



ВЫЯВЛЕНИЕ ПОТРЕБНОСТЕЙ И КРОСС ПРОДАЖИ

Об авторе:

Виталий Голицын – бизнес-тренер по продажам
с географией более 58 городов в 17 странах мира



<https://golitzyn.com/>

Вопросы выявления потребностей

Одним из показателей профессионального уровня продавца, является умение максимально подробно выявить потребности клиента, чтобы построить успешную презентацию товара. Качественно выявленные потребности помогают и в установлении контакта – Вам приятно, когда Вас понимают.

1. Проблема.

На первом уровне выясняем проблему или явную потребность клиента. Простым языком – узнаем, что конкретно ищет клиент.

— *Что Вас интересует? Что подыскиваете?*

2. Критерии.

Для построения грамотной презентации, необходимо выяснить критерии, по которым клиент принимает решение о покупке.

— *Какой именно товар подыскиваете? По каким критериям подбираете? Что для Вас важно при выборе данного товара? Какие пожелания?*

3. Принципиальность.

Определите насколько вышеуказанные критерии принципиальны, это позволит расширить границы продаж и лишней раз не напрягать клиента.

— *Вам принципиально только такой товар или рассматриваете другие (похожие) варианты? Вы на 100% определились?*

4. Результаты.

Для качественной продажи важно понять, каких результатов клиент ожидает от процесса использования своего приобретения. Узнав об ожидаемых результатах, Вы сможете предложить альтернативу и продемонстрировать свою экспертность.

— *Как собираетесь этим пользоваться? Какие результатов от использования ожидаете? Что хотите получить в итоге? Для чего это приобретаете?*

5. Опыт

Задавая вопросы про предыдущий опыт, Вы сможете глубоко понять потребности клиента, а также узнать уровень его осведомленности о товаре.

— *А до этого чем пользовались? Что нравилось, что не нравилось? Почему решили поменять?*



6. Бюджет.

Как бы продавцы не боялись этого вопроса, в большинстве случаев, вопросы о бюджете оправданы. Они конкретны и позволяют сэкономить время. Единственное, о чем нужно помнить, что клиенту свойственно занижать декларируемый бюджет в среднем на 30%.

— *В каком бюджете рассматриваете варианты? В каком ценовом диапазоне ищете товар?*

7. Особые предпочтения.

Отличный вопрос, чтобы выделиться из толпы неопытных продавцов и показать клиенту свою заботу, а возможно и сделать быструю сделку на уникальных свойствах товара.

— *Есть у Вас какие-то особые предпочтения? Есть какие-то отдельные пожелания?*

8. Готовность.

Безусловно, нужно работать с полной отдачей со всеми клиентами, но бывают ситуации, когда необходимо выяснить намерения клиента на совершение покупки или подтолкнуть его к принятию решения.

— *Вы только присматриваетесь или готовы к принятию решения, если условия подойдут?*

9. Стереотипы.

Клиенты сейчас более осведомлены и подходят к покупке с разным багажом знаний: читают информацию в интернете, спрашивают у знакомых, общаются с продавцами конкурентов (где им могут рассказать про Вас и Ваш товар много интересного). Желательно знать «тайные» мысли клиентов, что позволит заранее обработать возможные возражения.

— *Что-то уже слышали ранее про нашу компанию и наш товар? Что-то уже рассматривали аналогичное?*

10. Опасения.

Страхи являются основной причиной не покупки. Клиент боится: что не разберется, что сломается, что обманут и тысячи других вопросов, которые влияют на принятие решения. Как правило, эти страхи начинают вылезать на этапе «работы с возражениями», но профессионалы могут их вытащить на этапе выяснения потребностей. Важно задавать подобные вопросы в правильное время и следить за реакцией клиента.

— *Есть что-то, что хотели бы избежать при покупке или пользовании товаром? Какие есть опасения или сомнения в плане использования?*



Речевые скрипты для кросс продаж.

Использование данных речевых форм позволит поднять конверсию при продаже сопутствующих товаров или услуг и сделать этот процесс комфортным для клиента.

1. Проблемный вопрос.

- *У Вас стены ровные? Без грунтовки может быть неравномерное окрашивание.*
- *У Вас стена пустая? Возьмите малярный скотч, чтобы ничего не заляпать.*

2. Выбор без выбора.

- *Вам к краске кисточек сколько положить? Одну или две?*

3. Выгода.

- *Если потолок будете красить, возьмите стремянку. Увезете все на одной машине, чтобы два раза не мотаться.*

4. Акция.

- *У нас акция на комплексную покупку. Если берете краску, грунтовку, кисточки и растворитель будет скидка 10%.*

5. Как правило, все берут.

- *Как правило, к краске все берут грунтовку, кисточки и растворитель.*

6. Про запас.

- *Возьмите про запас еще кисточку. Всегда пригодится.*

7. Ничего не забыли.

- *Ничего не забыли? Возьмите грунтовку, кисточки и растворитель.*

8. Совсем забыл.

- *Совсем забыл. Вам к краске понадобится грунтовка, кисточка и растворитель.*

9. Выпишу.

- *Я к краске еще грунтовку, кисточку и растворитель выпишу.*

10. Рассчитаю.

- *Вам рассчитать сколько расходников понадобится на такой объем краски?*

