**Пример скрипта продаж**

1. **Первоначальное предложение о закупке туши для ресниц**

**Менеджер:** Добрый день! Группа компаний «Про-Лэнд». Меня зовут Александрина. Как мне к вам обращаться? Отлично, [ИМЯ КЛИЕНТА], слушаю вас!

**Клиент:** Вы прислали нам письмо, в котором написано, что вы дадите комментарии по акции в магазине.

**Менеджер:** Да, конечно! Вы готовы? Тогда вперед: записывайте или запоминайте.

При входе в торговый зал сделайте большой указатель на тушь для ресниц Max Factor по сниженной цене, чтобы было хорошо видно. При открытом доступе выкладку товара необходимо произвести в дальнем углу зала, для того чтобы покупатель прошел через все помещения магазина. Если у вас магазин закрытого доступа, размещайте товар и плакат на самом видном месте. Во всех случаях товар должен находиться на уровне глаз. Уверен (-а), вы сможете все правильно сделать: вы же профи! **(**З**акончить эту фразу надо очень позитивно, с улыбкой.)**

**ВОЗРАЖЕНИЯ:**

**1. А можно прислать нам все на почту?**

— Можно. Отправляю (дополнительно в письме нужно отправить комментарии).

**2. Нет, нам это не интересно (нам это не нужно).**

— Понимаю. Вы знаете, примерно с каждым четвертым клиентом акция начиналась именно с этого. Вам нужно увеличить выручку?

**а) Нет, спасибо.**

В таком случае менеджер должен узнать у клиента, хочет ли он проводить эту или другую маркетинговую акцию у себя в магазине. Если нет, то дальше менеджер использует скрипт продажи товара (туши) «теплому» клиенту.

**б) Да, но акции меня не интересуют, мы их уже проводили.**

Менеджер с помощью наводящих вопросов старается узнать, чем еще компания может помочь клиенту (предложить новые товары, другую акцию и так далее).

1. **Дополнительное предложение о закупке лака для ногтей**

**Менеджер:** [ИМЯ КЛИЕНТА], скажите, а как у вас с продажами в прикассовой зоне?

**Клиент:** Все отлично.

**Менеджер:** Хотите, чтобы стало еще лучше? Специально для вас в этом месяце мы подготовили самые продаваемые оттенки лака для ногтей для продажи в прикассовой зоне и в чашах на выходе, которые принесут вам еще бóльшую прибыль. Ваша розничная цена с учетом наценки будет очень привлекательна для покупателей! Просто потрясающая акция! Ну что, вы готовы сделать заказ?

**ВОЗРАЖЕНИЯ:**

**1. У нас и так все хорошо.**

— Прекрасно, именно поэтому мы вам и предлагаем. Вы-то точно умеете продавать.

(Если все же клиент и дальше отказывается покупать лак, менеджер предлагает другие товары или акции, внедрение которых поможет увеличить прибыль.)

**2. Дорого.**

— Почему вы так решили? Дорого по сравнению с чем? На сколько процентов? Это касается всего прайса или каких-то определенных позиций?

**3. Не нужно (не интересно).**

— Понимаю. Каждый второй клиент говорит так, пока не запустит акцию с нашими лаками и не поймет, что это действительно выгодно.

**4. Мы берем дешевле (мы видели ваши цены).**

— Замечательно! Что для вас важно? Только цена? Все остальное устраивает? Вы готовы взять лаки для всех магазинов вашей сети?

**5. Мы работаем с другим поставщиком.**

— Понятно. Мы очень хорошо знаем, что предлагают наши коллеги. Именно поэтому и предлагаем рассмотреть наше предложение. Все познается в сравнении. Каков результат вашего сотрудничества с другой компанией — все хорошо? Нет перебоев в поставках? Производится ли замена брака?

**6. А какие у вас скидки?**

У нас прекрасные скидки для наших клиентов. Вы уже готовы сделать заказ для всех магазинов?

**Во время беседы менеджер предлагает оформить дополнительный заказ на лак для всех магазинов сети. Цель: допродажа на 50 000 руб. в каждой точке.**

**Источник:** группа компаний «Про-Лэнд»