



OBCHODNÍ DOVEDNOSTI



Znalost produktu

Aby byl Váš prodej efektivní a mohli jste vždy dobře prezentovat naši firmu a její produkty, je bezpodmínečně nutné mít o nich všechny dostupné informace. Zákazník by se měl dozvědět vše co potřebuje vědět. Rozhodně žádné informace nezatajujte ani v něm nevzbuzujte přehnaná očekávání. Naše zboží je perfektní, ale má i své limity a omezení.

1. krok

Znalosti

Znalost výhod našich produktů

dovolte nám sumarizovat základní výhody našich výrobků oproti jiným:

- Za zlomkovou cenu zlata nabízí obdobné užité vlastnosti
- Jsou takřka nerozeznatelné od zlatých šperků
- Přinášejí lidem radost a potěšení za přijatelnou cenu
- Umožní zákazníkovi obměňovat své šperky tak často jak jen bude chtít a to bez finančních starostí
- Díky vstřícné politice záručních a pozáručních oprav jsme schopni i velmi poškozený výrobek opravit za zlomek původní ceny



Pochlubte se tím co děláte

Každý kdo chce v jakémkoliv oboru uspět, potřebuje plán. Když máte plán, máte i peníze. **Distributor našeho zboží potřebuje jediný plán - nebát se naše zboží lidem ukázat a pochubit se tím co dělá.** To doopravdy bohatě stačí. Naše zboží potěší prakticky každého. Jedná se o líbivé kvalitní šperky, které přinesou radost všem. Není důležité rozlišovat mezi tím komu ano a komu ne. **Ukažte naše zboží všem a úspěšnost Vás příjemně šokuje, stejně jako výše výdělků!**



2. krok

Zákazník



První kontakt oslovení

Každý obchod začíná prvním kontaktem, prvním oslovením. Staré čínské přísloví říká, že „**Kdo se neumí usmívat, nesmí si otevřít obchod**“.

Pro naše zboží není důležité být výřečný při prodeji. Je však důležité při komunikaci se zákazníkem prolomit ledy. K tomu vždy nejlépe slouží emoce, milý úsměv, pochvala (pěkný účes, příjemný hlas, šikovné děti, krásné auto, zahrada, apod.), vzbudit zájem a tím získat svolení v rozhovoru a předvedení našeho zboží. Pokud zrovna není vhodné prezentovat naše zboží okamžitě, je důležité dohodnout náhradní termín – navrhnout dvě varianty: „Hodí se ti to v úterý nebo ve čtvrtek“, zákazník už pak nepřemýšlí **zda** se mu to hodí, ale **kdy** se mu to hodí.

Zjišťování potřeb

Mám před sebou zákazníka nebo potenciálního spolupracovníka? Umět klást otázky a především umět naslouchat (Pánbůh nám nadělil dvě uši a jenom jednu pusu). Jinak se bude při prodeji spolupracovat s někým, kdo je sám ověšený zlatem a jinak s vystresovaným mužem, který na poslední chvíli shání manželce dáreček v výročí svatby.... (no však to známe). **Zákazník bude zcela spokojený jen tehdy, pokud se mu nejen podaří dobře nakoupit, ale bude mít i dobrý pocit z toho, že nakoupil dobře. Tento pocit získá tím, že někdo vyslyší jeho potřeby a dle nich mu pomůže zboží vybrat.** Naslouchejte svým zákazníkům a oni se budou vracet znovu a znovu.

Prezentace produktu

Prezentace zboží je v našem případě díky vzorkovnicím jednoduchá. Není třeba žádného vysvětlování. Stačí opravdu jen naslouchat a pomáhat zákazníkovi se orientovat v široké škále našich výrobků.

Důležitá poznámka z psychologie : při jakémkoliv osobním obchodním jednání **NEPOUŽÍVEJTE** záporné! Např. otázky typu *Nechceš...? Nemáš zájem...?* apod. podvědomě nabízí se odpověď *nechci... nemám....* A to přeci nechceme.

Je dobré si obchodní rozhovor trošičku natrénovat. Výsledky pak bývají překvapivě skvělé.



3. krok Zvládání námitek



Zvládání námitek - námitky zákazníků a jejich zdolávání

Motto:

"Kdo neumí zdolávat námitky, neumí prodávat."

Námitky zákazníků – nejtěžší bod obchodního jednání. Každý zná zákaznickou reakci typu - "Je to drahé", "Nemám peníze", "Musím si to rozmyslet", "Konkurence"

Nezvládnutí těchto námitek znamená jednoznačně ztratit zákazníka. Pro potenciálního zákazníka je rozhodnutí koupit vždy doprovázeno smíšenými pocity a strachem ze špatného rozhodnutí. Tento vnitřní konflikt se projevuje námitkami zákazníka. Námitky zákazníků musíme umět zodpovídat reflexivně a logicky. Jak již bylo řečeno v předchozích bodech, je dobré znát produkt a mít připravené odpovědi na všetečné dotazy zákazníka. Předvedete tím případným nedorozuměním apod. Obchod by měl být zábavou a potěšením, nikoliv stresem jak pro prodávajícího tak pro zákazníka. Přípravou se dá těmto jevům předejít a opravdu si užít zábavy.

Námitka je částečně projevem zákaznickovy zvědavosti a částečně projevem jeho strachu. Nejdůležitějším aspektem zvládání námitek je schopnost odbourat strach a vzbudit prostřednictvím zvědavosti zákazníkův zájem. Podívejte se na nejčastější námitky a na dobré způsoby jejich zdolávání.

Je to drahé

Souhlasím s tebou, není to zrovna málo peněz, ale zkus se podívat do zlatnictví, protože za takový řetěz tam necháš minimálně 15 tisíc. Většina lidí mi říká: To si radši vezmu od tebe za tisícovku tohle krásné Dámy a za ušetřených čtrnáct poletím do Egypta....

nebo použijte vlastní příklad: Řetězů z ryzího zlata už mám doma několik v krabičce a bojím se to nosit, ten když ztratím tak je to na infarkt, když ztratím toto za pět stovek, tak to člověka mrzí, ale dá se to rozdychat.

nebo použijte jiný příklad: Když jdu ke kadeřnici, tak mně to vždy stojí minimálně sedm set, no a za měsíc už se objednávám znovu ... a taky je to „jenom“ paráda....

Je to asi nějaký šunt:

Upřímně řečeno, nejsi první, kdo měl takové obavy, je pravda, že spousta lidí má špatné zkušenosti s pozlacenou bižuterií, ale je taky pravda, že to mluvili o zboží zakoupeném někde na tržnici. A tady už je velký rozdíl, to je úplně jiná technologie zlacení, podívej: každý náš výrobek má naše logo a na každý se vztahuje dvouletá záruka (pro zajímavost SBS TRADE neslo záruku 24 měsíců již roky před tím, než to bylo ze zákona povinné). Já netvrdím, že to je šperk, který budou dědit děti tvých dětí, ale zkušenosti jsou s tím rozhodně dobré, kdyby to byl šunt, tak ta firma by určitě nemohla fungovat už 10 roků a těžko by na to dávala dvouletou záruku a perfektní servis. Já to dělám tři roky a mám spoustu spokojených zákazníků....

Zčerná to

Chápu tvoje obavy a vím, že se to jistě někomu přihodilo, ale to neměl naše zboží. Podívej na můj řetízek, mám ho na krku dva roky, ten vedle je z ryzího zlata a vidíš v tom nějaký rozdíl? Samozřejmě chce to taky trošku údržby a řetězky občas sundat a vyčistit. Na „záručáku“ máš podrobný návod.... Pokud by přeci jenom nastal nějaký problém, tak neznám jediný případ, kdy by firma zákazníkovi nevyhověla a výrobek neopravila k jeho spokojenosti.

Jediné co může působením prostředí zčernat je stříbro - ale to je obecně známá vlastnost a opět v záručáku najdeš návod, jak výrobek během pár vteřin vyčistit.

Já zlato nenosím

Máš pravdu, já taky nejsem ověšená od hlavy k patě a říkává to víc lidí, ale většinou to říkají proto, že jim je líto vyhodit takových peněz za ryzí zlato, ale tady máš parádu za pár korun.... Notabene ti SBS TRADE nabízí nejenom špičkové silnovrstvé zlacené šperky, ale také řetízky stříbřené technologií SILVERTOP, ryzí stříbro, nerezové a titanové šperky, případně ručně vyráběné skleněné šperky. U nás si prostě vybere každý.



4. krok péče o zákazníka



Perfektní možností jak se k zákazníkovi vždy vrátit, je **vzít si na něj kontakt** a popřípadě se i dozvědět **pro jakou příležitost** si výrobek kupuje apod. Tyto údaje je dobré mít poznamenány v nějakém sešitě, popřípadě kalendáři a využít je vždy při nové kolekci zboží, nebo při obdobné příležitosti kdy zákazník kupoval poprvé. Pokud totiž víte, že Váš zákazník kupoval manželce šperk k narozeninám, není nic jednoduššího, než jej po roce znovu zkontaktovat a optat se na spokojenost s výrobky a rovněž mu nabídnout další výrobek (např. z nových kolekcí apod.) Totéž platí pro Vánoce, Valentýna apod. Je prostě vždy skvělé udržovat se svými zákazníky kontakt. **Tyto informace a pár drobných investovaných do telefonátu ve správný čas se Vám tak mnohonásobně vrátí na Vašich výdělcích.**

Uvědomte si, že 90% lidí nechodí dárky kupovat, ale chodí dárky shánět. Nejde o to, že by na trhu nebyl dostatek zboží (právě naopak), ale lidé si neumí správně vybrat a často tak obdarování končí nějakou „pitomostí“. Vy – distributoři SBS TRADE – nabízíte zákazníkovi perfektní servis v podobě bohatého výběru, doručení výrobků až domů a hlavně pomoc při jejich výběru. Zasloužíte si tak každou korunu, kterou si díky spokojenosti zákazníka vyděláte. Tyto peníze se před vámi valí v obrovských vrstvách na chodníku a jediné co Vy musíte udělat, **je chtít je zvednout!**

Hodně úspěchů!

SBS TRADE
Rádlo 286
468 03 Rádlo u Jablonce n.N.

SBS TRADE
jewellery collection

Tel.: +420 483 312 599
info@sbstrade.cz
www.sbstrade.cz