



MINISTERUL DEZVOLTĂRII ECONOMICE
ȘI DIGITALIZĂRII AL REPUBLICII MOLDOVA



Vânzări cu rezultat

Formator Olga Colesnicova



Ce așteptări aveți de la training?

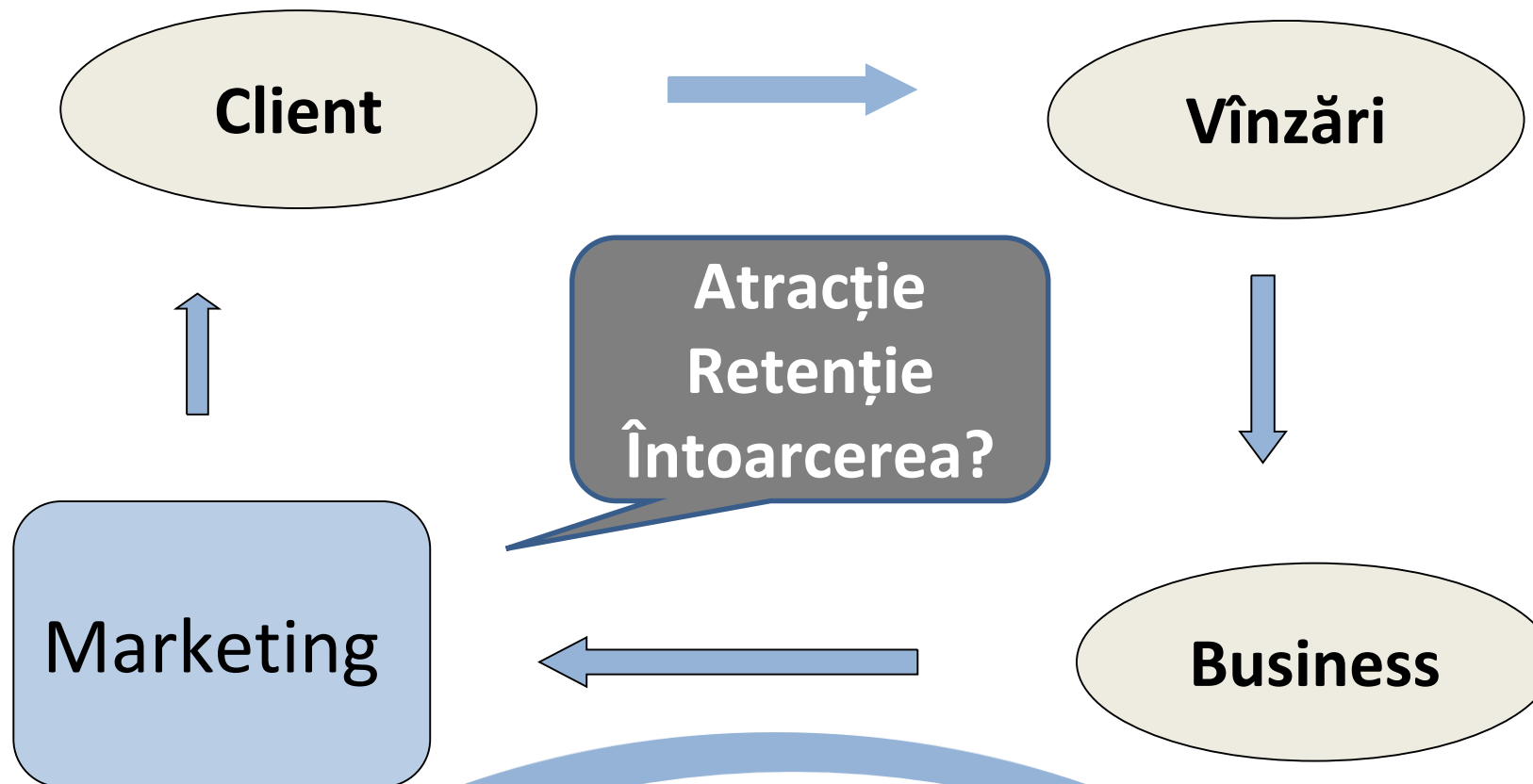


Reguli





Obiectivele de marketing și a vânzărilor





Atragerea clienților





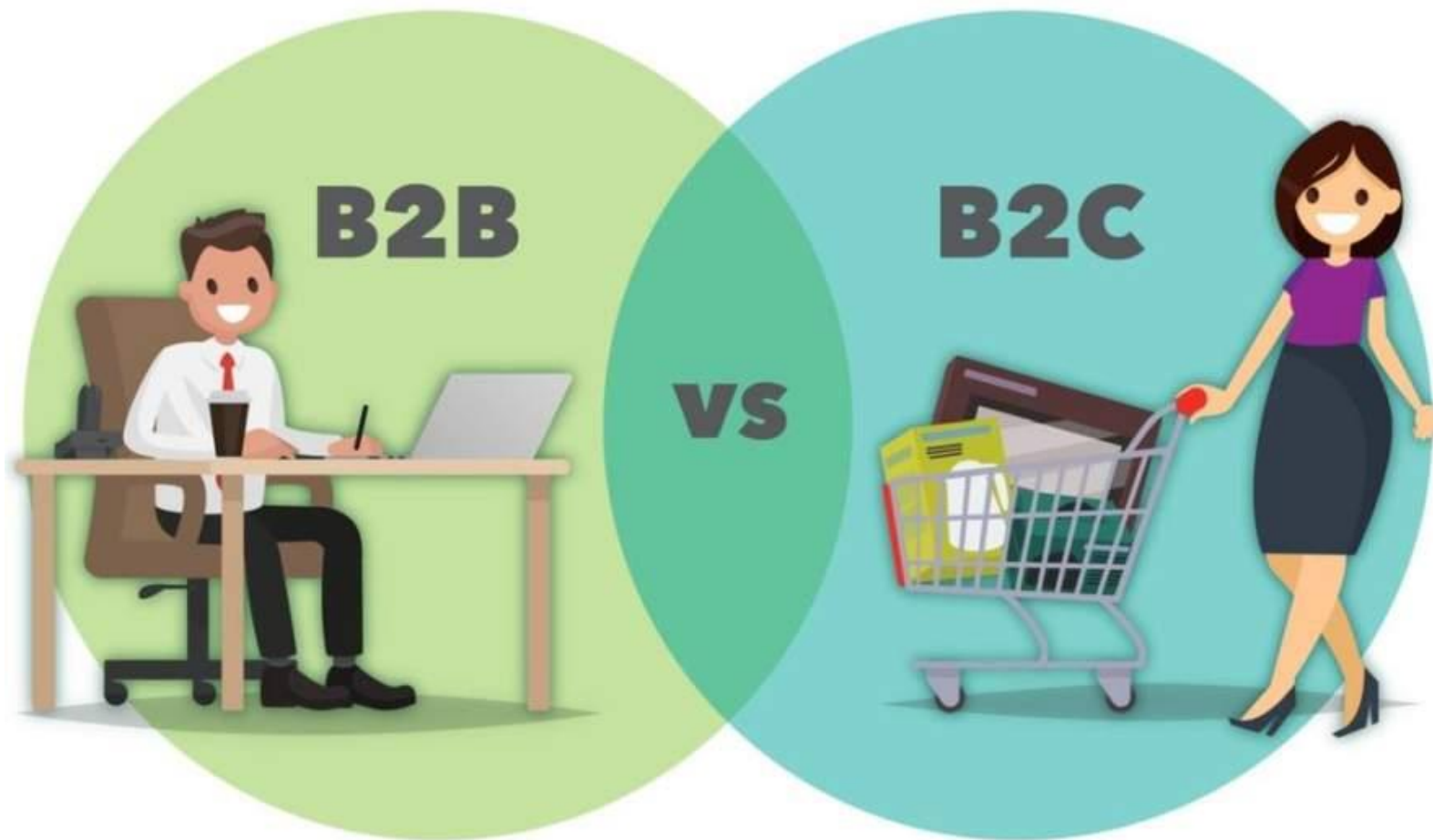
Segmentarea pieței

Segmentarea pieței: tot ce trebuie
să știi pentru a obține mai multe
vânzări





B2C & B2B





MIXUL DE MARKETING







Ce înseamnă vânzarea?

Comunicare

Consultare

Rezultat





Etapele de negociere cu clientul



Cautare
clienților



Stabilirea
contactului



Constatarea
cerințelor



Prezentarea
beneficiilor



Lucru cu
obieții



Finalizarea
vînzării



Stabilirea contactului «la rece»

1. Cautăm informația
2. Prigătire din interior
3. Strategia convorbirii
4. Scopul convorbirii – arătăm siguranța și se fim auziți



Ce cumpără clientul?

~~Bunuri/Servicii~~

Beneficii

Rezolvarea cerințelor





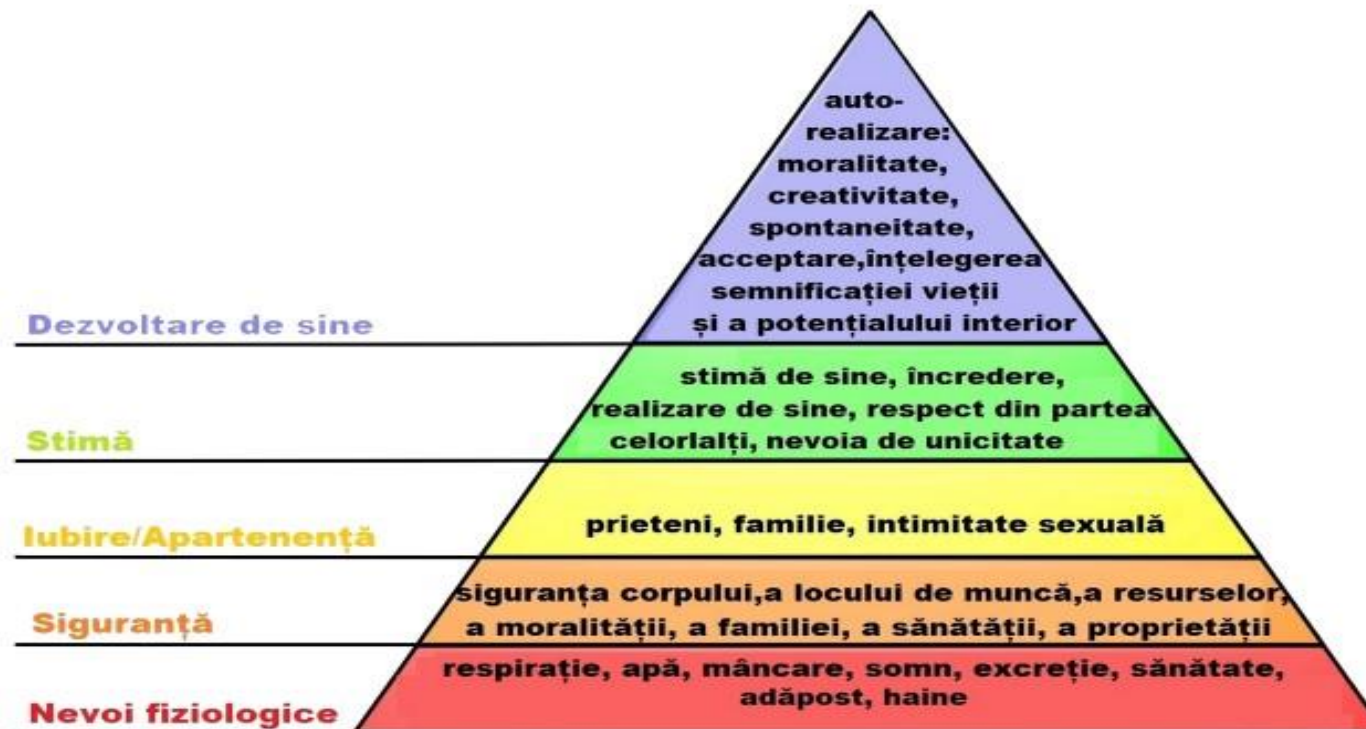
Cum putem atrage un client?



Prin abordarea
diferitelor nevoi ale
clienților.



Piramida lui Maslow



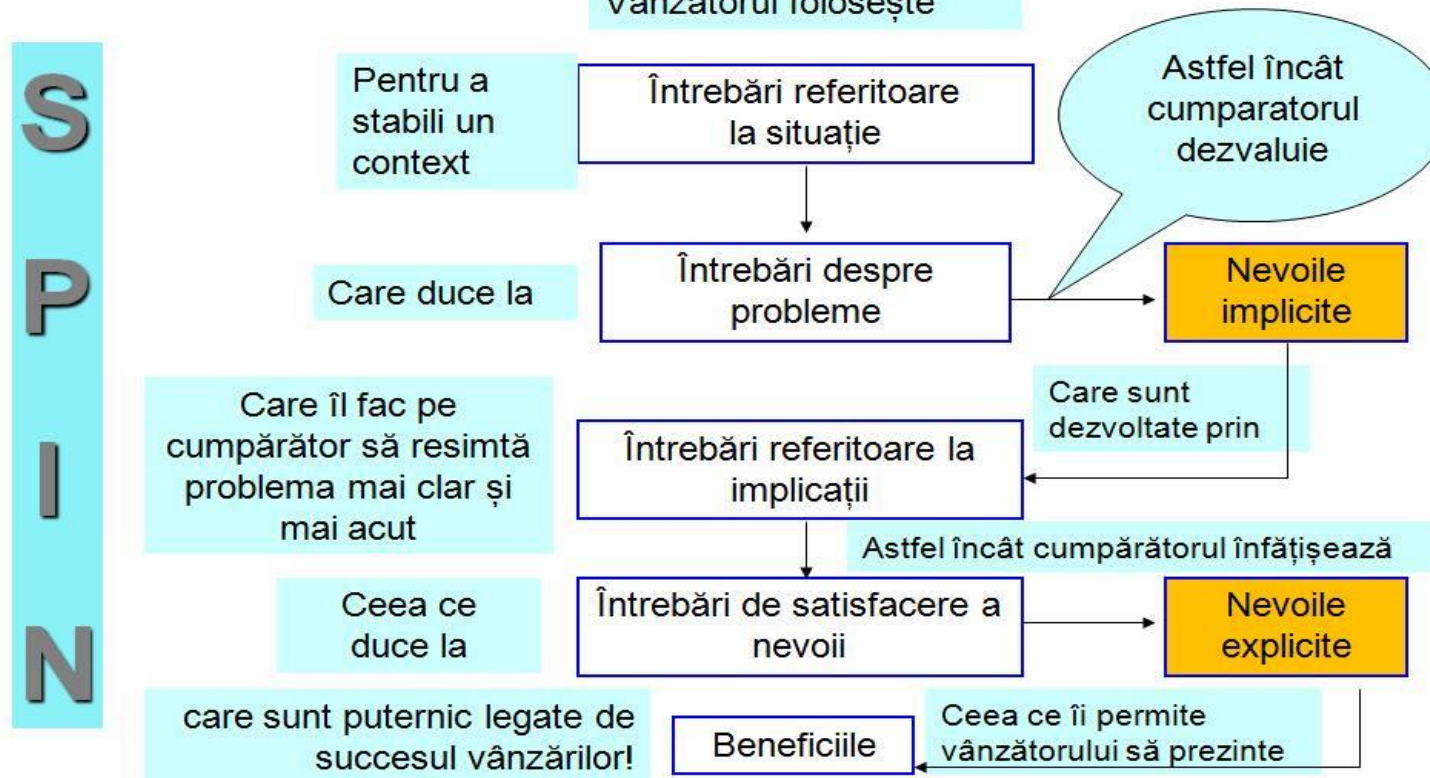
5 motive pentru a pune întrebări

1. Pentru ca clientul se simte semnificația sa
2. Pentru a monitoriza procesul de trecere a etapelor
3. Pentru a înțelege necesitățile și dorințele clientului
4. Pentru a implica clientul într-o conversație
5. Pentru eventuale obiecții



Etapa investigației Modelul SPIN

Vânzătorul folosește



Exemple



Acest televizor funcționează cu o frecvență de 100 hertz, astfel încât calitatea imaginii este foarte mare, îți permite să observi marca de filare pe canalul de vânătoare și pescuit..

Ceainicul Braun are un încălzitor de disc, astfel încât apa din ceainicul se fierbe în 3,5 minute. Imaginați-vă că oaspeții au venit la voi. Numai sau dezbracat iar ceainicul din bucătărie se fierbe deja..





E important să auzi și să asculți?



Ascultare activă



Tehnici de bază de ascultare activă

Varianta «ECOUI»

Varianta «Rezumat»

Varianta «Precizare»

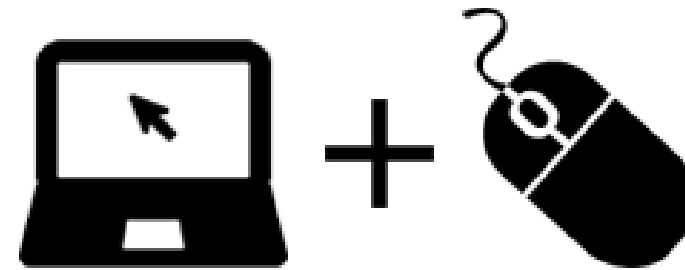
Varianta «Consecința logică»



Cross-sell & Up-sell



Up-sell

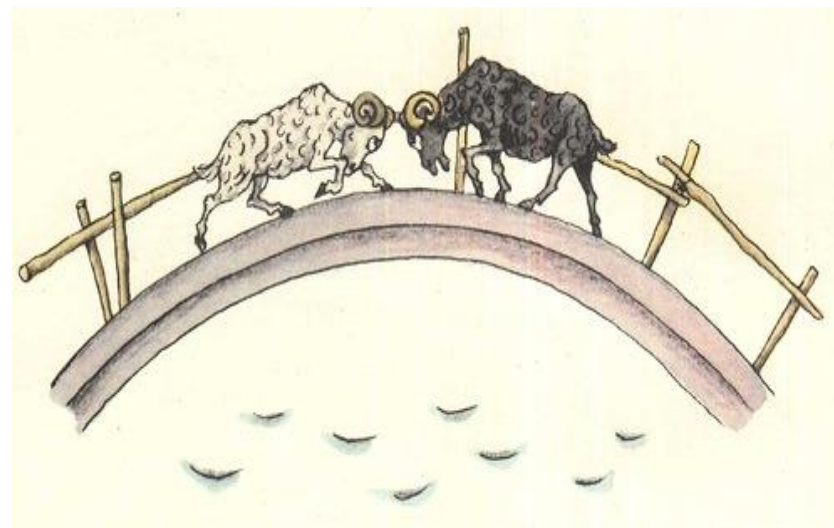


Cross-sell

&



Lucru cu Obiecții





Finalizarea vânzării

Tehnica alternativei sau a alegerii

Tehnica „fără risc”

Tehnica penuriei/ ofertei speciale

Tehnica abaterii atenției

Tehnica consecvenței sau a da-urilor mici

Tehnica R.O.I.





Tipuri și strategii de vânzări

Vânzări indirecte
Vânzări directe
Vânzări industriale:
Vânzări electronice:



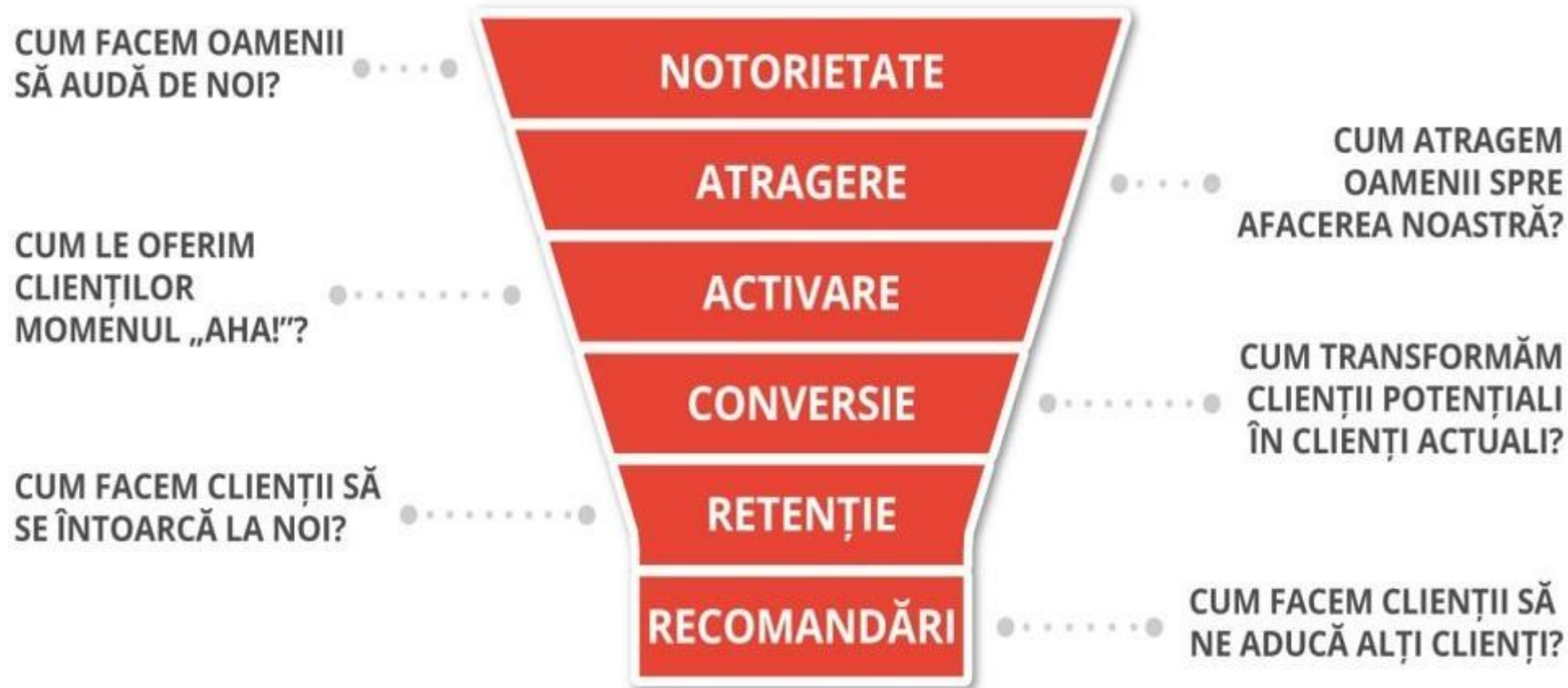


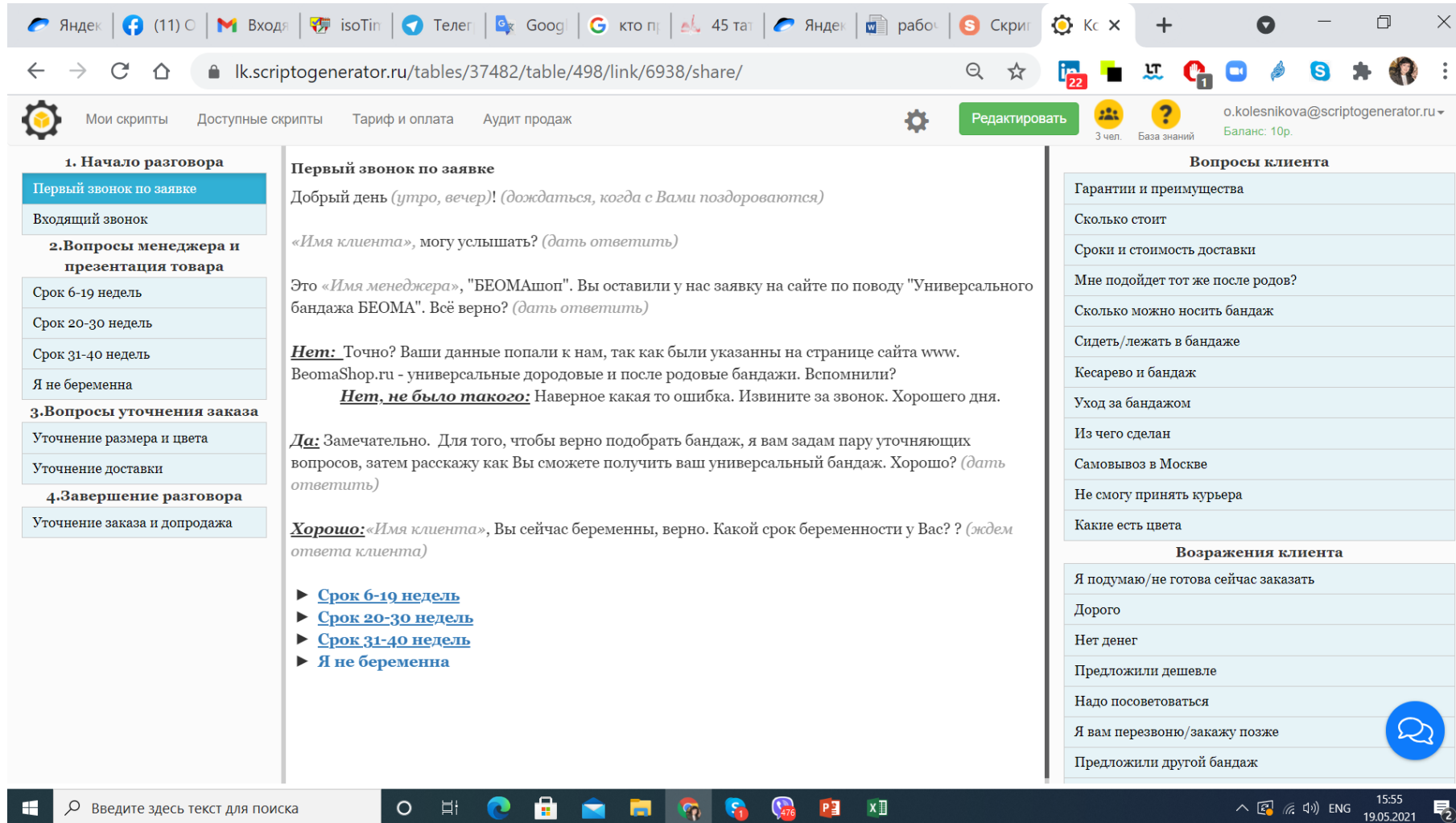
5 cheie de creșterea vânzărilor



- Clienți noi
- Mai multe tranzacții
- Majorarea checului
- Preț
- Tranzacții repetate

PÂRGHIILE DE CREȘTERE A UNEI AFACERI







MINISTERUL DEZVOLTĂRII ECONOMICE
ȘI DIGITALIZĂRII AL REPUBLICII MOLDOVA



Mulțumim

ODA contacts

str. Albișoara, nr. 38, et. 5,
mun. Chișinău

Tel: /+ 373 22/ 29 57 41

<https://www.facebook.com/oda.moldova>

E-mail: info@oda.md

Web page: www.oda.md