

Тренинг Алексея Мельникова «Успешная продажа квартир застройщиком: от входящего звонка к результату»

Введение

Есть мнение, что если менеджер работает с входящими звонками, то его обязанностью являются ответы на вопросы клиента. Иногда такое мнение выходит на передний план, и менеджер начинает воспринимать его как единственную стратегию в своей деятельности. Даже если клиент пришёл в офис, он продолжает придерживаться этой стратегии и работает в режиме автоответчика. Фактически в таком поведении сотрудника обесценивается ключевой элемент успешной продажи – активность. Как следствие, невысокий процент назначенных встреч. Количество состоявшихся встреч ещё меньше, так как без активной позиции менеджер не в состоянии довести клиента до офиса. И количество заключённых договоров оказывается совсем невелико по отношению к количеству входящих звонков. Получается «воронка» продаж с очень узким выходом.

Как расширить выход «воронки» продаж? Как увеличить количество зафиксированных встреч? Как довести клиента до офиса и что такое доминантный мотив покупки? Ответы на эти и другие вопросы участники узнают на предлагаемом тренинге, который основан на системном подходе, то есть разбираются конкретные схемы и алгоритмы, позволяющие каждому менеджеру сформировать устойчивую систему прикладных умений для работы с покупателями жилой недвижимости.

Цели обучения

- Сформировать у менеджеров понимание сущности активной позиции в продажах недвижимости.
- Выработать у них ключевые умения для достижения целевых бизнес-показателей по продажам.
- Повысить уровень знаний участников тренинга в их профессиональной деятельности.

Ожидаемые результаты участников тренинга

- Участники узнают, как строить результативное общение с покупателями квартир и ключевые алгоритмы работы по каждому этапу переговоров.
- Выработают умение подводить клиента к решению о необходимости личной встречи с менеджером в офисе.
- Отработают умение доводить клиента до офиса.
- Выработают умения выяснять доминантный мотив покупки квартиры и аргументированно предлагать варианты на его основе, в том числе и при первичной консультации по телефону.
- Отработают умения эффективно отвечать на возражения клиентов как на этапе назначения встречи, так и при личном общении в офисе.
- Разработают «скрипты» (речевые модули) по ключевым алгоритмам переговоров с клиентами для практического применения в своей повседневной деятельности.

В программе тренинга

Как достичь успеха в продажах.

- Основная идея успешного общения с клиентом.
- Возможности менеджера по продажам квартир для влияния на покупателя.
- «Воронка» продаж как инструмент осознания менеджером важности активной позиции.

Психология покупки клиентом жилой недвижимости.

- Может ли быть покупка квартиры «импульсной»?
- Обдуманная (большая) покупка.
- Кто и что влияют на принятие клиентом решения о покупке.
- Типы клиентов.

Входящий звонок – старт успешной продажи.

- Цели и задачи менеджера, когда он поднимает трубку.
- Отвечать или предлагать?
- Как договориться с клиентом о встрече в офисе.
- Устное бронирование квартиры.

- Как довести клиента до офиса.
- Мера ответственности клиента.

Первичная консультация.

- Подготовка к общению с клиентом.
- Установление доверительных отношений.
- Определение доминантного мотива покупки.
- Предложение вариантов на основе доминантного мотива покупки.
- Как работать с возражениями.
- Фиксация договорённостей о дальнейших действиях по срокам.

Подготовка к встрече с клиентом.

- Что известно о клиенте?
- Постановка целей и задач встречи.
- Личная подготовка менеджера.

Открытие встречи.

- Что продаём на этапе открытия встречи.
- «Чай или кофе?» – установление доверительных отношений.
- Как представить конкурентные преимущества в измеримых показателях.

Достоверное понимание потребностей клиента.

- Виды вопросов и правила их использования.
- Вопросы, ориентированные на специфику восприятия разными типами клиентов.
- Вопросы на выявление доминантного мотива покупки.
- Технические вопросы.

От мотива покупки к презентации.

- Стоит ли заставлять клиента думать?
- Требования, предъявляемые покупателем к квартире.
- Что такое «весомый» аргумент.
- Как встроиться в «мечту» клиента.
- Сколько вариантов предлагать?

Работа с возражениями и отговорками.

- Истинные возражения, отговорки и условия.
- Возражение как потребность клиента быть правым (по Д. Перси).
- Возражение как невыясненный мотив покупки.
- «Большой» и «малый» круги работы с возражениями.

Варианты типичных возражений.

- «Мне нужно подумать».
- «Мне нужно посоветоваться с...».
- «Боюсь, что Вы меня обманете».
- «Договор долевого участия – это «развод» для лохов».
- «Я просто хочу узнать...».
- «Я ещё позвоню в другие компании».

Подведение клиента к решению.

- Методы подведения клиента к решению.
- Фиксация договорённостей.
- Действия менеджера после встречи с покупателем.

Итоги тренинга.

Методы проведения

Теоретический материал в тренинге чередуется с практическими упражнениями и кейсами. Участники работают как в группах, так и индивидуально с презентациями, обсуждениями и выводами для своей профессиональной деятельности.

На обучении сотрудники разрабатывают «скрипты» для практического применения в своей работе. При этом рабочее время тренинга распределяется следующим образом: 20% – теория, 80% – практика.

Формат тренинга

- Два-три дня: с 10:00 до 18:00.
- Ежедневно два кофе-брейка: по 15-20 минут.
- Ежедневно обеденный перерыв: 60 минут.

Дополнительно

Тренинг ведёт Алексей Мельничнов:

- бизнес-тренер, практик с опытом личных продаж товаров и услуг,
- с 19-летним опытом обучения и развития взрослых людей,
- с управленческим опытом с 2002 года,
- с опытом руководства сервисным подразделением,
- география проведения тренинговых и консалтинговых проектов насчитывает 25 городов России и ближнего зарубежья - от Владивостока до Минска.