



Слом парадигмы продаж

Альберт Тютин

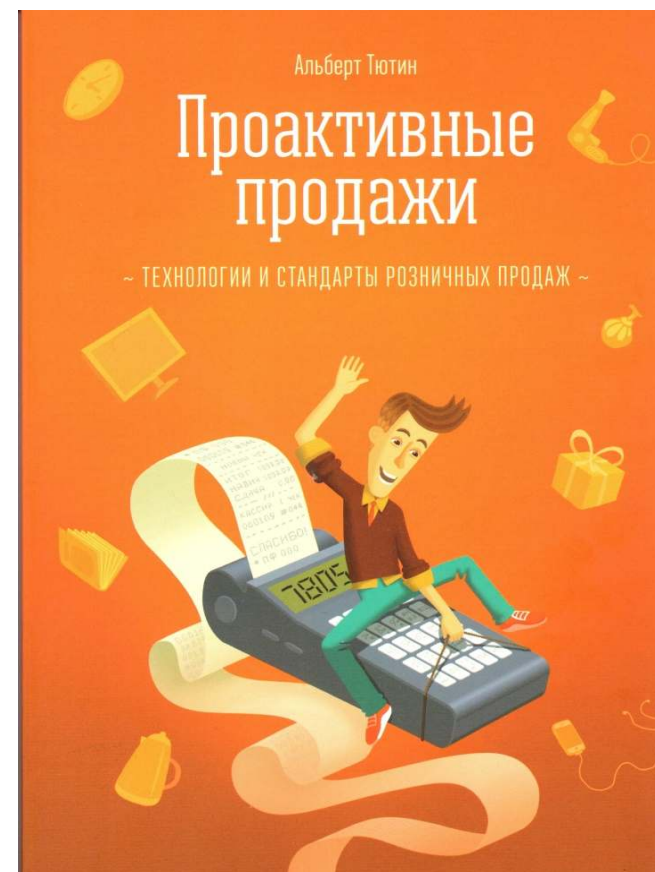
бизнес-тренер по экспертным и ценностным продажам

Пара слов обо мне

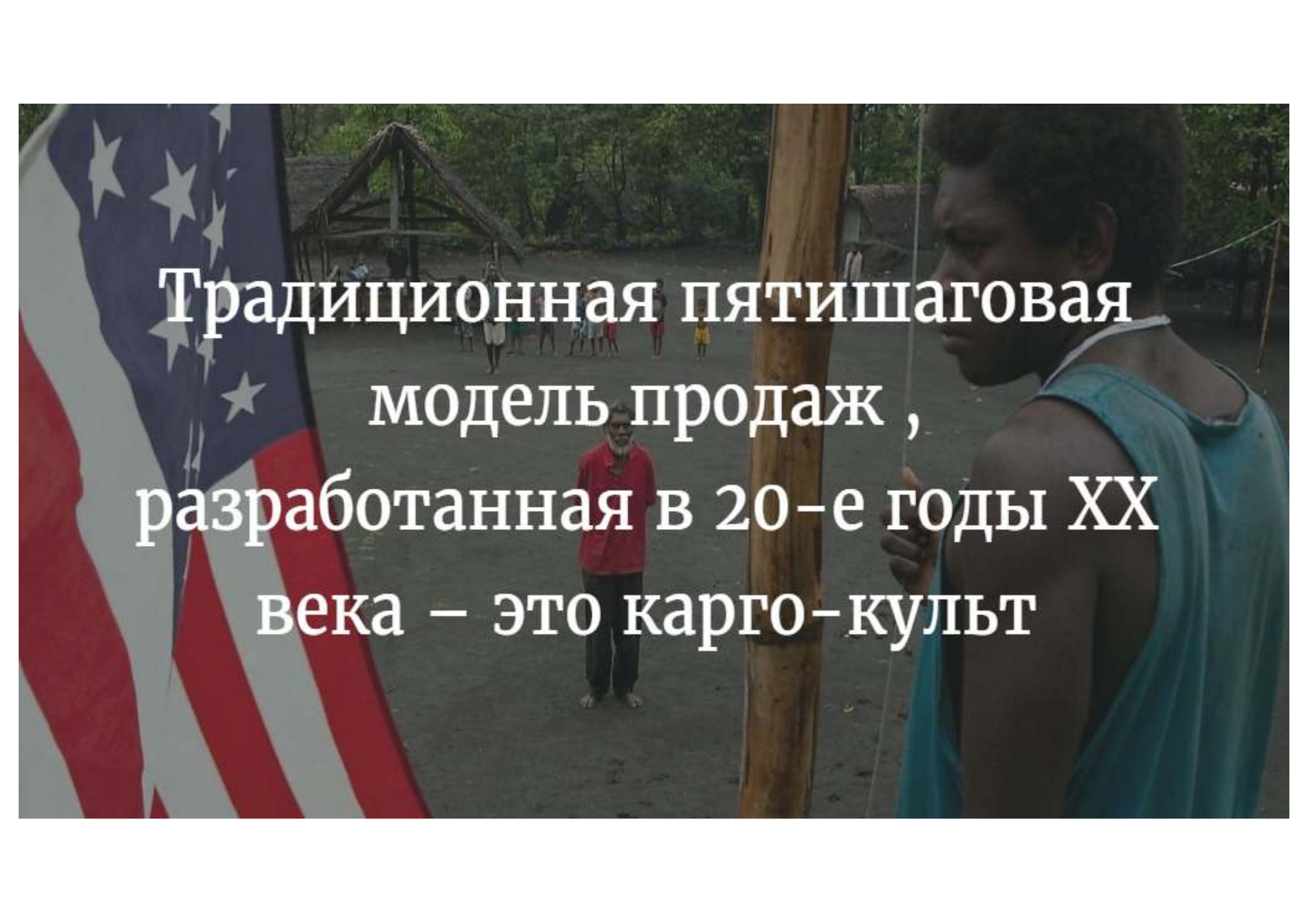
Технолог продаж, бизнес-тренер по экспертным продажам в b2b и b2c (с 1996г.)

Работаю на стыке нейропсихологии, маркетинга и продаж. Осуществляю тонкую кастомизацию технологий продаж под ассортимент и формат магазинов (рост выручки на 25+%)

Автор книги «Проактивные продажи. Технологии и стандарты розничных продаж» (изд-во «Манн, Иванов и Фербер», 2015г.)







Традиционная пятишаговая
модель продаж ,
разработанная в 20-е годы XX
века — это карго-культ

4 типа посетителей

Целенаправленные

- Есть осознанная потребность
- Заранее определились или выбирают самостоятельно, т.к. считают себя экспертами

Выбирающие

- Есть осознанная потребность
- Не чувствуют себя экспертами в товаре
- Воспринимают консультации

Любопытствующие

- Нет осознанной потребности
- Готовы приобрести, если что-то понравится

Случайные

- Нет осознанной потребности
- Нет намерения что-то покупать в принципе



**КАК РАБОТАТЬ С КАЖДЫМ ИЗ ЭТИХ
ТИПОВ?**



Целенаправленные

1. Выяснить, определился ли с выбором покупатель :
«Кстати, вы уже определились с расцветкой или еще выбираете?» (вопрос на миллион долларов)
2. Подстраховаться от ошибок с размерами
3. Предложить сопутствующие товары



Парадигмы продаж в b2c



Базовые установки продавцов

Парадигма транзакционных продаж

Покупатель сам знает, что ему нужно

Предлагать то, что не спрашивал
покупатель = впаривать

Покупатели ищут самую низкую цену

Парадигма экспертных продаж

У покупателя есть потребность, но с выбором он еще не определился

Предлагать то, что не спрашивал
покупатель = заботиться

Покупатели ищут оптимальное решение по оптимальной цене



Базовые установки продавцов

Парадигма транзакционных продаж

Покупатели должны сами делать свой выбор, иначе потом они мне предъявят претензии

Не купит один, купит другой

Покупатель купил. Или не купил.
От меня ничего не зависит

Парадигма экспертных продаж

Я - БОЛЬШОЙ эксперт в товаре, чем покупатели. Я помогаю сделать им выбор и делю с ними ответственность за него

Каждый покупатель - это ценность

Я продал. Или не продал. Это в значительной мере зависит от меня



Поведение продавцов

Парадигма транзакционных продаж

Работает в запросе покупателя
(дивергент)

Продает товар (ищет ответ на
вопрос «какой»)

Задаёт уточняющие вопросы

Парадигма экспертных продаж

Меняет запрос покупателя,
предлагая неочевидные для него
решения (конвергент)

Продает решение (ищет ответ на
вопрос «для чего»)

Задаёт исследующие вопросы
(контекст, экспертные вопросы,
бюджет, нематериальные
потребности)



Есть разница, что продавать?

Межкомнатные двери

Шкафы-купе

Краску

Очки

Детскую подушку

ИЛИ

Интерьерное решение

Системы для хранения

Покраску фасада частного дома

Комплексную коррекцию зрения,
улучшение качества жизни

Формирование здорового
позвоночника



Поведение продавцов

Парадигма транзакционных продаж

Всю ответственность за выбор перекладывает на покупателя

Подстраивается под покупателя, старается ему угодить

Управляет покупатель

Парадигма экспертных продаж

Берет на себя ответственность за выбор покупателя

Ведет себя как эксперт, при необходимости старается переубедить покупателя

Управляет продавец



”

**«Продавец - самая легкая
низкооплачиваемая работа и
самая тяжелая -
высокооплачиваемая»**

Зиг Зиглар



Выбирающие

1. Выяснить, для чего и в какой интерьер (цветовое решение)
2. Предложить три варианта, сравнить их между собой («3 коробочки»)
3. Подтолкнуть к покупке
4. Предложить сопутствующие товары



ые

В основе работы с ними лежит принцип AIDA



Любопытствующие и случайные

AIDA

Что делать

Attention (Внимание)

Мерчендайзинг, фразы-интриги

Interest (Интерес)

WOW-демонстрация (свойств продукта, фотографий в интерьере)

Desire (Желание)

Задаёт проблематизирующие вопросы или делает продающую мини-презентацию

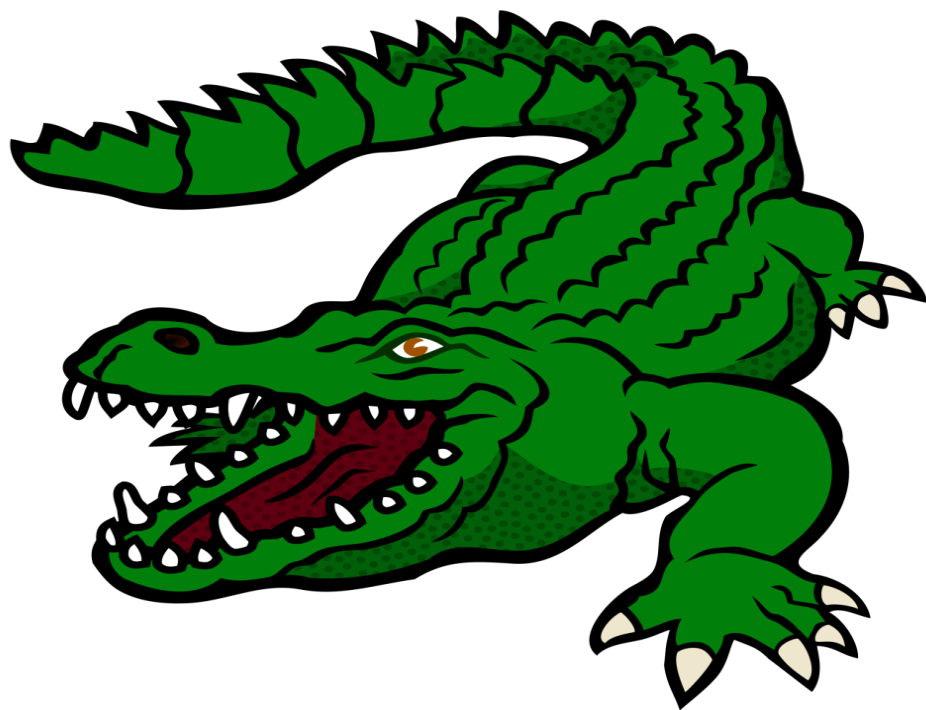
Action (Действие)

Побуждает к покупке или оставлению контактных данных





Принципы работы крокомозга



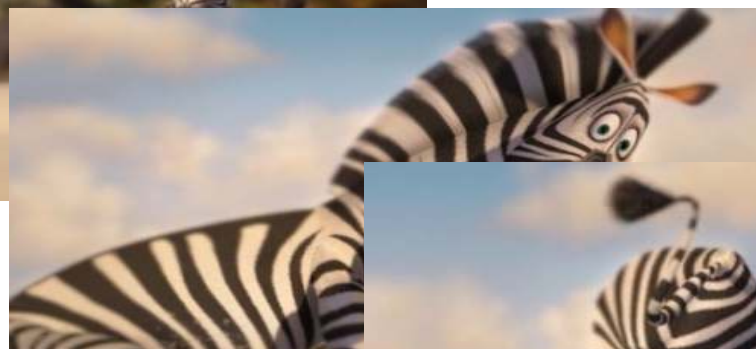
Опасно - бей или беги

Сложное - упрощай

Неинтересное -
игнорируй



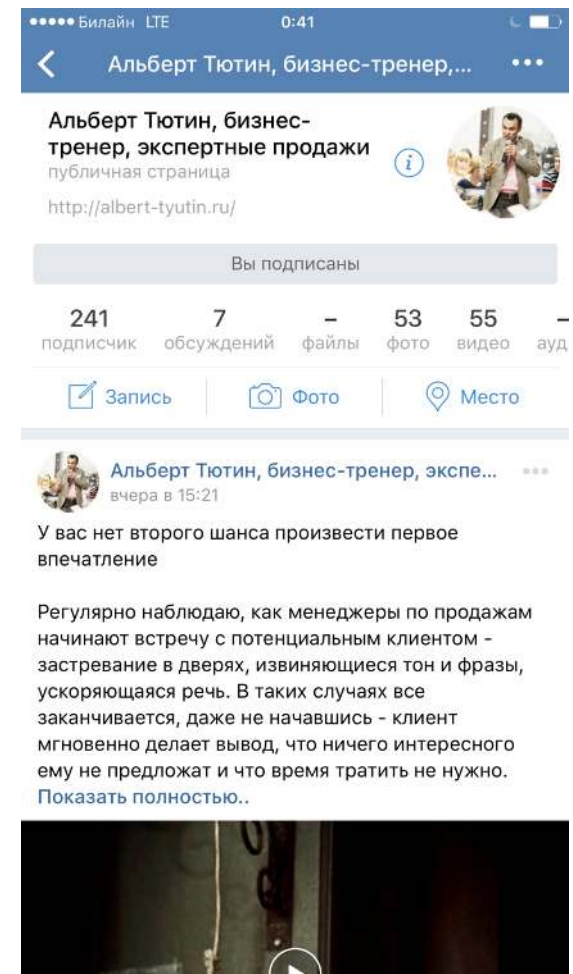
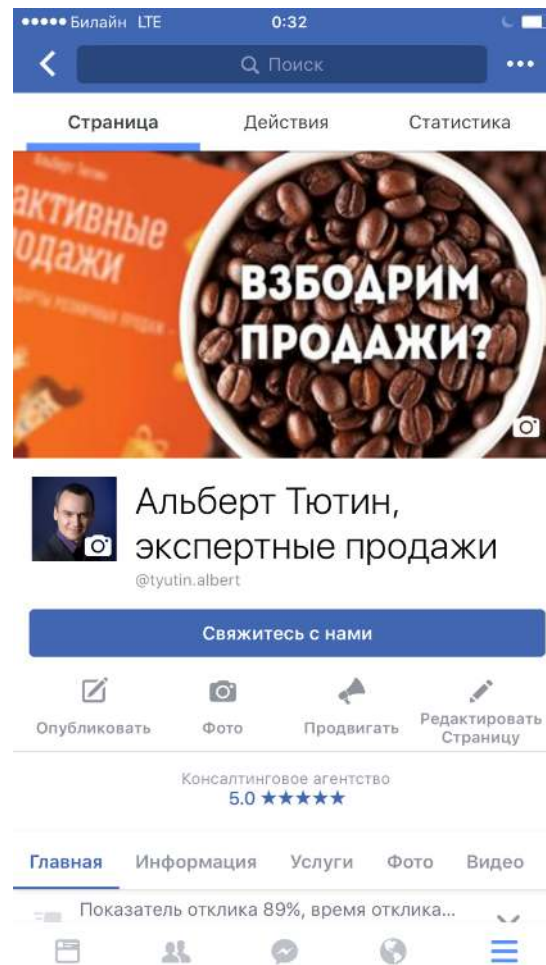
Не делайте так



Повышаем ценность товара



Подписывайтесь



Полезные ссылки

1. Альберт Тютин «Проактивные продажи. Технологии и стандарты розничных продаж» (издательство «Манн, Иванов и Фербер»)
<http://www.mann-ivanov-ferber.ru/books/proaktivnye-prodazhi/>
2. Энциклопедия легких продаж <http://course-sale.ru/>
3. Учебный видеокурс «Как разработать стандарты продаж для своего магазина» <http://zillion.net/courses/show/3639/kak-razrabotat-standarty-prodazh-dlia-svoieghe-maghazina>



Альберт Тютин

www.albert-tyutin.ru

Viber, WhatsApp, Telegram +7 (905) 032-19-51

al.tyutin@gmail.com

www.facebook.com/tyutin.albert

www.vk.com/public29984609

