

20 техник продаж Сергея Азимов

Книга «Продажи. Переговоры»

Техника «Спрашивание разрешения»

Используется для нейтрализации возможной негативной реакции оппонента на ваши вопросы.

Пример:

- Что вы предпринимаете для раскрутки своего сайта?
- А почему вы об этом спрашиваете?

Пример:

- Для того, чтобы мы смогли для вас подобрать подходящий вариант, разрешите я задам вам пару вопросов... (короткая пауза) ... Скажите пожалуйста ...

Техника «Задавание открытых вопросов»

Простой способ задавать открытые вопросы - начинать вопрос с вопросительных местоимений:

Кто? Что? Каков? Зачем? Почему? Каким образом? Для чего?
Где? В чем? Когда?

Пример:

Что вы думаете по поводу...?

Скажите, какова причина, что вы...?

Как обычно вы...?

Как вы относитесь к...?

Что вы можете получить, если...?

Техника «Провокация»

Техника, позволяющая сделать так, что собеседник вынужден рассказывать все положительное, что он о вас знает или слышал.

В основном используется в случаях, когда клиенты приходят к вам по рекомендациям.

- Скажите, каким образом вы о нас узнали?
- Мне порекомендовали.
- И что такого вам рассказали, что вы решили обратиться именно к нам?
- Ну... то, что они были у вас, и вы все сделали очень эффективно.
- Спасибо. Очень приятно слышать такие отзывы. Скажите, положитесь на слова своих знакомых и сразу сделаете заказ или предпочтете сначала попробовать самостоятельно?

Техника «Вот вкратце и все».

Техника, позволяющая не давать развернутый ответ на требование оппонента.

Влиятельные люди зачастую обрубают общение прямым вопросом, сделав для себя выводы и заканчивают разговор, не дав продавцу шанса на перехват инициативы и задавание вопросов.

Пример:

- Здравствуйте, я по объявлению, расскажите, пожалуйста, что у вас за услуга такая?
- Да, разумеется, предложение рассчитано на коммерческих и генеральных директоров и помогает им экономить на расходных материалах до 20% в год за счет использования нашего оборудования. Вот вкратце и все. Скажите, пожалуйста, а в каком издании вы о нас узнали?

Техника «Вбитие крюка»

Вам необходимо получить принципиальное согласие клиента. Это является отправной точкой в продажах и переговорах.

То есть вы можете задать вопрос, на который заведомо знаете ответ, например:

- Я так понимаю, вы хотели бы увеличить продажи?

Разумеется, человек ответит «Да».

Теперь вам будет легче строить разговор, поскольку подсознательно клиент поймет, что как бы сам нуждается в вас. В этой технике вам необходимо апеллировать к факту встречи, то есть к тому, что клиент согласился встретиться, а значит он заинтересован; к высшей выгоде клиента, т.е. определите для себя главную боль клиента и превратите решение его проблемы в главную ценность. И последнее – апеллируйте к прецеденту, т.е. к тому, что клиент и так уже делает и без вас, а вы могли бы делать это лучше, качественней и т.д., чем другой подрядчик.

Техника «Сократить басню»

Очень короткая и эффективная техника, позволяющая максимально сократить процесс вступления и подвинуть собеседника рассказывать о том, зачем ему ваш продукт или услуга.

Используется в тандеме с техникой «Вбитие крюка».

Пример:

- Вы нашли время, чтобы с нами встретиться, и, исходя из этого, можно полагать, что интерес к проведению тренингов у вас есть.
- Ну... пожалуй...
- Какой именно интерес? К чему именно? И если можно поподробнее.

Техника «Рисование эмоциональной картины»

«Рисование» эмоциональной картины в голове покупателя - сложный навык, который требует тренировки в течении достаточно долгого времени, пока вы научитесь сходу «рисовать» эмоцию.

Пример:

- Коттедж, который вы рассматриваете, расположен на самой окраине поселка, буквально в трехстах метров от леса. Благодаря этому вы всегда будете дышать чистым воздухом и наслаждаться тишиной.

(эмоциональная картинка)

И, думаю, друзья вам даже слегка позавидуют, если вы устроите для них пикник на лесной поляне у своего дома.

Техника «Вы-подход»

Самое интересное для человека то, что связано с ним самим. А это значит, чтобы получить лояльность оппонента, разговаривайте с ним на его языке. Подходите к любому качеству товара с точки зрения того, как этот продукт полезен именно ему.

Пример:

- (обычно) Я могу предложить...
- (рекомендуется) У вас есть возможность...

- (обычно) Наша фирма сто лет на рынке...
- (рекомендуется) Вы получаете гарантию стабильности в том, что фирме-партнеру уже сто лет...

- (обычно) Я смогу это сделать вовремя...
- (рекомендуется) Вы получите в срок...

Техника «Апелляция к прецедентам»

Используется, как правило, в обработке возражений, торге, предупреждении о возможных.

Пример:

- Я сомневаюсь в компетентности адвоката вашего агентства.
- Да, компетентность на глаз не измеришь, возможно, вам достаточно многое скажут выигранные им 55 из 60 судов. Среди них, кстати, был иск, аналогичный вашему.

Пример:

- Сделайте нам скидку в 30%, тогда мы согласимся.
- Да, с удовольствием. Мы действительно делали такую скидку дважды нашим клиентам. В обоих

Техника «Предмет зависти»

Выберите объект в оппоненте, который может служить предметом восхищения, зависти, желаниа. Эти чувства могут якобы возникать у вас лично, у окружения оппонента, других людей.

- Готов поспорить, любой директор хотел бы иметь такую же дисциплину в коллективе.

Техника «О вас говорят»

Выбираете объект в оппоненте.

Говорите, что положительного вы слышали/знаете из других источников:

- О вас мне рассказал Петр, он настоятельно советовал мне иметь дело исключительно с вами.

Техника «Вы не только...»

Выбираете сразу 2 объекта восхищения в оппоненте:

- Вы не только знаменитый оратор, но вдобавок к тому же писатель бестселлеров.

Техника «Сомнения»

Выбираете объект, высказываете свое позитивное мнение при помощи связок:

- Мне кажется;
- Я чувствую;
- Я думаю;
- Я понимаю;
- Вам не приходилось..?
- Вы специально...?

Пример:

- Вы наверное. Хороший человек, уж коли к вам так относятся люди.

Техника «Сравнение с...»

Выбираете объект.

Сравните на контрасте. Косвенные сравнения без прямой похвалы влияют сильнее.

Сравнивайте объект оппонента с объектами:

- Своими;
- Своего окружения;
- Его окружения;
- Чьими угодно.

Пример:

- если мой администратор не сможет улыбаться так же как ваш, - я его уволю.

Техника «Если бы...»

Выбирайте объект, найдите эксперта или эмоционально значимое лицо.

Проговаривайте позитивную оценку объекта от их имени.

- Если бы я был владельцем телеканала, я бы ваши слова ставил бы вместо каждой рекламы.

Техника «Мне нравится...»

Выбираете объект, даете позитивную оценку, начиная со слов «мне нравится».

- Мне нравится, что вы ничего не обещаете, а просто берете и делаете.

Техника «Потому что»

Выбираете объект.

Даете положительную оценку чему-либо, высказываете одобрение или восхищение, после чего обосновываете причину вашего мнения.

- Шикарный офис, просто я 5 лет работал в сфере отделки интерьеров и знаю, сколько стоит сделать вот такую арку.

Техника «Как у вас получается?»/ «В чем секрет?»

Выбираете объект, задаете вопрос с соответствующей интонацией восхищения, удивления и неподдельного интереса в голосе.

- Как у вас получается находить такие нестандартные решения?
Поделитесь секретом.

Техника «Присоединение к ценностям»

В автоматическом режиме сканируете собеседника, его речь и выискиваете, определяете сектор, в котором вы в чем-либо:

- Согласны с клиентом;
- Придерживаетесь его мнения;
- У вас такие же проблемы;
- Был такой же случай и т.д.

Чтобы получить больше информации для точек соприкосновения, задавайте вопросы.

- Это что за кубок?
- В молодости был чемпионом области по боксу.
- У меня братишка – боксер. Так гордится, когда на соревнованиях выигрывает.

Техника «Перехват инициативы»

Для того, чтобы перехватить инициативу, необходимо:

- Развернуто ответить на вопрос клиента, не делая пауз, задать встречный, открытый вопрос.
- Старайтесь не отвечать коротко.
- В случае хорошего установления контакта можете перехватить инициативу ответом вопросом на вопрос.