Люди не любят, чтобы им продавали! Но люди просто обожают покупать!

Представьте себя, когда Вы заходите в магазин и присматриваете себе нужный товар. Какому менеджеру по продажам Вы рады? Тому, кто начинает рассказывать все, что знает о товарах или тому, кто предварительно интересуется, нужна ли Вам вообще его помощь?

Большинство менеджеров по продажам не завершают сделки по причине того, что продают сразу в лоб, вместо того, чтобы стать клиенту другом.

Большой поток информации скорее отталкивает, чем привлекает.

Человек способен удержать 3, максимум 4, фрагмента информации. Этим, кстати, умело пользовался Стив Джобс в презентации продуктов Apple. Сегодня эта корпорация лидирует в мире по капитализации. Средняя цена, продаваемого ими товара составляет 796$, а это означает, что люди готовы платить, когда понимают реальную ценность покупки.

К чьему мнению Вы скорее прислушаетесь: мнению Вашего друга или продавца? Ответ очевиден. Именно поэтому так важно обучить менеджеров по продажам не шаблонному общению, а за первые 30 секунд наладить контакт с покупателем. Причем смысл слов влияет всего на 7%, в то время как невербальные действия – на 55%. Интонация – на 38%.

Существуют этапы последовательного завершения сделки:

* Знакомство
* Выявление потребности
* Презентация продукта, решающего проблему человека. Продажа не продукта, а конечного результата, который получит человек.
* Работа с возражениями и ответы на вопросы.
* Завершение сделки.
* Договоренность об оплате или следующем контакте.

Однако, нельзя слепо идти по инструкции, профессионализм заключается в умении не только слушать, а и слышать. Профессиональный менеджер по продажам задает больше вопросов и внимательно слушает ответ. Именно этого хотят клиенты! Быть услышанными!

*«Кто слишком усердно убеждает, тот никого не убедит»* Никола Себастиан Шамфор

80% сделок завершаются при повторном контакте с потенциальном клиентом. Поэтому, излишняя настойчивость и желание продать зачастую играет злую шутку с начинающими продавцами.

Как же всё-таки обучить менеджеров с легкостью совершаться продажи, чтобы люди с удовольствием покупали и становились довольными постоянными клиентами? Ведь от объема продаж зависит объем полученной прибыли. Следовательно, не только подбор менеджеров по продажам, а и их обучение – это первостепенный вопрос для развития бизнеса.

Поэтому, когда возникает вопрос об обучении персонала и выборе тренинга по продажам, руководителю важно понимать, что это реальная инвестиция в развитие бизнеса. Каждый доллар, инвестированный в развитие – приносит сотни процентов прироста.

С чего начать? Начать рекомендуется – с головы. Играющий тренер всегда наиболее эффективен в обучении и тренировке команды. Поэтому тренинги для руководителей отдела продаж – это незаменимая часть для развития бизнеса и увеличения количества завершенных сделок.

Когда руководитель отдела продаж – профессионал в своем деле – это сказывается на эффективности работы всей команды.

Поэтому, если для Вас актуален вопрос увеличения продаж и Вы задумываетесь, где в Москве обучить продажам персонал – мы готовы предоставить Вам высококвалифицированную консультацию и подобрать тренинг, в соответствии с особенностями Вашего товара или услуги.