**О ПРОГРАММЕ**

**«Техника розничных продаж»**

|  |  |
| --- | --- |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |

**(подарки, украшения, аксессуары, предметы интерьера и пр.)**

**Длительность:** 2 дня

**Бизнес-тренер:** Гульфира Крок

**Целевая аудитория:**

Данная Программа тренинга предназначена для обучения навыкам розничной продажи и правилам обслуживания покупателей, а также для освоения корпоративных требований к продавцам-консультантам.

**В результате**

**РАЗВЕРНУТАЯ ПРОГРАММА**

**«Техника розничных продаж»**

|  |  |
| --- | --- |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |

**(подарки, украшения, аксессуары, предметы интерьера и пр.)**

**1 день**

1. **Корпоративные требования к продавцу-консультанту**

Конкурентные преимущества компании. Должностные обязанности продавца-консультанта. Требования к продавцу-консультанту.

1. **Этапы розничной продажи.**

Обязательные и дополнительные этапы в розничной продаже. Роль продавца-консультанта в розничной продаже.

Продавец-консультант как составная часть имиджа розничного бренда.

1. **Этап 1: Установление контакта с потенциальным покупателем**

Как приветствовать покупателя и не отпугнуть его излишней навязчивостью?

Цель установления контакта: расположить покупателя к себе, к магазину, создать положительный настрой. Это первый и самый важный этап продажи; продавец - лицо компании, его имидж.

Техника установления контакта: улыбка, контакт глазами, поза, дистанция, жесты и мимика, слова приветствия/участия/вежливости.

1. **Этап 2: Начало беседы с покупателем**

Как правильно начать беседу с покупателем? Почему нельзя говорить: «Чем могу Вам помочь?»; «Что Вам предложить?»; «Вы ищете что-то конкретное?» и т.д.

Цель начала беседы: начать позитивное общение с покупателем, без которого невозможна дальнейшая продажа и выстраивание долгосрочных отношений с покупателем.

Техника начала разговора: «правильные» и «запрещенные» приемы.

Техника «маленького разговора» при «длинных продажах»: темы разговора, как начать, о чем можно говорить с покупателем. Формирование имиджа компании через технику «маленького разговора».

1. **Этап 3: Определение потребностей потенциального покупателя**

Как узнать, что предложить покупателю, чтобы предложить именно то, что нужно и «не бить пушкой по воробьям»?

Цель: узнать, что покупателю нужно, чтобы удовлетворить его потребности, делая предложение о покупке.

Способы определения потребности: наблюдение за поведением покупателя, его внешним видом, открытые и альтернативные вопросы.

**2 день**

1. **Основные типы покупателей вашего магазина**

Характеристики типов и особенности и правила обслуживания каждого типа покупателей.

1. **Этап 4: Презентация товаров**

Как рассказать об изделиях, чтобы увлечь, заинтересовать покупателя и «не перегрузить» его лишней информацией?

Цель: дать исчерпывающую информацию о товаре, показать его преимущества, дать возможность выбора для покупателя; показать себя экспертом, советчиком.

Способы: привлечение внимания к новинкам, ненавязчивый рассказ об особенностях товара, выбранного покупателем, привлечение внимания к акционному товару (скидки и пр.).

1. **Этап 5: Работа с сомнениями и отговорками**

Как работать с покупателем в процессе принятия решения о покупки – в момент его раздумий, сомнений и колебаний?

Цель: снять противоречия, сомнения покупателя; уточнить его потребности.

Способы: сначала выслушать сомнение/отговорку, потом выразить согласие с правом на сомнение/отговорку, затем задать уточняющие вопросы с использованием парафраза и получить истинное мнение или решение покупателя.

1. **Этап 6: Завершение продажи**

Дело сделано, если покупатель купил предложенный Вами товар!

Способы: предложение альтернативы («Так Вы выбираете этот товар или этот?»); совет («Я Вам советую купить этот товар, думаю, что Вам понравится»).

1. **Особенности обслуживания VIP-клиентов. Ведение базы покупателей.**

Тренинг на 30% состоит из теоретических блоков и на 70% - практических заданий, решения кейсов и ролевых игр с последующим видеоанализом. Таким образом, участники получают возможность закрепить на практике те знания и навыки, которые они получили.