



УСПЕХ В ПРОДАЖАХ

МОДУЛЬ 19

Как обеспечить повторные
продажи и рекомендации

ВВЕДЕНИЕ

МОДУЛЬ 19

Как обеспечить повторные продажи и рекомендации

По оценкам экспертов прямая продажа новому клиенту сложного товара или услуги стоит более \$400 по затратам времени, денег на рекламу, привлечение и прочие расходы. Приобретение покупателя за такие деньги может вывести компанию из игры, если только такой покупатель не будет покупать еще и еще.

Лучшие продавцы и лучшие компании используют стратегии привлечения и пожизненного удержания клиентов. Вашей целью в свете яростной, как никогда, конкуренции должно быть создание долгосрочных отношений с клиентами и их удержание.

Разработка стратегии привлечения и удержания покупателей делает для вашего бизнеса больше, чем что-либо иное. Постоянное мышление в рамках “пожизненных клиентов” практически гарантирует успех.

“Нет такого рубежа,

на котором можно

сказать: “Все, теперь

я успешен. Теперь

можно передохнуть”

- Кэрри Фишер

КАК ОБЕСПЕЧИТЬ ПОВТОРНЫЕ ПРОДАЖИ И РЕКОМЕНДАЦИИ

1. Вашей целью должно стать попадание в 10% лучших специалистов в вашей области;
 - а. Вы можете _____ продавать больше товаров или услуг потенциальным покупателям;
 - б. Вы должны _____, практиковаться и становиться мастером своего дела;
 - в. Ваша цель - построить прочную _____ постоянных клиентов.

2. Современные продажи труднее, чем когда-либо:
 - а. Для нахождения хороших потенциальных покупателей требуется больше _____;
 - б. Для продажи одному клиенту требуется больше дополнительных встреч;
 - в. В бизнесе конкуренция сейчас сильна как никогда;

3. Современные покупатели сопротивляются продаже сильнее, чем раньше:
 - а. Они знают _____, чем прежде о предлагаемых товарах и услугах;
 - б. Они _____ к качеству, обслуживанию и наличию ценности;
 - в. У них есть _____ выбор, поэтому нет нужды в срочном принятии решений;

- г. Покупатели _____; они хотят всего, и прямо сейчас!
4. Цель бизнеса? Найти и удерживать клиента!
- а. Первая продажа? Самая _____ и самая дорогая!
- б. Вторая продажа? Самая _____. Она - доказательство того, что вы сдерживаете свои обещания;
- в. Повторные продажи в ___ раз проще - они требуют лишь 1/___ времени и усилий;
- г. Продавать по рекомендации в ___ раз легче - это требует лишь 1/___ времени и усилий;
5. Удержание покупателя - ключ к успеху;
- а. Покупатель, делающий всего одну покупку - тяжело привлекается и _____ обходится;
- б. Вам следует _____ на второй и третьей продажах;
- в. Первейшая цель? _____ продажи тому же покупателю, снова и снова!
- б. Цель номер два? _____ от удовлетворенных покупателей;
6. Главный фактор продаж современности? Сарафанное радио!
- а. Ваша цель? Добиться, чтобы покупатели _____ за вас!
- б. Самый эффективный метод - великолепное обслуживание!
- в. _____ отклики на запросы - вот ключевой показатель;

г. Быстрые ответы на жалобы просто необходимы;

д. Необходимы регулярные дополнительные _____ с покупателями и непрерывное обслуживание;

7. Что есть мера успеха вашего бизнеса? _____ повторных продаж и рекомендаций от общего объема продаж!

а. Представьте, что вы бы больше не могли привлекать новых покупателей;

б. Что бы вы делали для развития своего дела?

в. Ответ: обращайтесь с каждым покупателем так, словно вот-вот рискуете его потерять;

8. Причины ухода покупателя (согласно исследованию):

а. Недостаток _____ со стороны продавца;

б. Безразличие со стороны сотрудников компании;

в. Недостаток _____ при ответе на запросы;

г. Недостаток оперативности при ответе на жалобы;

1) Быстрые ответы помогают строить _____;

2) Медленные ответы - порождают страх и гнев.

9. Золотое Правило - обслуживай клиента так, как хочешь чтобы обслуживали тебя.

10. Золотая Цепочка - стройте бесконечную цепочку рекомендаций от удовлетворенных покупателей;
 - а. Самый важный вопрос: "Вы уже работали с нами, а _____ бы вы нас другим?"
 - б. Желание рекомендовать вас другим - высший уровень _____ покупателей;
 - в. Спросите: "Вы бы порекомендовали нас другим? Дайте нам оценку от 1 до 10"
 - г. Постоянно спрашивайте: "Как нам в следующий раз получить оценку ___?"
11. Стратегия продажи при помощи выстраивания отношений:
 - а. Стройте взаимопонимание и доверие с самого начала;
 - б. Стройте надежность и высококачественный оощаемый уровень обслуживания;
 - в. Разработайте стратегию поддержания отношений;
12. Обслуживайте покупателей лучше, чем кто-либо:
 - а. Спрашивайте: "Как нам _____ вас еще лучше?"
 - б. Спрашивайте: "Как мы можем _____ наши услуги?"
 - в. Всегда говорите: "Мы _____ это сделаем!"

Разработайте стратегию продаж и обслуживания покупателя, которая позволит вам заполучать и удерживать клиентов на всю жизнь. Это - фундамент для замечательной карьеры и долгосрочного успеха в бизнесе.

Данный подход к обслуживанию не появляется сам собой. Он требует тщательного планирования, обсуждения и обучения всех задействованных лиц.

Должна существовать система вознаграждений и признания для сотрудников, сделавших дополнительные усилия для удовлетворения клиентов.

Все успешные продавцы и компании известны за свое отношение к покупателям. Это должно быть и вашей целью.

Задайте себе следующие вопросы:

1. Каковы три вещи, которые можно делать для каждого покупателя, чтобы увеличить вероятность повторной покупки?

2. Почему вторая и третья продажи важнее первой?

3. Почему повторные продажи и продажи по рекомендации проще и выгоднее, чем поиск и привлечение новых покупателей?

4. Почему “сарафанное радио” так важно в современном маркетинге?

5. Как я могу увеличить объем сделок по рекомендациям?

6. Каковы три самые частые причины ухода покупателей?

7. Как я могу так обслуживать покупателей, чтобы они покупали снова и снова?

Какое одно действие я предприму прямо сейчас по результатам этой сессии?
