – анализируйте конкурентов и аудиторию
- «Не интересно» – анализируйте цели аудитории
- «Нет времени» – говорите о выгодах, разгружаем, а не за*рачиваем клиента

Чтобы не допустить возражений, качественно проведите клиента по всем этапам продаж.

Друзей держите близко, врагов ближе, клиентов ещё ближе
Продаж Вам, всё больше и больше, всё чаще и чаще
С пожеланиями роста, Марина Хомчук