

## Техники завершения сделки - выведи бизнес на новый уровень. Часть 3



И в завершение темы ещё два эффективных варианта закрытия сделки.

Если вышеперечисленные техники оказались бесполезны, вам непременно должны помочь следующие два, потому как они используются не часто, а значит, не режут слух



покупателям.

## «Острый угол»

Традиционная техника, которая используется в том случае, когда клиент намекает на снижение цены или предоставление дополнительных товаров. Делает он это для того, чтобы простимулировать продавца следовать его указаниям. Если руководство позволяет использовать такие уступки в крайнем случае при продажах, то почему бы и нет. Выбирайте такую технику, чтобы удивить покупателя и быстро закрыть сделку.

К примеру, в магазин пришел обычный покупатель, но вместо одной, двух, трёх пачек саморезов, он готов купить крупную партию, но с условием, что ему на неё будет предоставлена скидка. Согласитесь на нее, и предложите приобрести ещё и альтернативный вариант, например, такие же саморезы, но с разноцветной шляпкой. В таком случае, клиент будет удовлетворен, что его условия выполнены, плюс он может заинтересоваться подобным предложением и совершить дополнительную крупную покупку.

## «Прощупывающие вопросы»



Прощупывающие вопросы для выявления и удовлетворения потребностей потенциальных клиентов, важно с ними выйти на прямой контакт и задавать открытые вопросы, т.е. на такие, которые клиент будет отвечать осмысленно, а не просто да или нет. Так вы сможете его заинтересовать ещё в процессе выбора товаров. Аналогично вы можете устранить возражения, которые обычно препятствуют покупке.

Закрывать сделку можно ещё и вопросительными фразами, чтобы отработать возможные возражения и заинтересовать клиента. Один из вариантов: уточнить у покупателя помог ли товар продавца решить его проблему или удовлетворить потребность. Так можно выяснить готовность клиента совершить покупку и понять будет ли клиент продолжать покупать аналогичный товар. Не забывайте рассказывать о преимуществах товара.

Есть и более современные методики продаж, когда вопросы и открытое общение с клиентом производится на каждом этапе покупки товара. Переговоры в таком случае направлены на выявление потребностей покупателя и по их результатам предложение конкретного продукта или услуги, которые будут удовлетворять их.