

## ЧЕК-ЛИСТ НАВЫКОВ ПРОДАЖ

### ПОНИМАНИЕ И ПРИМЕНЕНИЕ СТРАТЕГИИ ПРОДАЖИ

**В продаже мне удается:**

- выяснить потребности клиента
- усилить/развить потребности клиента
- направить потребности клиенту в ту область, где у моего предложения есть конкурентные преимущества
- выяснить критерии выбора клиента
- повлиять на эти критерии, усилив свои преимущества и ослабив уязвимости
- продемонстрировать как именно мое предложение соответствует потребностям и критериям выбора клиента
- выяснить и понять причину появляющихся у клиента сомнений и стопоров
- помочь клиенту справиться с имеющимися сомнениями и стопорами

**В каждом общении с клиентом у меня есть цель, которая:**

- выражена в терминах конкретных результатов, а не намерений
- соответствует общим стратегическим целям того этапа Цикла Покупки, на котором находится клиент
- включает действия с моей стороны или со стороны клиента, которые продвигают продажу вперед

### НАЧАЛО ПРОДАЖИ И УСТАНОВЛЕНИЕ КОНТАКТА

**Начиная и ведя общение с клиентом, я развиваю раппорт (взаимопонимание/доверие), используя:**

- эмпатическое слушание
- подлинность
- сходство
- совместный опыт
- демонстрируемую честность
- персональные положительные оценки
- принцип взаимного обмена
- подстройку

### ПОНИМАНИЕ И УЧЕТ ПРОЦЕССА ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЯ ВНУТРИ КОМПАНИИ КЛИЕНТА

- Я всегда понимаю, на каком этапе Цикла Покупки находится клиент (Признание потребностей – Оценка различных вариантов – Разрешение сомнений – Принятие окончательного решения)
- Я всегда знаю, выясняю или уточняю процесс принятия решения о покупке со стороны клиента (кто вовлечен в процесс покупки и каковы конкретные роли/полномочия этих людей)
- Я всегда понимаю, кто в конкретной покупке является Центром Власти, Неудовлетворенности и Восприимчивости
- Если у меня нет доступа к Центру Власти (лицу, принимающему решение), то я могу подготовить посредника внутри компании клиента, который сможет вести продажу вместо меня (объяснить коллегам и руководству Выгоды от предлагаемого решения)

### ПРИНЦИПАЛЬНЫЙ ПОДХОД К ПРОДАЖЕ И ПОНИМАНИЕ ФУНКЦИОНАЛЬНЫХ ОСОБЕННОСТЕЙ КЛИЕНТОВ

- Я представляю проблемы, которые может решить для клиентов мое предложение
  - Среди этих проблем есть по крайней мере одна, которую я могу решить лучше конкурентов
- Я всегда знаю о клиентах, с которыми работаю:**
- функциональные потребности (цели в рамках функциональных/должностных обязанностей)
  - регулярные задачи (действия, которые этот человек совершает ежедневно/регулярно, из чего состоит его рабочий день)
  - возникающие трудности (проблемы и ошибки, с которыми этот человек сталкивается постоянно)

### ПРИМЕНЕНИЕ ЭКСПЕРТНОГО ПОДХОДА В ПРОДАЖАХ

- Я понимаю, чем Скрытые потребности клиента отличаются от Явных и могу перевести Скрытые в Явные
- Работая с начальной установкой (имеющимися желаниями) клиента, я могу обнаружить и продемонстрировать ему (я знаю, как дать клиенту то, что ему нужно, а не то, что он «хочет»):**
- «скрытые проблемы»
  - «неочевидные решения»
  - «незамеченные возможности»

## ПРИМЕНЕНИЕ НАВЫКОВ РАБОТЫ С ПОТРЕБНОСТЯМИ КЛИЕНТОВ

- У меня есть 3 или более цепочек СПИН-вопросов, развивающих проблемы, которое мое предложение может решить для клиента
- Задавая СПИН-вопросы, я использую 3 или более типа привязки вопросов
- Я использую экспертные и количественные Проблемные вопросы
- Я использую уточняющие Проблемные вопросы
- Я использую экспертные и количественные Извлекающие вопросы
- Я задаю Проблемные и Извлекающие вопросы прямо и косвенно
- Я использую кейсы (истории), которые позволяют мне не превращать встречу с клиентом в допрос
- Я использую разъясняющие и расширяющие Направляющие вопросы
- Я рассказываю о своем предложении по структуре SEC, если мне не удается задавать вопросы о потребностях клиента
- Начиная разговор с клиентом я всегда получаю право задавать вопросы или использую позиционирующее ценностное заявление

## УМЕНИЕ ПРЕДЛОЖИТЬ РЕШЕНИЕ, А НЕ ПРОДУКТ/УСЛУГУ

- Я начинаю общение с клиентом с выяснения/формирования его потребностей, а не рассказа о своем предложении
- Рассказывая о свое предложении, я говорю Выгодами, а не Характеристиками и Преимуществами
- Я не начинаю рассказывать о своем предложении, не получив от клиента предварительно несколько Явных потребностей
- Я могу рационализировать проблемы клиента настолько, что их стоимость для него будет очевидно больше стоимости моего предложения их решить
- Я могу создать эмоциональный эффект воздействия своего предложения на клиента через привязку предлагаемого решения к ключевым показателям его работы
- В рассказе о моем предложении (личной презентации или коммерческом предложении) содержатся убедительные ответы на вопросы: «Стоит ли оно того?», «Оптимальный ли это вариант?», «Можно ли верить, что все будет так, как обещано?»

## ПОНИМАНИЕ ПРОЦЕССА СРАВНЕНИЯ И ВЫБОРА И УМЕНИЕ ВОЗДЕЙСТВОВАТЬ НА НЕГО

- Я знаю сильные и слабые стороны своего предложения для разных типов клиентов
  - В каждой конкретной сделке я анализирую и понимаю слабые и сильные стороны своего предложения
  - Я выясняю критерии выбора клиента до того, как сделать свое предложение
- Оказывая влияние на критерии выбора клиента, я использую:**
- формирование критериев из потребностей
  - «вброс» критерия
  - вытеснение
  - переформулирование
  - компромиссный выбор
  - альтернативное решение
  - временное решение

## НАВЫКИ РАБОТЫ С ВОЗРАЖЕНИЯМИ И СОМНЕНИЯМИ КЛИЕНТОВ

- Я знаю типичные возражения клиентов и стараюсь предотвратить их заготовленными вопросами, аргументами или кейсами
- Столкнувшись с возражением клиента, я всегда пытаюсь понять его причину (мотив) и отработать его по схеме: слушать – понимать – отвечать – подтверждать – продолжать
- Я знаю по крайней мере 5 типичных сомнений, которые могут испытывать мои клиенты на финальной стадии сделки
- Я могу отличить длительное принятие решения клиентом от остановки сделки из-за сомнений клиента
- Работая с сомнениями клиента (зависшими сделками), я применяю «коуч-контроль» (выяснения и разрешение сомнений) или «фрейм-контроль» (ролевой перенос сомнений на себя)

## ВЕДЕНИЕ ПЕРЕГОВОРОВ

- Ведя переговоры я планирую и применяю следующие принципы:**
- обращаю особое внимание к самым мощным рычагам
  - устанавливаю рамки и границы торга
  - использую вопросы вместо или вместе с аргументами
  - четко разграничиваю подтверждение понимания и согласия
  - скрупулёзно проверяю все области возможного недопонимания
  - обсуждаю интересы, а не позиции
  - увеличиваю пирог перед тем как его делить (я знаю, какие не ценовые уступки можно предлагать и просить)
  - предлагаю и использую справедливые критерии (я открыт для аргументов, но я закрыт для давления)