**КНИГА ПРОДАЖ**

**ЗАО «ДарИнтерРесурсы»**

**Часть 1. Компания и продукт.**

Раздел 1. Наша компания.

* Общая информация о компании
* Миссия
* Базовые ценности
* История создания компании и ее легенда
* Идеология бренда компании и его основные атрибуты
* Информация, мотивирующая на достижение определенных высот (истории успеха сотрудников компании на конкретных примерах)
* Правила, принятые внутри компании
* Организационная структура компании

Раздел 2. Общеотраслевая информация.

* Специфика отрасли
* Тренды
* Место компании в отрасли

Раздел 3. Продукты компании.

* Укрупненная схема товаров/услуг/внутренних брендов компании
* Информация о товарах/услугах в разрезе товарных групп/ассортиментных единиц
* Уникальные торговые предложения (реальные) для отдельных товарных единиц/услуг в разрезе групп
* Информация, позволяющая обосновать преимущества продуктов компании перед конкурентными аналогами

Раздел 4. Клиенты компании.

Раздел 5. Стандарты продаж и рекомендации

**Часть 2. Книга продаж.**

(Текстовый учебник с упражнениями для самостоятельной работы).

Раздел 1. Установление контакта.

* Привлечение внимания клиента (фразы при встрече клиента)
* Пристройка к клиенту
* Влияние невербального общения.
* Стандарты установления вербального контакта.
* Как втянуть клиента в разговор
* Удержание внимания клиента на протяжении всей встречи

Раздел 2. Выявление потребностей клиента

* Вопросы, используемые для выявления потребностей клиента.
* Определение ситуации клиента
* Выявление проблем и потребностей клиента
* Стандарты активного слушания клиента.

Раздел 3. Презентация

* Уникальные конкурентные преимущества компании.
* Факты, вызывающие интерес и уважение к компании.
* Уникальные конкурентные преимущества предложения (по предлагаемой группе товаров/услуг).
* Удачные примеры (статистика, источники), метафоры, презентации товара/услуги.
* Примеры презентации товара/услуги.

Раздел 4. Работа с возражениями.

* Алгоритм работы с возражениями
* Методы работы продавца с сомнениями и возражениями.
* Часто задаваемые покупателями вопросы и варианты ответов к ним.
* Запрещенные фразы и выражения. Ошибки менеджеров

Раздел 5. Завершение сделки, продажа товара

* Методы и примеры завершения сделки
* Направление клиента на покупку
* Фразы о договоренности последующих действий.

Раздел 6. Выход из контакта

* Фразы на этапе завершения контакта.
* Примеры комплиментов
* Фразы прощания с клиентом

**Дополнительно к разработке книги продаж можно добавить:**

* Правила адаптации новых сотрудников, перечень должностных лиц, которые решают определенный круг вопросов
* Внутрикорпоративная телефонная книга
* Правила работа с различными категориями и типами клиентов (ключевые, VIP, дистрибьюторы, сети и.т.д.)
* Правила и стандарты проведения переговоров о цене (торгов)
* Правила и стандарты проведения публичных выступлений и презентаций
* Стандарты оформления документов и коммерческих предложений
* Правила и стандарты, относящиеся к материальной (финансовой) мотивации сотрудников
* Правила и стандарты, относящиеся к нематериальной (нефинансовой) мотивации сотрудников
* Неформальные правила и стандарты, принятые в организации
* Проведение мастер-классов и тренингов по продажам и продукту компании
* Проведение фасилитации, модерации, стратегической сессии
* Проведение организационной диагностики

**Разработчик:** компания «TRIUMPH STRATEGY» (Москва)

E-mail: client@triumph-strategy.ru

Тел.: +7 (495) 506-30-76