



# Ценообразование и продажи

Искусство продавать эффективно

## **Тренер: Витольд Зенькович**

### **Фасилитатор, бизнес-тренер**

- ✓ Бакалавриат бизнес-администрирования (ВВА, БГУ ИБМТ)
- ✓ Магистратура по специальности «Конфликтология» (РГСУ)



### **Опыт работы:**

- *B2B продажи: разработка тренингов внутри системы адаптации менеджеров по продажам (BY, UA, KZ)*
- *B2C продажи: курирование процессов обучения персонала в 16 торговых объектах ( 6 городов РБ)*
- *Собственные коммерческие проекты (e-commerce)*

# Регламент



Правило микрофона



Активность и инициативность



Взаимоуважение



Доброжелательность



Пунктуальность

# Темы тренинга:



Ценообразование



Этапы продаж



Психология продаж



A woman with long dark hair, wearing a red hat and a light-colored floral dress, is shown in a circular frame. She is holding a bouquet of flowers tied with a white ribbon. The background is a field of tall grass. The entire scene is set against a dark green background with white decorative elements like a ruler and a paper airplane.

- *Мне нравится...*

- *Мне сложно...*

- *Я мечтаю...*

# Что значит продавать?



- ✓ **Продажа** - процесс обмена товара/услуги на деньги.
- ✓ **Продажа** – это способность влиять на других с целью налаживания сотрудничества с вами для достижения ваших целей.

# Задача:

*10 торговых точек*

*Средний чек: 50 рублей*

*Среднее количество покупателей в месяц: 500 человек*

*Курс доллара:  $1\$ = 2,5$  руб*

**Сколько месяцев нам потребуется, чтобы наше личное состояние превысило 1 млн \$ ?**



- **Выручка** - это все вырученные за определенный период времени средства от реализации товаров, услуг или работ.
- **Прибыль** = Выручка – Себестоимость товара – Коммерческие и управленческие расходы
- **Чистая прибыль** = Прибыль - налоги

# Задача:

*10 торговых точек*

*Средний чек: 50 рублей*

*Среднее количество покупателей в месяц: 500 человек*

*Курс доллара: 1\$=2,5 руб*

## **Дополнительные данные:**

*20 сотрудников – расходы на зп 1000р/чел*

*Аренда торговой точки: 3000 руб*

*Реклама и маркетинг – 10 000р*

*Содержание офиса – 5000р/мес*

*Закупочная стоимость товара – 50% от розничной цены*

*Все налоги – 20% от выручки.*

**Сколько месяцев нам потребуется, чтобы наше личное состояние превысило 1 млн \$ ?**

## Как определить оптимальную цену товара?

- ✓ Анализ конкурентов (Кто они? Какие их цены? Какие преимущества?)
- ✓ Анализ расходов (себестоимость, маркетинг, налоги, амортизация, масштабирование и др коммерческие затраты)
- ✓ Расчёт рентабельности

# Показатели эффективности:

- ✓ Проходимость (охват)
- ✓ Конверсия
- ✓ Выручка/Чистая прибыль
- ✓ Количество продаж
- ✓ Средний чек
- ✓ Ёмкость чека (допродажа/продажа сопутствующих изделий)

# Маркетинг

*Это комплексная дисциплина, которая включает в себя умение анализировать нишу и конкурентов, прогнозировать потребительский спрос, умело выстраивать коммуникации с целевой аудиторией. Словом, профессиональный маркетолог должен понимать, как превратить потребности людей (B2C) или организаций (B2B) в услугах и товарах в потребительский спрос.*



# ***Развитие маркетинга:***

- ✓ Первая концепция: совершенствование производства
- ✓ Вторая концепция: совершенствование товара
- ✓ Третья концепция: концентрация на сбыте продукта
- ✓ Четвертая концепция: потребительская концепция
- ✓ Пятая концепция: социально-этический маркетинг

# Этапы Продаж

- 0) Подготовка
- 1) Установление контакта
- 2) Выявление потребностей
- 3) Презентация
- 4) Работа с возражениями
- 5) Завершение сделки



# Этап Подготовка

- ✓ *Сбор сведений*
- ✓ *Ментальный настрой*
- ✓ *Ресурсная подготовка*

START

# Установление контакта

- ✓ Произвести хорошее первое впечатление
- ✓ Завоевать доверие
- ✓ Заинтересовать клиента
- ✓ Знать что говорить и как говорить (скрипты, невербалика, эмоции, харизма)



# Выявление потребности

## Инструменты:

### ✓ Вопросы:

открытые, закрытые, альтернативные

### ✓ Активное слушание

### ✓ Выявить выгоды покупателя





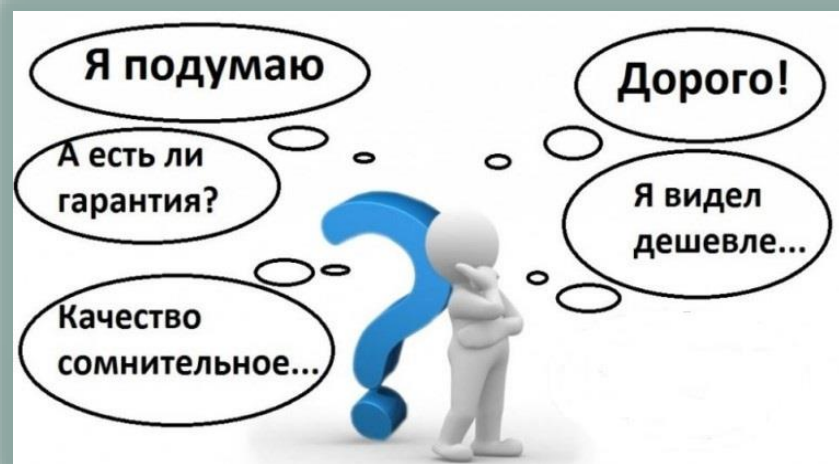


# Презентация товара:

- ✓ От характеристик к выгоде
- ✓ Эмоциональное вовлечение покупателя
- ✓ Наглядность (дегустация)
- ✓ Использование логических и рациональных аргументов
- ✓ Говорить на понятном покупателю языке (форма речи, невербалика, позитив, голос)
- ✓ Каналы восприятия информации
- ✓ Склонение к покупке (рекомендую вам..., берите!, это выгодно)

# Работа с возражениями:

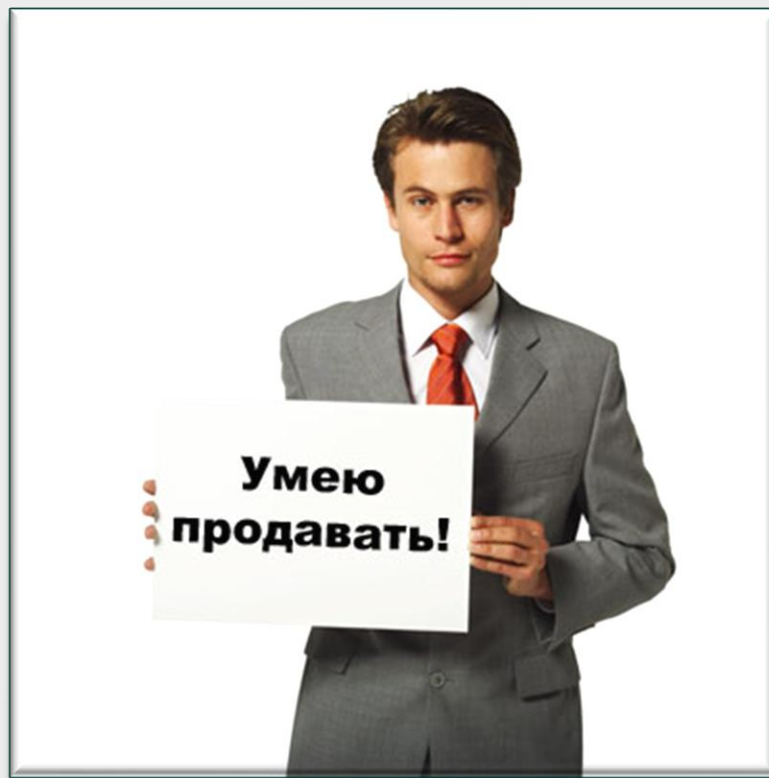
Вид возражения:	Техника:
Истинное	«амортизация»
Ложное	«коучинг»



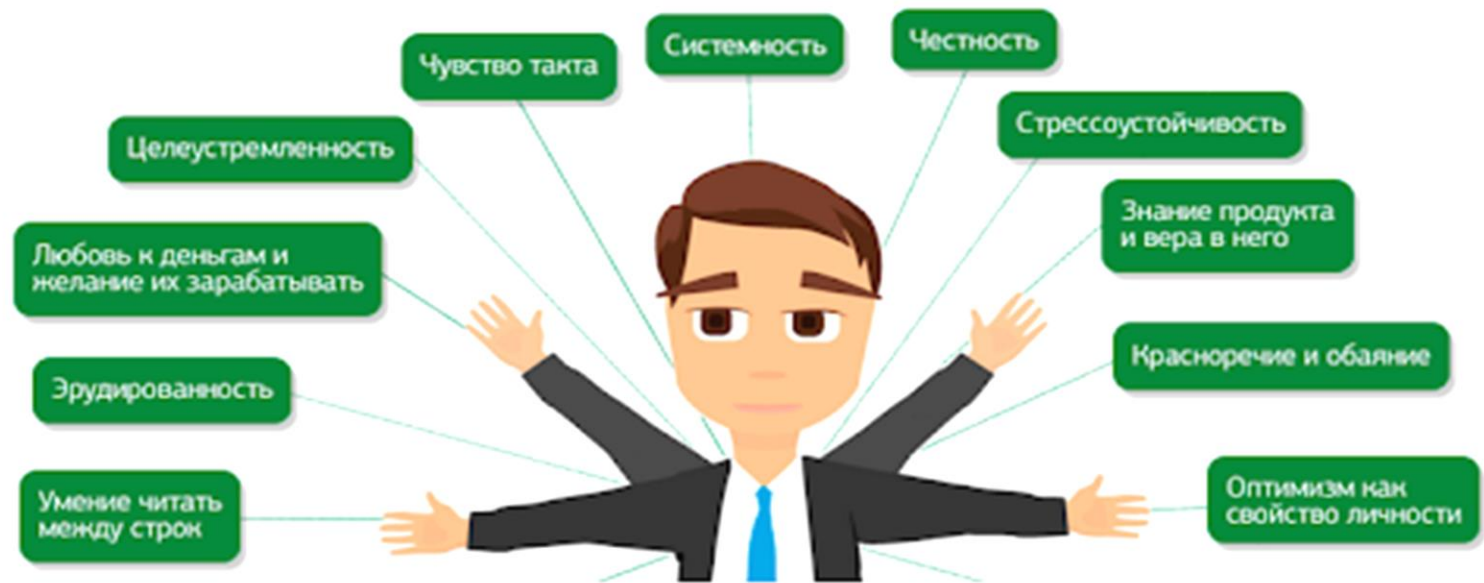
# Завершение сделки:

- Техники:
  - ✓ «Берем?»
  - ✓ Выбор без выбора
  - ✓ Техника «3 да»
- Обязательно:
  - ✓ Продажа сопутствующего товара/допродажа
  - ✓ Выдать визитку, брошюру с контактами
  - ✓ Записать номер/почту для связи
  - ✓ Предложить дисконтную карту/дополнительную скидку при следующих покупках
  - ✓ «Спасибо за покупку! Ждем Вас снова!»

# Необходимые качества продавца?







# S

Specific  
КОНКРЕТНЫЕ



Вместо обычного «хочу то-то» прописывайте конечный результат цели со всеми деталями.

# M

Measurable  
ИЗМЕРИМЫЕ



Используйте цифры или другие точные данные, чтобы сделать цель измеримой для оценки результата.

# A

Attainable  
ДОСТИЖИМЫЕ



Ставьте задачи, которые вам по силам. Не задирайте планку слишком высоко.

# R

Relevant  
ЗНАЧИМЫЕ



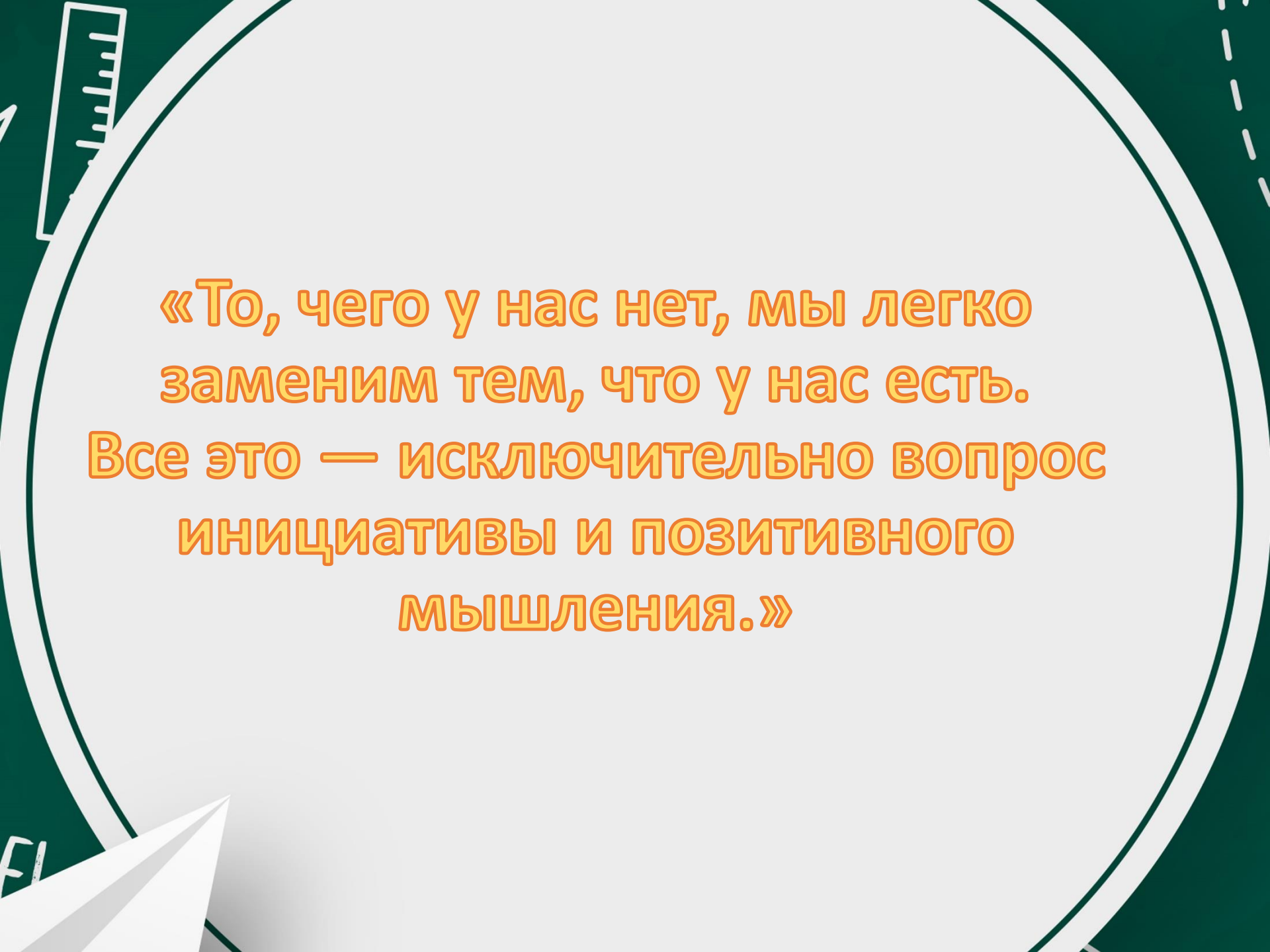
Спросите себя: «Зачем мне это?» Может, цель нужно переформулировать или она вообще лишняя.

# T

Timebound  
С ЧЕТКИМИ СРОКАМИ



Ставьте срок, к которому вы планируете достичь цели. Это стимулирует и не дает расслабиться.



**«То, чего у нас нет, мы легко заменим тем, что у нас есть. Все это — исключительно вопрос инициативы и позитивного мышления.»**