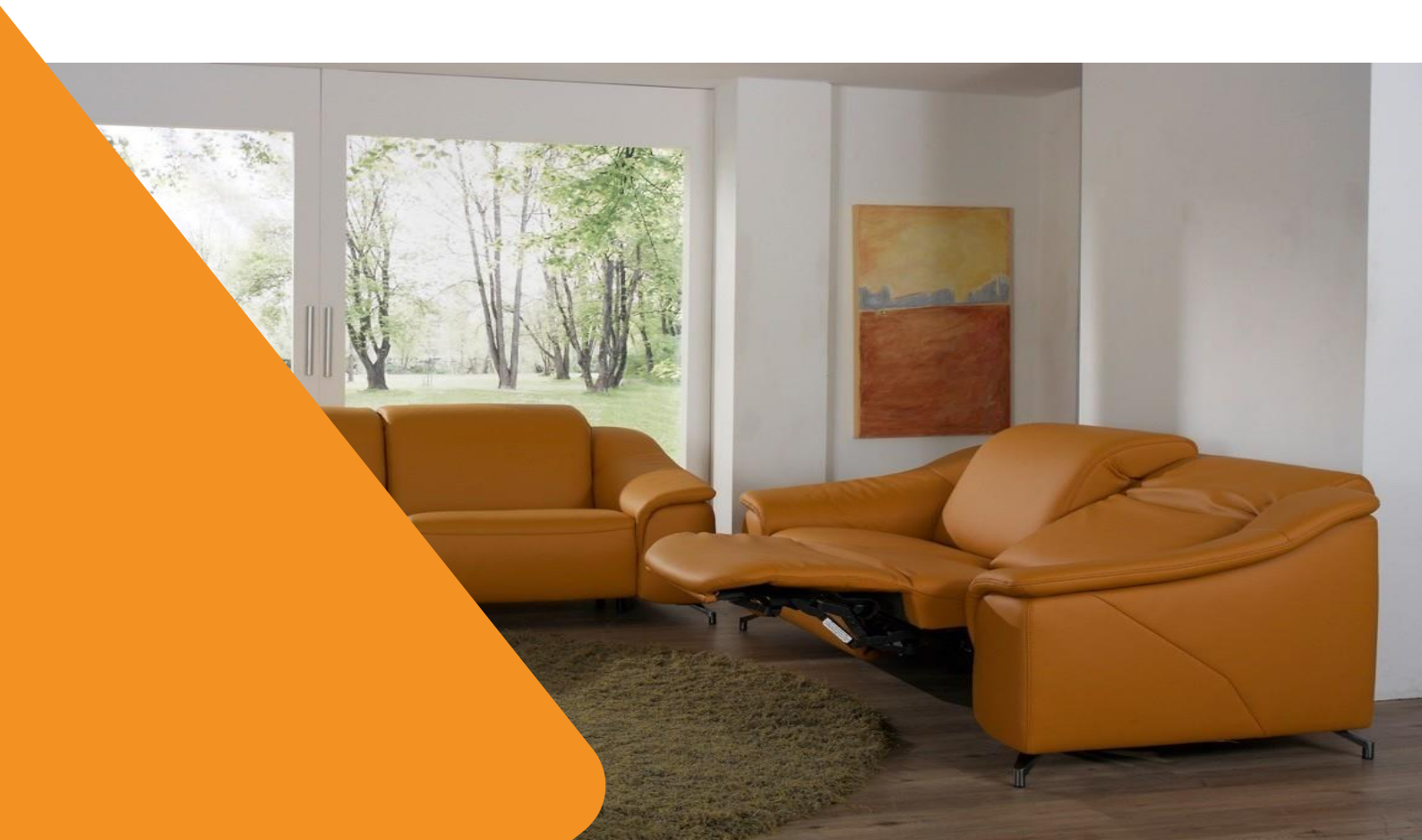


**Стандарт компании «ММКЦ»  
по работе продавцов с клиентами  
при продаже мягкой мебели**



**Санкт – Петербург.  
2016 г.**



## Оглавление

Раздел 1. Подготовка к работе .....	3
Раздел 2. Стандарты продаж. Алгоритм продаж .....	4
1. Блок. Установление контакта с покупателем .....	5
1.1. Покупатель -«экскурсант».....	7
1.2. Покупатель -«сквозняк».....	13
1.3. Покупатель - «созерцатель» .....	17
1.4. Покупатель -«разведчик». ....	22
2. Блок. Мини-презентация .....	27
Блок 3. Выявление потребностей клиента .....	29
Блок Выявление базовых критериев выбора.....	35
3.1. Эстетические потребности и демонстрация моделей.....	35
3.2. Физиологические потребности в комфорте и демонстрация моделей .....	36
4.Блок. Создание дизайн-проекта. ....	38
Раздел 3. Выявление потребностей клиента .....	42
Блок. Ориентация в ассортименте .....	44
3.3. Выявление Функциональных потребностей и демонстрация моделей .....	44
3.4. Возможности и ограничения покупателя по Бюджету. ....	46
5. Блок. Демонстрация моделей.....	49
6. Блок. Работа с возражениями и сомнениями.....	50
7. Блок. Ориентация в отделочных материалах .....	52
8. Побуждение к следующему шагу .....	54
9. Дополнительные продажи.....	57
10. Заключение договора.....	59
11. Взятие контактных данных .....	61
12. Завершение разговора.....	62
13. Занесение информации о клиенте в CRM.....	67
14. Звонок по сопровождению клиента.....	68
Приложение 1. ....	70
Наши контакты.....	71

**Стандарты содержат обязательные шаги, которые должен выполнять продавец на торговой точке при продаже мягкой мебели.**

*Более подробную информацию по всем разделам необходимо изучить в соответствующих разделах «Методики по работе с клиентом для увеличения продаж мебели (далее МРКУПМ)».*

## Раздел 1. Подготовка к работе.

**Д**евять обязательных правил, которые помогут при общении с покупателем:

1. Оставьте личные проблемы за дверями магазина, сейчас Ваша задача – обслужить покупателя так, чтобы он почувствовал праздник.
2. Замечайте и отмечайте появление каждого покупателя, и Вы поймете, как наладить с ним хорошие отношения.
3. Никогда не судите о покупателе по его внешнему виду, иначе Вы можете попасть впросак.
4. Не перебивайте покупателя, это поможет понять его лучше и предложить нужное.
5. Демонстрируйте товар так, как будто Вы сами его сотворили.
6. Умейте вовремя остановиться и задать нужные вопросы.
7. Говорите профессионально, когда это нужно, но не усложняйте то, что можно сказать просто.
8. Забудьте, что перед Вами только покупатель, это еще и Человек, который хочет, чтобы ему помогли. Помогите ему сделать лучший выбор.
9. Будьте позитивны, продуктивны и дипломатичны, и к Вам будут всегда приходиться за повторными покупками.

**Важно помнить при каждом разговоре.** Говорите с покупателем уверенным голосом, и клиенту почувствует, что ваш товар качественный, а фирма – надежная. Избегайте вредных речевых оборотов, задавайте больше вопросов, это поможет поддерживать разговор.

**В начале рабочего дня.** Хорошее выступление – это всегда подготовленное, уделите время, чтобы настроить себя на работу. Для этого достаточно делать несколько простых ежедневных упражнений, и Вы получите превосходные результаты в продажах:

- **Разомните** мышцы лица (покривляйтесь) и тела. Это снимет напряжение и придаст уверенности.
- **Перед началом работы проговорите** (прочитайте вслух) речевые модули раздела «Вброс информации», «Изюминка товара», «Вовлечение в действие» и почувствуйте, как в Вашем голосе появляются нужные нотки. Интонации должны быть спокойные, при этом уверенно-побудительные.

*Подробнее в соответствующем разделе МРКУПМ.*



## Раздел 2. Стандарты продаж. Алгоритм продаж.

Алгоритм продаж мягкой мебели – последовательность шагов, которую должен придерживаться продавец, чтобы лучше обслужить клиента и быстрее совершить продажу.

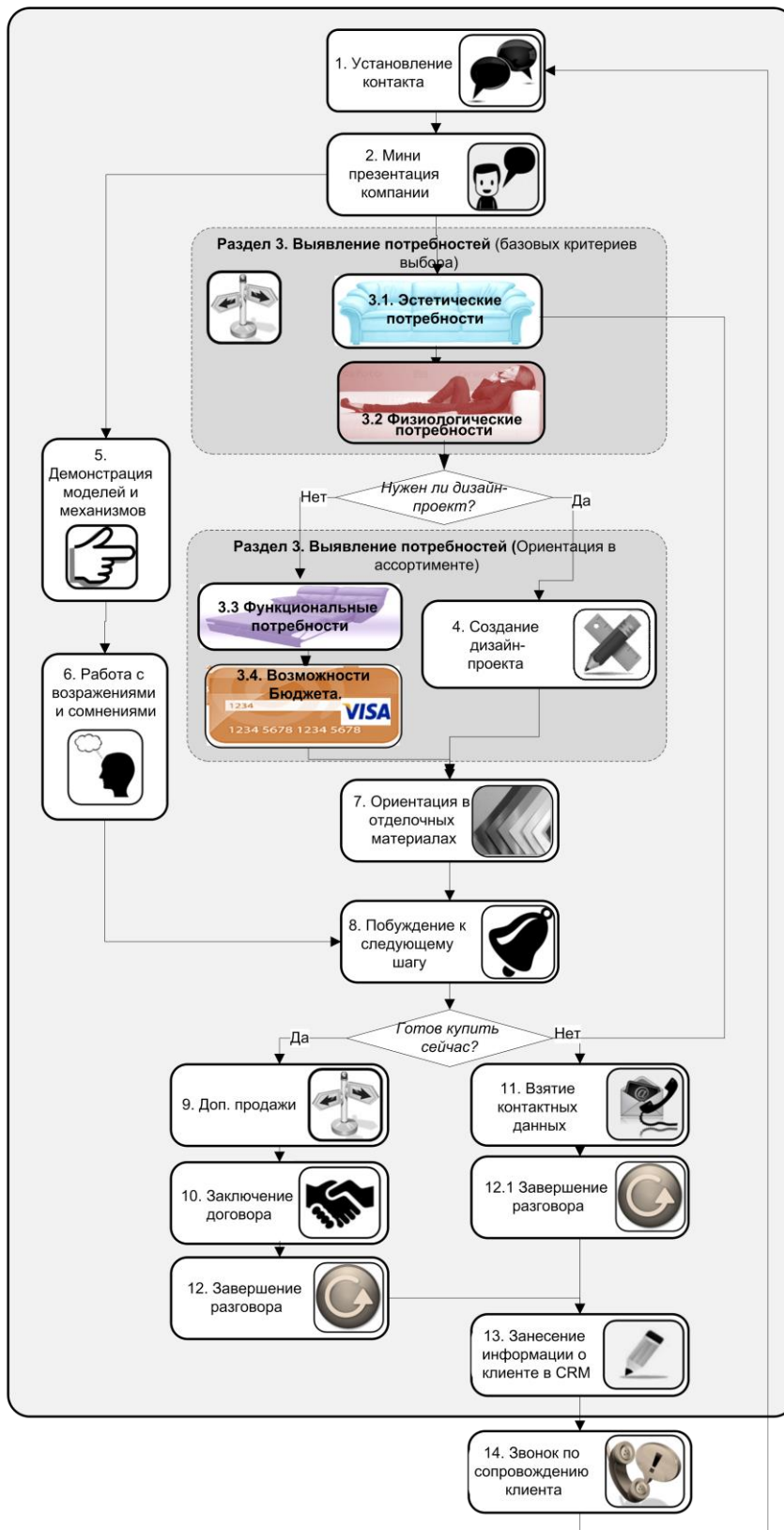


Схема 1. Алгоритм продажи мягкой мебели.

## Пояснение к алгоритму продажи мягкой мебели

Вам следует четко придерживаться шагов, изложенных в алгоритме. В процессе общения с покупателем часто с первой минуты затрагиваются сразу несколько блоков алгоритма, и Вам нужно уметь их различать. Со временем это станет вашим профессиональным навыком, и не будет вызывать затруднений.

### 1. Блок. Установление контакта с покупателем.



#### Запомните!

- Нельзя давать слишком много времени на осмотр, потому что покупатель начинает делать оценочные суждения. **Нужно вступить в контакт на 5-й секунде.**
- Любой человек настороженно воспринимает новое место, поэтому к покупателю нельзя обращаться очень громко и/или неожиданно. **Начинать контакт лучше с дальней дистанции с 3-4 метров, но при этом не более 5-ти.** Дистанция в 1-2 метра оптимальна на этапе **последующего разговора.**
- Если посетитель заходит и здоровается, то также поздоровайтесь и сразу скажите фразу из способа «Вброс информации».

**! Задачи:** Установить отношения, достичь эмоционального контакта.

**! Инструменты:** способы установления контакта в зависимости от типа покупателя. Речевые модули для установления контакта.

**! Результат:** проходящий покупатель остановился, его внимание привлечено к товару и к рассказу продавца. Контакт считается установленным, если клиент начинает сам задавать вопросы и говорит с продавцом.

⇒ **Ваши действия:** определить тип покупателя и вступить в контакт в соответствии с ситуацией.

Ситуация №1 Покупатель - экскурсант	Ситуация №2 Покупатель - сквозняк	Ситуация №3 Покупатель - созерцатель	Ситуация №4 Покупатель - разведчик
---	---	--	--

Схема 2. Четыре типа поведения покупателя на торговой точке.

Увеличиваем продажи. Обучаем персонал для мебельной отрасли по всей России и СНГ.



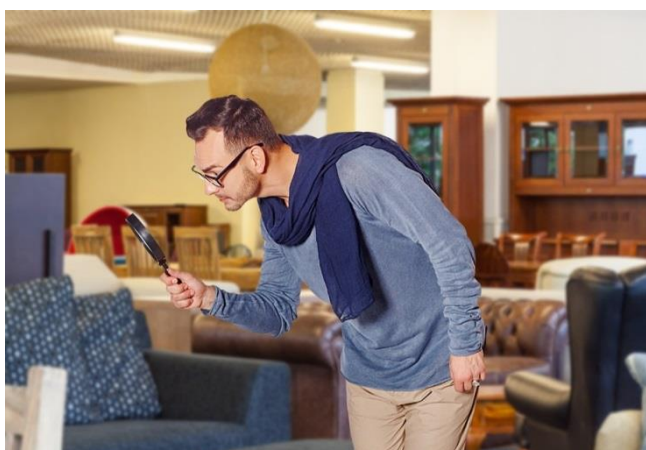
**СИТУАЦИЯ №1  
ПОКУПАТЕЛЬ-ЭКСКУРСАНТ**

*(Покупатель ходит по торговой точке,  
осматривается, контакта избегает).*



**СИТУАЦИЯ №2  
ПОКУПАТЕЛЬ-СКВОЗНЯК**

*(Покупатель, пробегающий сквозь торговую  
точку).*



**СИТУАЦИЯ №3  
ПОКУПАТЕЛЬ-СОЗЕРЦАТЕЛЬ**

*(Покупатель остановился и рассматривает товар,  
контактирует с товаром, а не с продавцом).*



**СИТУАЦИЯ №4  
ПОКУПАТЕЛЬ-РАЗВЕДЧИК**

*(Покупатель сам обращается, иногда просто  
комментирует или подходит с вопросом).*

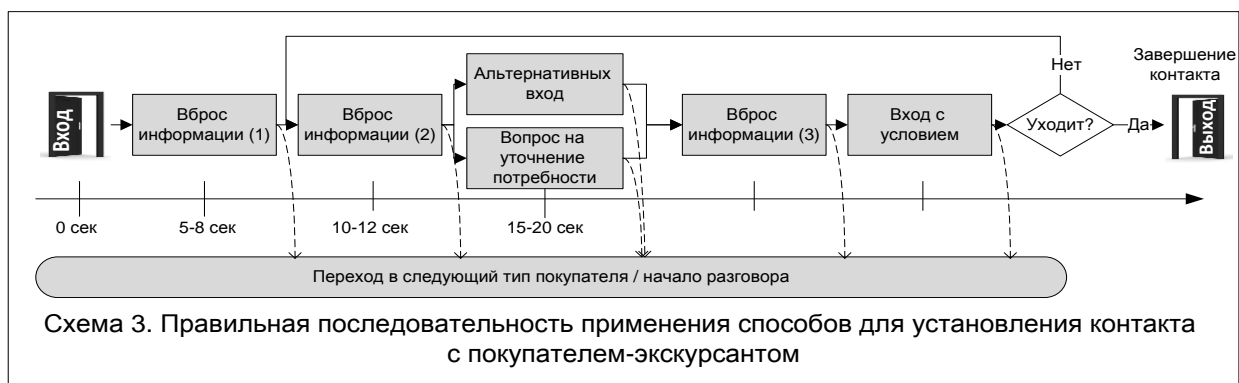
## 1.1. Покупатель - «экскурсант» (Покупатель ходит по торговой точке, осматривается, контакта избегает).

Задача: отвлечь покупателя от дум и остановить его взгляд на чем-то конкретном.



### СИТУАЦИЯ №1 ПОКУПАТЕЛЬ-ЭКСКУРСАНТ

*(Покупатель ходит по торговой точке, осматривается, контакта избегает).*



Способ – «Вброс информации» = Информация/особенность + выгода для клиента.

#### Ваши фразы:

- *Наша сеть магазинов является единственным официальным представителем фабрики «.....» в регионе, поэтому наши цены ниже, чем у конкурентов.*
- *У нас более 50... различных вариантов расцветок, здесь выставлены только некоторые модели, подберем на ваш вкус.*
- *Здесь выставлены модели популярных цветов, подберем расцветку индивидуально.*
- *Обратите внимание на «...модель...»..., при покупке с выставки скидка ...%.*  
*Мы делаем диваны на заказ по вашим размерам.*
- *Мы предлагаем диваны прямые, угловые, с различными вариантами компоновки и дизайна, они украсят любой интерьер.*
- *Диваны состоят из отдельных модулей, размер спального места может быть 140, 160 или 180 см. подойдут в любое помещение. А у Вас большая комната?*

Мы предлагаем диваны прямые, угловые, с различными вариантами компоновки и дизайна, они украсят любой интерьер.

