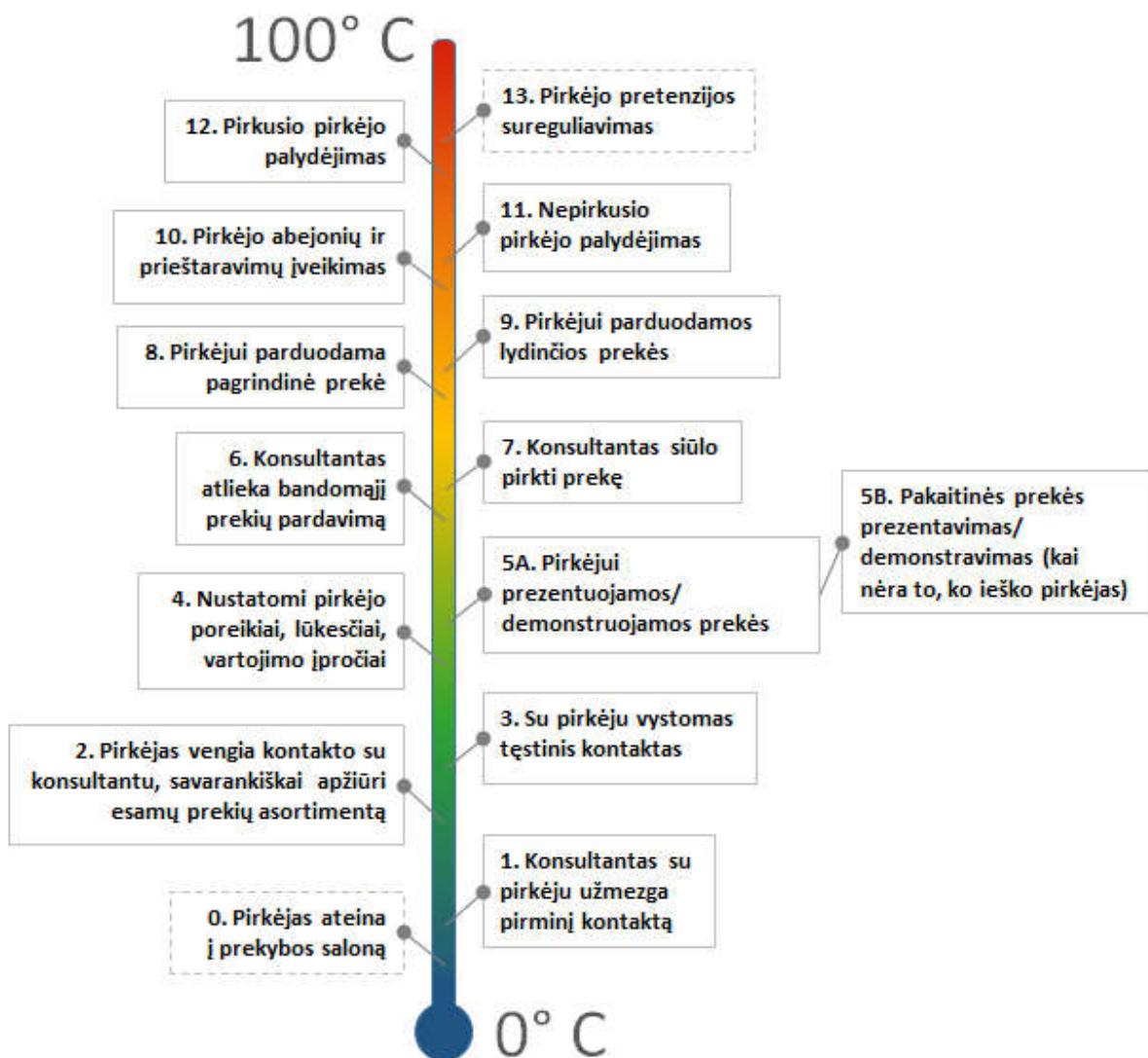


- | | |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> - Ačiū, man nieko nereikia. Aš tik pasižiūrėti... - Kitur mačiau šią prekę pigiau... - Man dar reikia pagalvoti... - Matau, kad neturite to, ko ieškau... - Aš dar pasižiūrēsiu kitose parduotuvėse ir grįšiu... | <ul style="list-style-type: none"> - Aš turiu pasitarti su vyru/žmona ir pan. ... - Šiaip, šis variantas geras, o turite dar kitų variantų?.. - Pati prekė patinka, bet man reikia juodos spalvos... - Kituose salonuose mačiau geresnes pirkimo sąlygas... - Pas Jus visos prekės didesnėmis kainomis... |
|--|--|

O jūsų kompanijos pardavėjai-konsultantai ką ir kaip darytų, kad pirkėjas išeitų patenkintas ir apsipirkęs, pirkštų ir kitą kartą bei rekomenduotų kitiemis?

SVARBIAUSIOS PARDAVĖJO-KONSULTANTO KOMPETENCIOS PARDUODANT PREKĘ:



Kitame puslapyje apie tai, ką pardavėjai-konsultantai turėtų mokėti, kad parduotų LENGVAI, DAŽNAI IR DAUG

PARDAVIMŲ SITUACIJOS IR PIRKĘJŲ TIPAI, REIKALAUJANTYS AUKŠTO KONSULTANTO KOMPETENTINGUMO

1. Darbas su skirtingais pirkėjų tipais:

- | | | |
|--|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ◆ Abejojantis ◆ Neryžtingas ◆ Visažinis-ekspertas ◆ Pleþys ◆ Tylenis ◆ Skubantis ◆ Konfliktiškas | <ul style="list-style-type: none"> ◆ Vaikinai/vyrail ◆ Merginos/moterys ◆ Paaugliai ◆ Pagyvenę ◆ Vyras-verslininkas ◆ Moteris-verslininkė | <ul style="list-style-type: none"> ◆ Žmona ir vyras ◆ Tėvai su mažu vaiku ◆ Mergina su vaikinu ◆ Sutariantys sutuoktiniai ◆ Nesutariantys sutuoktiniai ◆ Draugai/ draugės |
| <ul style="list-style-type: none"> ◆ Keliu pirkėjų (skirtingų tipų) aptarnavimas vienu metu | | |

2. Atėjusių pirkėjų dėmesio pritraukimo, susidomėjimo sukėlimo ir įtraukimo į bendravimą įrankiai:

- | | |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ◆ Pasisveikinimas + įtraukiamieji klausimai ◆ Komplimentas + įtraukiamieji klausimai ◆ Naujovės/ naujienos + įtraukiamieji klausimai | <ul style="list-style-type: none"> ◆ Teigiamas manipuliavimas su distancijos keitimu ◆ Teigiamas manipuliavimas su salone esančiais fiziniiais barjerais |
|--|--|

3. Pirkėjų elgesio stebėjimas ir tėstinių kontaktų vystymas:

- | | |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ◆ Fokusuotas prekių apžiūrėjimas ◆ Prekių paëmimas į rankas ◆ „Vaikščiojimas ratu“ tarp tų pačių lentynų | <ul style="list-style-type: none"> ◆ Keliu prekių palyginimai ◆ Papildomos informacijos iš konsultanto prašymas |
|--|---|

4. Pirkėjų poreikių, lūkesčių ir vartojimo įpročių žvalgyba:

- | | |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ◆ Nukreipiamieji teiginiai ◆ Patikslinantys klausimai ◆ Situaciniai klausimai ◆ Emociniai klausimai | <ul style="list-style-type: none"> ◆ Probleminiai klausimai ◆ Nukreipiamieji klausimai ◆ Apibendrinantys klausimai ◆ Įpareigojantys klausimai |
|--|---|

5. Prekių prezentavimas ir demonstravimas:

- | | |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ◆ Konsultanto loginiai argumentai ir pirkėjų pirkimo emocijų sužadinimas ◆ Prekių savybių prezentavimas ir gaunamos naudos akcentavimas ◆ Pirkėjų įtraukimas į prekės prezentavimą/ demonstravimą | <ul style="list-style-type: none"> ◆ Prekių „brangumo“ mažinimas, iškeliant gaunamos naudos efektą ◆ Alternatyvių prekių siūlymas, kai pirkėjai neranda variantų ekspozicijoje |
|---|--|

6. Prekių bandomasis pardavimas:

- | | |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ◆ Pirkėjų noro pirkti prekę patikrinimas ◆ Pirkėjų nukreipimas prekės pirkimui ◆ Prekių rezervavimo strategija | <ul style="list-style-type: none"> ◆ Prekių atvežimo strategija ◆ Prekių išpakavimo strategija ◆ Prekių rinkinio surinkimo strategija |
|--|--|

7. Prekių pardavimo uždarymas:

- ◆ Pasiūlymo pirkėjams įsigyti prekę teikimas
- ◆ Pirkėjų palaikymas perkant prekę pagal skirtinges pirkėjų tipus)

8. Lydinčiųjų (papildomų) prekių pardavimas:

- ◆ Akimirka, kai konsultantas pirkėjams turi siūlyti lydinčias prekes
- ◆ Pirkėjams siūlytinų lydinčiųjų prekių teisingo sąrašo nustatymas
- ◆ Įvertinimas kiek pinigų lydinčiajai prekei pirkėjai gali skirti

9. Pirkėjų abejonių ir prieštaravimų įveikimas:

- ◆ 7-ių žingsnių pirkėjų abejonių ir prieštaravimų įveikimo algoritmas
- ◆ Pirkėjų „dar pasižiūrėsiu kitur“ įveikimas
- ◆ Pirkėjų „kitur man siūlė geresnę kainą“ įveikimas
- ◆ Pirkėjų „turiu pasitarti su kitais“ įveikimas
- ◆ Pirkėjų „aš dar pagalvosiu ir ateisiu rytoj“ įveikimas
- ◆ Pirkėjų „prekė gera, bet man reikia kitos spalvos/ dydžio/ galios/ formos/gamintojo“ (ir pan.) įveikimas
- ◆ Patikrinimas, kad pirkėjų abejonės ir prieštaravimai tikrai išsklaidyti

10. Pirkusių pirkėjų išlydėjimas:

- ◆ Pirkėjų nupirkštų prekių pasirinkimo sutvirtinimas
- ◆ Prekės popardaviminio palaikymo elementai
- ◆ Grįžamojo ryšio iš pirkėjų prašymo strategijos
- ◆ Pirkėjų ilgalaikio lojalumo vystymas

11. Nepirkusių pirkėjų išlydėjimas:

- ◆ Grįžamojo ryšio iš nepirkusių pirkėjų gavimo strategijos
- ◆ Palankaus kontakto su nepirkusiais pirkėjais sukūrimas
- ◆ Nepirkusių pirkėjų paskatinimas sugrįžti kitą kartą

12. Pirkusių pirkėjų pretenzių prekei sureguliavimas:

- ◆ Pirkėjų emocijų nuraminimas
- ◆ Prašymas pirkėjus papasakoti apie nutikimą plačiau
- ◆ Galimų sprendimo alternatyvų aptarimas
- ◆ Abipusiu įsipareigojimų priėmimas

DAUG VISCO?.. BET ČIA APIE KONSULTANTUS - PROFESIONALUS

Paruošė Kostas Zalatoris

Personalo akademijos organizacijų psichologas
Personalo atrankų ir mokymų konsultantas