

СУЧАСНІ ВИДИ ТА ТЕХНІКИ ПРОДАЖ

*Кривокінь А.В., студентка,
Харківський національний технічний університет сільського
господарства імені Петра Василенка*

Активні продажі вважаються найбільш ресурсозатратними, але при цьому саме такі продажі є зазвичай найбільш результативними. Однією з технік продажів є Spin-продаж. Цій методології ось уже понад 20 років, і вона не передбачає виконання конкретних кроків. Основним прагненням цієї техніки є зрозуміти потреби клієнта, і звернути його увагу тільки на потрібні йому товари. Техніка має на меті звернення до клієнтів за допомогою перехресних запитань. Вони дозволяють виявити проблеми покупців із товарами, здобути інформацію та змусити клієнтів замислитися, а згодом – скерувати на покупку конкретних товарів.

Техніка Spin включає такі види питань.

Ситуаційні. Відкриті і доречні (не нав'язливі і не такі, що втомлюють) питання, які виявляють потреби клієнта.

Проблемні. Питання, що допомагають зрозуміти, чому клієнт незадоволений попереднім продуктом, яких функцій йому не вистачає, що не влаштовує і так далі. Цей тип питань дозволяє максимально вигідно подати інформацію про свій товар. “Регулярні несправності обладнання та складнощі із заміною деталей гальмують просування вашого проекту?”

Виключаючі. Найскладніша категорія питань. Їхня мета – сконцентрувати увагу клієнта на значущості теперішніх проблем, і змусити його задуматися про наслідки, які можуть настати, якщо не вжити певних дій. “Криза у галузі може загрожувати банкрутством вашому бізнесу, якщо ви не зможете замінити обладнання?” “Як відреагують ваші партнери, якщо ви не зможете виконати свої зобов'язання?”

Направляючі. Цей тип питань застосовується тільки тоді, коли клієнт вже усвідомлює серйозність ситуації і готовий вжити заходів для її усунення. Мета направляючих питань – підштовхнути людину до покупки, не надаючи йому прямих порад. У питаннях вже закладений варіант вирішення виявленої проблеми. Питання ставиться таким чином, що воно демонструє незаперечну вигоду від придбання продукту. “Нове обладнання, яке здатне випускати на 20% більше продукції ніж попереднє, позитивно вплине на розвиток вашого бізнесу?”

Маркетинг прямих продажів пропонує досить специфічні нлп-техніки, які не можна рекомендувати як універсальні. З одними покупцями подібний маркетинг продажів принесе відмінний результат, з іншими може зовсім не спрацювати. Знання правил успішних продажів необхідно поєднувати зі знанням психології. Психологія – основа техніки НЛП (нейролінгвістичне програмування):

- віддзеркалювання – менеджер переймає жести покупця, його манеру розмови, щоб налаштувати його на краще сприйняття себе;

- невербальний контакт – виконання дружніх жестів, які дають позитивний ефект;

- компліменти - при цьому потрібно бути обережними, оскільки відверті лестощі одразу виявляються та псують враження;

- вислуховування заперечень - потрібно спочатку вислухати претензії, а тільки потім приводити аргументи для їхнього спростування.

Отже, формування сучасних технік продажів є важливим інструментом ефективного функціонування організацій.

Науковий керівник – Мандич О.В., д.е.н., професор.