

Приходилось ли Вам сталкиваться с тем, что успешное заключение сделки с покупателем срывалось только потому, что продавец не понимал, чего же на самом деле хочет клиент? Лично я был свидетелем подобной ситуации уже очень много раз.

А иногда еще бывает и так, что потенциальный клиент вроде бы и нацелен на покупку, но принимает совершенно противоположное решение только по той причине, что консультант не смог на доступном для покупателя языке рассказать о преимуществах данного товара.

Что я имею в виду? Приведу простой пример. Несколько недель назад я у меня сгорел блок питания на моем компьютере.

Так как я постоянно пользуюсь услугами интернета, а на мой электронный ящик ежедневно приходят десятки писем, многие из которых требуют оперативного ответа, то для меня просто недопустимо сидеть с неработающим компьютером.

Так что в тот же день я отправился в ближайший компьютерный супермаркет за новой покупкой, заодно решив купить и новый вентилятор для процессора.

Придя в магазин, я долго выбирал из того ассортимента, который был представлен на витрине, но все же решил обратиться к консультанту. С блоком питания мы разобрались довольно быстро, но вот когда дело дошло до вентилятора, то тут уже начались проблемы. Но вот узнали мы об этом уже потом, когда я чуть было не оплатил совсем, как оказалось, ненужный мне товар.

Консультант задал мне пару вопросов и начал искать то, о чем я говорил. После довольно непродолжительного поиска в электронной базе данных, он с довольным видом доложил, что на складе как раз имеется подходящая мне модель.

Вот только как бы смешно сейчас это не звучало, меня действительно в тот момент терзали смутные сомнения, поэтому я все же решил предложить ему дойти до витрины и сравнить с тем кулером (вентилятором), который до этого приглянулся мне. И хорошо, что я так поступил...

Оказалось, что мы говорили о двух совершенно разных вентиляторах. Я – для процессора, а он – для блока питания (видимо под впечатлением моего предыдущего заказа). Так что я чуть было не купил вентилятор для блока питания, который приобрел минуту назад и на который дали год гарантии :-)

И это еще довольно безобидный случай, ведь сумма покупки измерялась всего лишь в нескольких сотнях рублей. А ведь бывают ситуации куда серьезнее. Так что, я думаю, над этим Вам стоит серьезно поразмыслить.

Есть даже специальные упражнения для этого, которые проводятся непосредственно с группой обучаемых консультантов.

Одно из таких упражнений, если кто смотрит, есть в передаче «Хорошие шутки» на канале СТС, когда из команды приглашаются двое участников, одному из которых завязываются глаза, а второму демонстрируются довольно простая, на первый взгляд, картинка. И он должен объяснить первому участнику, что на ней нарисовано, а тот ее, соответственно, нарисовать. Вот только объяснять это нужно, используя в описании только геометрические предметы. Почти всегда в результате получаются каракули...

Еще одним хорошим способом научить Ваших консультантов продавать является игра в русское лото. Только в данном случае количество мешочков будет не один, как принято, а два. В первом будут «бочонки», роль которых обычно выполняет простая нарезанная картонка, на которой пишут наименования различных товаров, пригодных для реализации (можно те, что продаются у Вас, а можно абсолютно любые), а во втором мешочке – «бочонки» с указанием любых существующих профессий.

Можно профессии поменять на характеры людей, национальность, возраст и т.д.

Участник поочередно вытягивает бочонки из каждого мешочка и предлагает свой сценарий продаж того, что он вытянул из первого, тому, «кого» вытянул из второго. Естественно на доступном для этого языке. Например, продать валенки жителю Аргентины или синхрофазотрон поэту.

Упражнение можно делать в группах, разбившись на пары.

Первый участник – продавец, а второй – клиент, которого «вытянули» из мешочка. Получается довольно забавно, но в то же время весьма продуктивно.

Кстати, если вам нужно больше подобных упражнений, то их можно легко найти на сайте www.nicetrening.ru

Так что стоит над этим задуматься и обращать внимание на то, как Ваши консультанты понимают клиентов компании. Да и самому на этом не мешает поработать, ведь это

довольно важный и существенный момент в продажах.

Так что желаю Вам в этом успеха и поменьше подобных казусов в работе...