

image not found or type unknown



Каждая профессия характеризуется своей речевой особенностью, ведь профессионализм накладывает отпечаток на стиль речи, её эмоциональную характеристику. Цель разговора продавца - информация о свойствах товара.

В разговор с продавцом вступает приблизительно каждый второй посетитель (независимо от того, совершит он покупку или нет), примерно 100 вопросов в час. Все эти вопросы не могут остаться без исчерпывающего ответа и пояснений. Следовательно, отвечать нужно толково и вежливо.

Речь продавца должна быть информативной, выразительной, в то же время емкой и лаконичной. Она не должна включать в себя шаблонные выражения (типа «это товар высокого качества» или «это очень практично»). Давая характеристику товару, продавец должен четко выделить главное, важное. Для этого необходимо развивать словарный запас. Характеризуя товар, следует обратить внимание на широту и полноту сведений о товаре, степень квалифицированности объяснений следует соизмерять с уровнем подготовленности покупателя: взрослому человеку не нужно объяснять, как работает авторучка, первокласснику такие объяснения бывают необходимы.

Отрицательные ответы покупателю не должны быть односложными, т.к. они не дают достаточной информации покупателю. Например:

- Есть ли у вас энергосберегающие лампы?

- Нет

Такой ответ не дает понять покупателю, распроданы ли лампы или их вообще нет в продаже, что вызывает дополнительные вопросы. Легче предупредить их с самого начала: «Лампы должны поступить в новой партии через неделю».

Разговор с покупателями самая трудная часть работы продавца и кассира.

1. Покупатель должен из разговора продавца понять, что продавец мастер своего дела, хорошо знает ассортимент товара.
2. Разговор должен быть спокойным, доброжелательным, коротким и конкретным. Многословных продавцов покупатели не любят и не доверяют им.

3. При разговоре нельзя перебивать покупателя.
4. При обращении с покупателем нельзя смотреть в другую сторону и сидеть.
5. Нельзя отвечать однозначно: да или нет, так как это ни о чем не говорит, т.е. не объясняет.
6. Не следует расхваливать товар без чувства меры со словами чудесный, великолепный, а лучше сказать надежный, практичный.
7. Если покупатель не согласен с продавцом, то не надо спорить с ним, а убеждать конкретными фактами.
8. Не следует забывать, что слова «спасибо», «пожалуйста», «будьте добры»,. придают вежливость речи продавца
9. Речь продавца должна быть живой, бодрой, четкой, произношение ясным, тон уверенным и убедительным.
10. Повышение голоса не убеждает, а отталкивает покупателей.
11. Продавец должен помнить, что своим внешним видом и поведением он воздействует на покупателей.

Этапы работы продавца с клиентом:

- * Установление контакта с покупателем: продавец не должен заставлять посетителя ждать, его необходимо вежливо приветствовать и приступить к диалогу, связанному с намерением покупателя.
- * Выявление желания покупателя: если у покупателя имеется определенный настрой на покупку, то нужно помочь ее совершить, если у покупателя неясное представление о покупке, которую он хотел бы приобрести, то продавцу следует дать исчерпывающую информацию о товаре.
- * Аргументация в пользу покупки товара: необходимо выделить преимущественные признаки товара: для продовольственных товаров -- составляющие компоненты, пищевая ценность, экологичность, срок годности, цена; для непродовольственных -- технические характеристики, параметры, надежность, цена, изготовитель, послепродажный сервис.

- * Аргументация, относящаяся к покупателю, включает спрос, предрасположенность к товару, покупательские возможности.
- * Принятие решения о совершении покупки: общение и переговоры с покупателем должны устранить препятствующие моменты и расположить покупателя к принятию решения о покупке товара.
- * Совершение покупки: на завершающей стадии осуществляются расчеты с покупателем и выдача приобретенной покупки. При продаже товара с гарантийным сроком службы делается соответствующая отметка в паспорте, прилагаемом к изделию.