

Правила успешных продаж окон ORTEX

Руководство для менеджеров по продажам

Издание 3



ОКНА, КОТОРЫЕ ЗАЩИЩАЮТ

ORTEX

Содержание

ПОДГОТОВКА К ПРОДАЖАМ

Что должен знать менеджер по продаже пластиковых окон.....	3-5
Что должен знать менеджер о продукции ORTEX.....	6
Система ORTEX Classic.....	7
Система ORTEX Optima.....	8
Система ORTEX Optima Design.....	9
Система ORTEX Premium.....	10
Система ORTEX Premium Color.....	11
Система ORTEX Premium Decor.....	12
Система ORTEX Premium Door.....	13
Системы ПВХ профилей ORTEX.....	14
Информационная поддержка.....	15

ПРОДАЖА ПЛАСТИКОВЫХ ОКОН ORTEX

Цель менеджера по продаже пластиковых окон.....	16
Этапы продаж.....	16-17
Приветствие и установление контакта.....	17
Выявление потребностей клиента.....	18
Какое окно предложить клиенту.....	19-20
Презентация продуктов.....	21
Работа с возражениями.....	22-24
Завершение общения.....	25
Продажи по телефону.....	26-28
Продажи в интернете.....	29
Предложение дополнительных и сопутствующих товаров.....	30

ПОДГОТОВКА К ПРОДАЖАМ

Успешные продажи пластиковых окон ORTEX начинаются с подготовки. От того, насколько подготовлен менеджер, какой информацией он обладает, готов ли он ответить на любые вопросы клиентов, оснащен ли необходимыми материалами для презентации товаров, во многом зависит конечный результат.

Что должен знать менеджер по продаже пластиковых окон?

Каждый менеджер по продаже пластиковых окон должен хорошо знать продукт, его основные свойства и преимущества. Но, в первую очередь, менеджер должен знать специфику окна, из чего оно состоит, и уметь объяснить это клиентам.

► ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ

Профиль ПВХ - это пластиковые части окна, выполняющие несущую функцию. Они соединены между собой и образуют каркас окна. Профиль ПВХ может иметь разную ширину (58, 60, 62, 70 мм и т.д.) Воздушные камеры профиля - это полости внутри него, образованные вертикальными перегородками. Профиль может быть 3-, 4-, 5-, 6-камерным и т.д. Соответственно, чем больше ширина и количество камер профиля, тем окно лучше сохраняет тепло и надежнее защищает от уличного шума.

Сопротивление теплопередаче профиля - отношение разницы температур на внешней и внутренней поверхностях ПВХ профиля к количеству тепла, проходящему через 1 м² профиля за 1 час. Сопротивление теплопередаче показывает теплоизоляционные свойства ПВХ профиля. Соответственно, чем больше сопротивление теплопередаче профиля, тем больше тепла будет оставаться внутри помещения и меньше холода со стороны улицы - проникать в него.

Армирование - металлический усилительный вкладыш, который устанавливается внутри самой большой камеры профиля ПВХ и обеспечивает необходимую жесткость конструкции.

Рама - изготовленная из профиля ПВХ неподвижная часть пластикового окна, через которую осуществляется его крепление в оконном проеме.

Импост - вертикальная или горизонтальная перекладина из профиля ПВХ, которая делит окно на части, в которые могут быть установлены оконные створки.

Штульп (ложный импост) - профиль, который крепится к одной из створок с внешней стороны и фиксирует створки в закрытом положении. Штульп заменяет импост и позволяет распахнуть настежь створки и получить панорамный вид без перекладины.

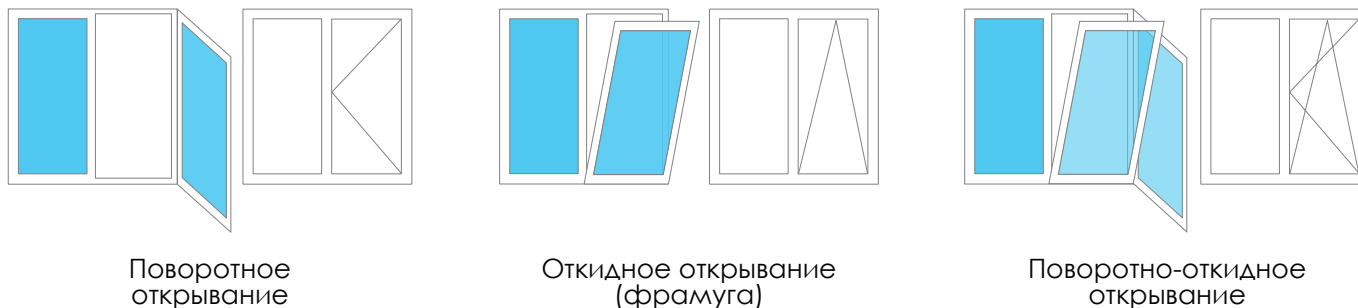
Створка - это открывающаяся часть окна. Неоткрывающиеся части называют глухими. В зависимости от количества частей, на которые разделено окно, оно может быть одностворчатым, двухстворчатым, трехстворчатыми и т.д. Створки могут открываться по-разному в зависимости от используемой фурнитуры.

Фурнитура - это большое количество различных взаимосвязанных деталей: всевозможных петель, ручек, замков и механизмов запираения. Фурнитура обеспечивает различные варианты открывания створок: поворотное, откидное и поворотнo-откидное.

Поворотная фурнитура предполагает стандартный вариант открывания, который позволяет открывать створку на 180 градусов.

Откидная фурнитура позволяет открывать створку посредством ее откидывания сверху (фрамуга).

Поворотнo-откидная фурнитура обеспечивает сразу оба типа открывания: и поворотное, и откидное.



Фальц - внутренняя поверхность ПВХ профиля, предназначенная для установки стеклопакета.

Фальцевый вкладыш - подкладка для фиксации и выравнивания стеклопакета в профиле.

Стеклопакет - это два или более стекла, которые герметично соединены между собой. Стекла разделены металлической дистанционной рамкой, внутрь которой засыпается молекулярное сито. Молекулярное сито используется для поглощения влаги и предотвращения запотевания. Наиболее часто в стеклопакете используются обычные стекла (М4), но также популярность набирают энергосберегающие стекла с низкоэмиссионным покрытием (И-стекло, К-стекло, ТОП-стекло и другие). Стеклопакеты могут быть 1-, 2-, 3-камерными. Под камерой понимается промежуток между стеклами. Таким образом, однокамерный стеклопакет состоит из двух стекол, двухкамерный - из трех и т.д.

Штапик - конструктивный элемент профиля ПВХ, обеспечивающий фиксацию стеклопакета в створке.

Шпросы - специальные планки, которые делят стекло на части. Конструктивные шпросы повышают надежность конструкции, так как используются для установки стеклопакетов и разбивки больших стеклянных поверхностей на более мелкие. Декоративные шпросы не являются конструктивным элементом окна и используются для украшения и получения желаемого узора на стекле.

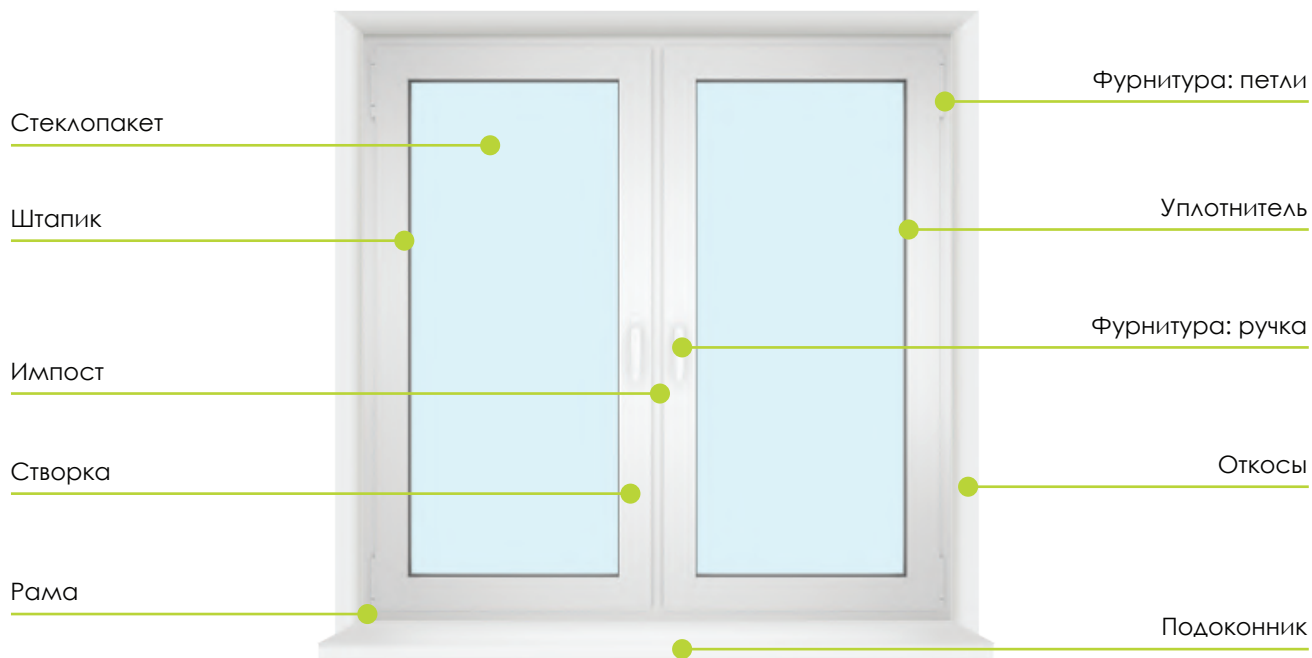
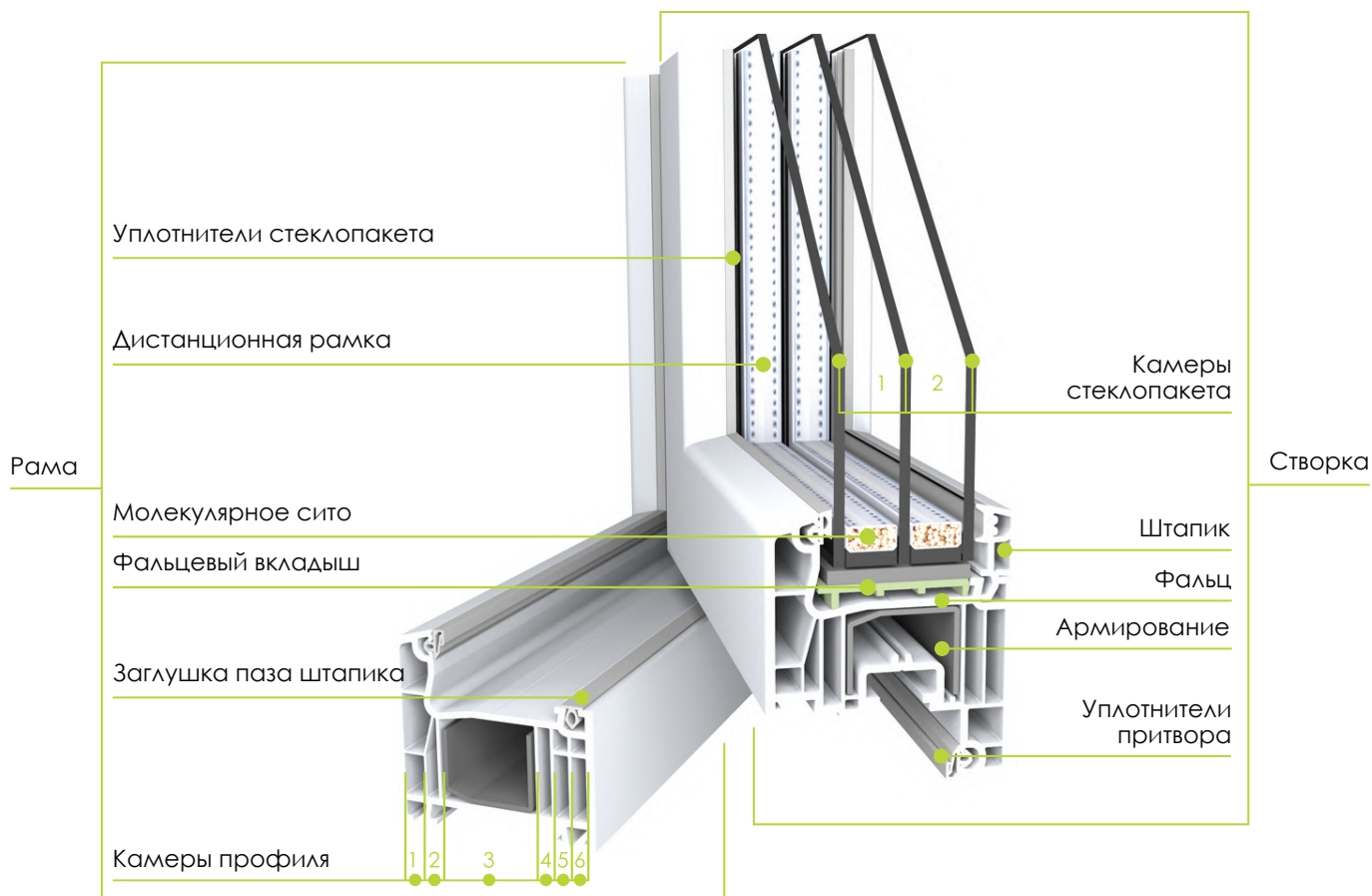
Уплотнители - специальная резина, обеспечивающая герметичность окна. По периметру рамы и створки располагаются уплотнители притвора, они создают плотное прилегание створки к раме и предотвращают появление сквозняков, попадание грязи и пыли в помещение, улучшают шумоизоляцию. Между профилем ПВХ и стеклом устанавливаются уплотнители стеклопакета, предназначенные для его фиксации. Уплотнители бывают черного и серого цвета. Наиболее распространены уплотнители черного цвета, в то время как уплотнители серого цвета делают окно более эстетичным и позволяют визуально расширить световой проем окна.

Заглушка паза штапика - гибкий шнур из мягкого ПВХ, который устанавливается в технологические пазы профиля рамы. Он позволяет предотвратить попадание пыли и грязи в труднодоступные места.

Подоконник - панель, устанавливаемая горизонтально в оконный проем на уровне нижнего профиля рамы. Подоконник придает окну законченный вид и защищает часть стены под собой.

Откосы - панели, расположенные по периметру внутренней или наружной части оконного проема и предназначенные для его декоративной отделки.

Отлив - это наружный подоконник, который используется для отвода воды от окна.



Что должен знать менеджер о продукции ORTEX?

Менеджер по продажам пластиковых окон также должен хорошо знать, что представляет собой профиль ORTEX, чем он отличается от других и в чем заключаются его основные преимущества.



Производство

ПВХ профиль ORTEX производится из качественного сырья на современном оборудовании. Рецепт профиля, разработанная с учетом особенностей сурового сибирского климата, постоянно улучшается и совершенствуется, а вся выпускаемая продукция проходит регулярный контроль качества. Все это позволяет гарантировать высокое качество профилей ORTEX и изделий из них.

ORTEX – основа качественного окна!



Долговечность

ПВХ профиль ORTEX долговечен, он устойчив к повреждениям и воздействиям окружающей среды, сохраняет свой внешний вид в течение всего срока эксплуатации, не меняет с годами свой цвет, форму и размер.



Надежность

Окна из ПВХ профиля ORTEX надежно и безупречно работают как в регионах с высокой солнечной активностью, так и в районах Крайнего Севера.



Экологичность

ПВХ профиль ORTEX соответствует всем экологическим стандартам, что подтверждено государственными сертификатами. Он безопасен, не наносит вред здоровью людей.



Доступность

Все профили ORTEX производятся в России, что позволяет достичь лучшего соотношения цены и качества и сделать надежные пластиковые окна доступными для каждого.



Положительные отзывы и рекомендации

Продукция из профиля ORTEX популярна во многих регионах России и регулярно получает положительные отзывы от довольных клиентов. Пластиковые окна ORTEX устанавливают в квартирах, частных домах, объектах элитной недвижимости, детских и лечебно-профилактических учреждениях. Большинство клиентов готовы повторно заказывать окна из профиля ORTEX, а также рекомендовать их другим.

CLASSIC

Профильная система ORTEX Classic проста и технологична. Она позволяет изготавливать оконные конструкции любого типа и является основной профильной системой для остекления нежилых помещений.

Просто и доступно!
Подходит для жилых и нежилых помещений.

► Основные характеристики

- 3 внутренние воздушные камеры
- Монтажная глубина 58 мм
- Сопротивление теплопередаче профиля $0,71 \text{ м}^2\text{°C/Вт}$
- Возможность установки заполнения 4, 24 и 32 мм
- Удаление фурнитурного паза 13 мм
- Черное уплотнение



► Преимущества

- Классическая профильная система стабильно высокого качества по наиболее доступной цене. Самое экономичное и выгодное решение.
- Сбалансированная рецептура пластика обеспечивает прочное сварное соединение даже при относительно небольшой толщине наружных стенок профиля ORTEX Classic.
- Оптимальный размер камеры армирования позволяет устанавливать надежные металлические усилители, которые обеспечивают жесткость, устойчивость и стабильность конструкции, исключают искривление профиля в течение года.
- Широкий ассортимент штапиков, в том числе и для заполнения 4 мм, значительно расширяет возможности применения этой системы.

ОПТИМА

Профильная система ORTEX Optima обладает стабильно высоким качеством, хорошими показателями тепло- и шумоизоляции и безупречным дизайном. Она предназначена для производства светопрозрачных конструкций любого типа в любых климатических зонах.

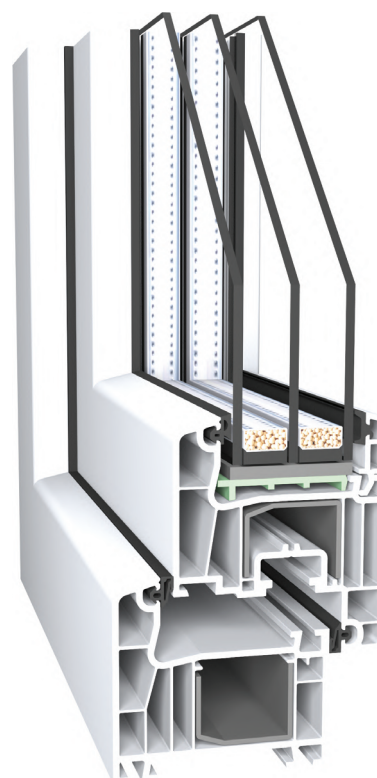
Тепло и уютно! Отличный вариант для квартиры.

► Основные характеристики

- 5 внутренних воздушных камер
- Монтажная глубина 70 мм
- Сопротивление теплопередаче профиля $0,86 \text{ м}^2\text{°C/Вт}$
- Возможность установки заполнения 24, 36 и 40 мм
- Удаление фурнитурного паза 13 мм
- Черное и серое уплотнение

► Преимущества

- Система ORTEX Optima имеет оптимальное расположение камер, 3 предварительные воздушные камеры в раме и 2 в створке отделяют армирование от внешней лицевой стенки, что значительно улучшает теплозащитные свойства профиля.
- 5 внутренних воздушных камер и ширина 70 мм обеспечивают высокое сопротивление теплопередаче профиля. Увеличенная ширина фальца позволяет использовать различные стеклопакеты, в том числе энергосберегающие толщиной до 40 мм, что значительно улучшает тепло- и шумоизоляцию окон из профиля ORTEX Optima.
- По сравнению с узкими системами ПВХ профиль ORTEX Optima имеет увеличенную длину сварного шва, что в сочетании со сбалансированной рецептурой пластика обеспечивает прочное сварное соединение.
- Ослепительная белизна и плавные линии придают профилю благородный внешний вид. Окна из профиля ORTEX Optima украсят любой интерьер и изменят настроение в доме.



OPTIMA Design

Профильная система ORTEX Optima Design - это стильное решение для современного строительства. Ее особенность заключается в уникальном дизайне наружной поверхности, которая имеет благородный цвет и выразительную текстуру. Окна из профиля ORTEX Optima Design не только придадут неповторимый облик любому зданию, но и создадут уют внутри помещения, благодаря высоким показателям тепло- и шумоизоляции.

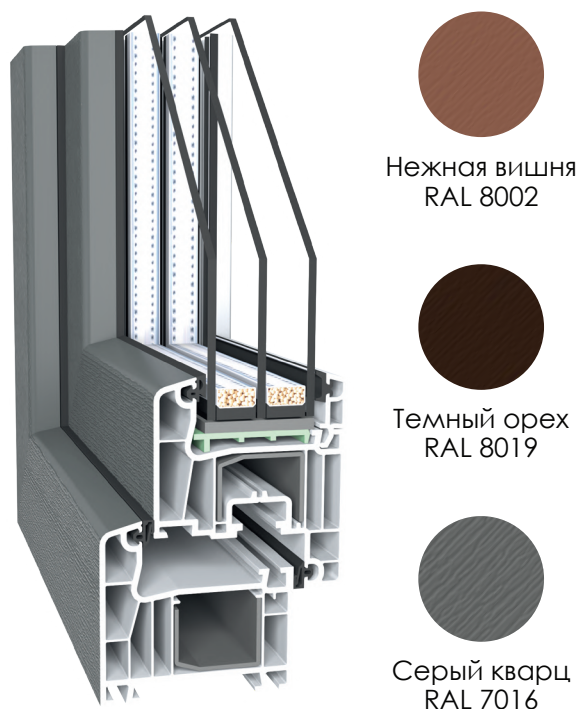
Ярко и практично! Стильное решение для современного строительства.

► Основные характеристики

- 5 внутренних воздушных камер
- Монтажная глубина 70 мм
- Сопротивление теплопередаче профиля $0,86 \text{ м}^2 \cdot \text{°C} / \text{Вт}$
- Возможность установки заполнения 24, 36 и 40 мм
- Удаление фурнитурного паза 13 мм
- Черное и серое уплотнение

► Преимущества

- В системе ORTEX Optima Design цветное покрытие наносится на профиль методом коэкструзии. Белая ПВХ основа и цветное акриловое покрытие соединяются вместе непосредственно в процессе производства самого профиля и впоследствии не могут быть разделены.
- Главным компонентом внешнего слоя ORTEX Optima Design является акрил. Он в два раза прочнее ПВХ и более устойчив ко всем видам воздействий и УФ-излучению. Акриловое покрытие не повреждается при транспортировке и монтаже изделий.
- Профиль с коэкструдированной акриловой поверхностью прекрасно отражает солнечные лучи, поэтому не перегревается и не деформируется. Также он обладает дополнительной морозостойкостью и безупречно работает в зимний период.
- Цвет и текстура нанесены на профиль только с наружной стороны, что значительно расширяет возможности его применения.



PREMIUM

Профильная система ORTEX Premium предназначена для удовлетворения самых строгих запросов. Она относится к системам премиум-класса и отличается высочайшими показателями тепло- и шумоизоляции, безупречным дизайном, абсолютной технологичностью в обработке и совершенством в эксплуатации. Система ORTEX Premium подходит для производства любых конструкций и остекления любых объектов, в том числе элитного строительства.

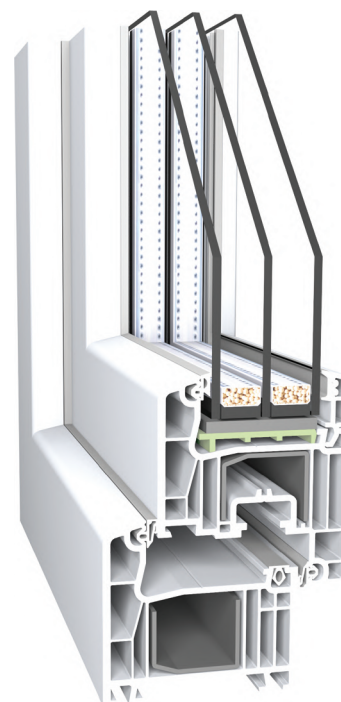
Тепло, тихо и надежно! Идеально для квартир и частных домов.

► Основные характеристики

- 6 внутренних воздушных камер
- Монтажная глубина 70 мм
- Сопротивление теплопередаче профиля $0,91 \text{ м}^2 \cdot ^\circ\text{C}/\text{Вт}$
- Возможность установки заполнения 24, 36 и 40 мм
- Удаление фурнитурного паза 13 мм
- Возможность установки замкнутого армирования
- Черное и серое уплотнение

► Преимущества

- 6 внутренних воздушных камер особой конструкции позволяют улучшить технические характеристики профиля и достичь исключительно высокого сопротивления теплопередаче. Ширина профиля 70 мм дает возможность установить различные стеклопакеты, в том числе энергосберегающие толщиной до 40 мм, что обеспечивает наилучшую тепло- и шумоизоляцию окон из профиля ORTEX Premium.
- Морозостойкая рецептура пластика и минимальный коэффициент линейного расширения гарантируют безупречную работу конструкций из профиля ORTEX Premium как в регионах с высокой солнечной активностью, так и в районах Крайнего Севера.
- Толщина внешних стенок профиля ORTEX Premium соответствует классу А, что позволяет изготавливать из него конструкции большого размера и повышенной прочности, подверженные высокой статической, динамической и ветровой нагрузке.
- Плавный изгиб линий, глянцевая поверхность и ослепительная белизна придают профилю изящный и благородный внешний вид. Окна из профиля ORTEX Premium украсят любой интерьер и подарят ощущение чистоты и свежести.



PREMIUM Color

Профильная система ORTEX Premium Color представляет собой крашеный в массе профиль с ламинационной пленкой, нанесенной на его поверхность. Окна из профиля ORTEX Premium Color выглядят как окна из дорогих пород дерева, они повторяют их цвет и текстуру, но сохраняют все достоинства и преимущества пластиковых. Наличие в ассортименте различных цветовых решений позволяет удовлетворить любые потребности и пожелания заказчиков. Система ORTEX Premium Color является отличным решением для остекления загородных домов.

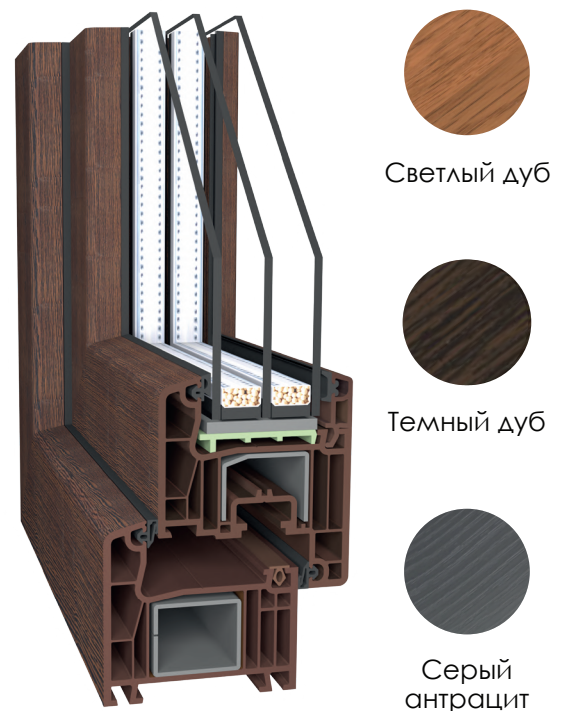
**Стильно и индивидуально!
Прекрасный вариант для
загородных домов.**

► Основные характеристики

- 6 внутренних воздушных камер
- Монтажная глубина 70 мм
- Сопротивление теплопередаче профиля $0,91 \text{ м}^2 \cdot \text{°C} / \text{Вт}$
- Возможность установки заполнения 24, 36 и 40 мм
- Удаление фурнитурного паза 13 мм
- Замкнутое армирование
- Черное уплотнение

► Преимущества

- ПВХ профили ORTEX Premium Color окрашены в массе в цвета «карамель», «шоколад» и «антрацит». Ламинация «под дерево» на таком профиле выглядит более гармонично, а акцент на цвете сохраняется даже при открытом окне.
- Для решения различных эстетических задач ПВХ профили ORTEX Premium Color декорируются ламинационными пленками, имитирующими структуру дерева, в цвета «Светлый дуб», «Темный дуб» и «Серый антрацит».
- Декоративные пленки, применяемые для ламинирования поверхности профиля ORTEX Premium Color, устойчивы к различным видам воздействий. Они не требуют специального ухода и сохраняют свой внешний вид в течение всего срока эксплуатации.
- Ламинационная пленка наносится на внешнюю и внутреннюю поверхность профиля, что позволяет изделиям из ПВХ профиля ORTEX Premium Color стать стильным украшением как фасада здания, так и интерьера помещения.



PREMIUM Decor

Профильная система ORTEX Premium Decor оснащена наружными накладками и сочетает в себе энергосберегающие преимущества пластика и эстетические достоинства алюминия. Алюминиевые накладки помогают расставить акценты и использовать окна ПВХ в современных алюминиевых фасадах. Для большего комфорта и уюта система может быть дополнена встроенными в межстекольное пространство жалюзи. Система ORTEX Premium Decor позволяет создавать поистине уникальные и функциональные решения, которые наилучшим образом подойдут для остекления элитной и коммерческой недвижимости.

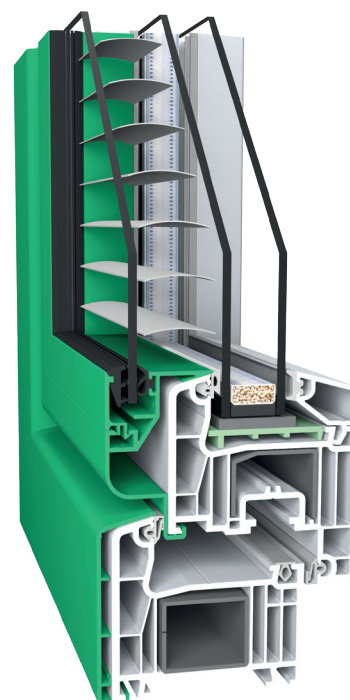
Эксклюзивно и современно! Лучшее для коммерческой и элитной недвижимости.

► Основные характеристики

- 6 внутренних воздушных камер
- Монтажная глубина 70 мм
- Сопротивление теплопередаче профиля 0,91 м²·°C/Вт
- Возможность установки заполнения 24, 36 и 40 мм
- Удаление фурнитурного паза 13 мм
- Возможность установки замкнутого армирования
- Черное и серое уплотнение

► Преимущества

- Алюминиевые накладки устойчивы к атмосферным и любым другим воздействиям. Применение накладок со стороны улицы повышает износостойкость конструкции и обеспечивает дополнительную защиту от внешнего проникновения.
- Для алюминиевых накладок используется порошковый способ покраски, который позволяет выбрать цвет в соответствии с архитектурой здания и помогает воплотить в жизнь любые дизайнерские задумки.
- В окнах ORTEX Premium Decor создается специальная камера для установки жалюзи. Наличие дополнительной воздушной камеры между стеклопакетом и одинарным стеклом значительно улучшает теплоизоляционные свойства окна.
- Применение встроенных жалюзи создает дополнительную защиту от уличного шума. Чтобы наслаждаться максимальной тишиной, достаточно просто закрыть жалюзи.
- Встроенные в межстекольное пространство жалюзи обеспечивают защиту от посторонних глаз и слишком яркого солнца. При этом жалюзи могут быть оснащены, на выбор, ручным или электроприводом, не требуют ухода и прослужат значительно дольше, чем при обычном расположении.



PREMIUM Door

Дверная система ORTEX Premium Door сочетает в себе прочность и долговечность, надежность и безопасность, отличную тепло- и шумоизоляцию, современный дизайн и привлекательный внешний вид. Двери из профиля ORTEX Premium Door способны выдержать высокие нагрузки, связанные с большим количеством открываний и закрываний, и подходят для помещений с высокой проходимостью.

► Основные характеристики

- 3 внутренние воздушные камеры
- Монтажная глубина 70 мм
- Возможность установки заполнения 24, 36 и 40 мм
- Удаление фурнитурного паза 13 мм
- Замкнутое армирование
- Черное и серое уплотнение



► Преимущества

- Угловые усилители и замкнутое армирование создают высокую статическую прочность, делая двери ORTEX Premium Door крепкими, надежными и долговечными.
- Широкий профиль дверной створки позволяет использовать различные стеклопакеты, в том числе энергосберегающие толщиной до 40 мм, что в сочетании с теплым порогом и дополнительным уплотнением гарантирует высокие теплоизоляционные свойства дверей ORTEX Premium Door.
- Система ORTEX Premium Door позволяет изготавливать дверные конструкции любой сложности, в том числе штульповые. Т-створка используется для производства входных дверей с наружным открыванием, облегченная Z-створка - для межкомнатных дверей с внутренним открыванием и параллельно-сдвижных конструкций.
- Использование теплого порога делает двери ORTEX более теплыми, надежными и безопасными. Порог оснащен специальной термовставкой, которая предотвращает передачу холода и сохраняет тепло внутри помещения. Порог имеет рифленую противоскользящую поверхность и высоту 20 мм, что обеспечивает свободное открывание двери и гарантирует безбарьерный проход в помещение.

Системы ПВХ профилей ORTEX

	ORTEX Classic	ORTEX Optima	ORTEX Premium
Технические характеристики			
Класс профиля	C	B	A
Количество камер	3	5	6
Ширина профиля (мм)	58	70	70
Заполнение (мм)	4, 24, 32	24, 36, 40	24, 36, 40
Сопротивление теплопередаче ПВХ профиля (м ² *°С/Вт)	0,71	0,86	0,91
Звукоизоляция (ДБ)	до 29	до 31	до 35
Удаление фурнитурного паза (мм)	13	13	13
Область применения			
Нежилые помещения	✓		
Дачи	✓		
Офисы		✓	
Квартиры		✓	✓
Частные дома			✓

► Дизайн ПВХ профиля ORTEX

	ORTEX Optima Design	ORTEX Premium Color	ORTEX Premium Decor
Способ декорирования	Кожструктура акрилового слоя и тиснение текстуры	Окрашивание профиля в массу и ламинация «под дерево»	Установка наружных алюминиевых накладок и встроенных жалюзи
Цвета	Нежная вишня RAL 8002 Темный орех RAL 8019 Серый кварц RAL 7016	Светлый дуб Темный дуб Серый антрацит	Цвета по шкале RAL

► Дверная система ORTEX

	ORTEX Premium Door			
Количество камер	3			
Ширина профиля (мм)	70			
Заполнение (мм)	24, 36, 40			
Цвет	 Белый	 Светлый дуб	 Темный дуб	 Серый антрацит
Тип	Т-створка		Z-створка	
Высота профиля (мм)	120		106	
Тип открывания	Наружное (на себя)		Внутреннее (от себя) Параллельно-сдвижное	
Применение	Входные двери		Межкомнатные двери Порталы	

Информационная поддержка

Своевременное получение полезной информации о работе компании и продукции ORTEX – залог успешных продаж и развития бизнеса. Торговой марке ORTEX важно, чтобы ее партнеры были в курсе новостей и получали только актуальную информацию. Для удобного взаимодействия используются различные средства коммуникации.

► Сайт www.ortex.org

Фирменный сайт является одним из основных средств коммуникации с партнерами и потребителями. Сайт торговой марки ORTEX содержит полезную для оконных компаний информацию, позволяющую сделать презентацию и продажу продукции ORTEX более эффективной. В разделе «Сотрудничество» можно найти техническую документацию, логотипы ORTEX, макеты рекламных материалов, обучающие брошюры, идеи по продвижению и привлечению клиентов. А чтобы получать актуальную и полезную информацию о торговой марке ORTEX и ее продукции по электронной почте, необходимо подписаться на рассылку:



Подписка на рассылку – www.ortex.org/company/news

► Социальные сети

Социальные сети – это удобный и доступный способ коммуникации с партнерами. В социальных сетях мы организовали «Клуб оконщиков ORTEX» и делимся там самой интересной и полезной для оконных компаний информацией. Следить за торговой маркой ORTEX в социальных сетях, ставить лайки и писать комментарии можно здесь:



Instagram – «Клуб оконщиков ORTEX» [@oknaortex](https://www.instagram.com/oknaortex)



ВКонтакте – «Клуб оконщиков ORTEX» vk.com/oknaortex



Facebook – «Клуб оконщиков ORTEX» facebook.com/oknaortex

► Хештеги

При размещении или поиске информации о торговой марке ORTEX в социальных сетях пользуйтесь хештегами:

[#OknaOrtex](#) – основной хештег, вся информация о торговой марке ORTEX.

[#сделано_из_ORTEX](#) – информация об объектах, остекленных ПВХ профилем ORTEX.

[#идеиORTEX](#) – советы и рекомендации для компаний по продаже окон ПВХ.

ПРОДАЖА ПЛАСТИКОВЫХ ОКОН ORTEX

Пройдя всю подготовку, Вы можете приступать к общению с потенциальными клиентами. Здесь важную роль играют не только Ваши знания, но и Ваши навыки общения, умение расположить к себе человека и произвести положительное впечатление. Самое главное – желание и мотивация продавать. Все это позволит Вам стать успешным менеджером по продаже пластиковых окон ORTEX.

Цель менеджера по продаже пластиковых окон

Менеджер по продаже пластиковых окон должен четко знать свои цели и задачи и понимать, какого результата он должен достигнуть, общаясь с клиентом. Многие ошибочно полагают, что цель менеджера – консультирование клиента, но это не так.

► Цель менеджера по продажам окон ORTEX

Помочь клиенту решить его проблемы и удовлетворить потребности, посредством продажи конструкций из ПВХ профиля ORTEX и предоставления сопутствующих товаров и услуг (монтаж, демонтаж, установка подоконников, откосов, отливов, декорирование стекла и т.д.)

Это значит, что менеджер продает не просто пластиковые окна, а предоставляет решение проблемы и определенные выгоды. Поэтому он должен прилагать максимум усилий, чтобы клиент остался доволен и получил именно то, что ему нужно.

► Задачи

- Записать клиента на замер.
- Пригласить клиента в офис (если общение с клиентом осуществляется по телефону или интернету).

Как известно, в большинстве случаев, клиент принимает решение не сразу. Поэтому записав клиента на замер, Вы приближаете его к покупке. А пригласив в офис, имеете возможность продолжить общение и убедить клиента сделать выбор в пользу Вашей компании уже при личном общении.

Этапы продаж

1. Приветствие и установление контакта (цель - добиться доверия клиента).
2. Выявление потребностей клиента (разговор в формате «вопрос-ответ», цель - разговорить клиента).

3. Презентация продукта и аргументация (выявив потребности клиента, предложить те варианты окон, которые ему необходимы, аргументировать каждое предложение).
4. Работа с возражениями клиента (ответы на фразы клиента «мне нужно подумать», «почему так дорого», «у других такие же окна, а цены ниже» и т.д. Цель – продолжить разговор и снять возникшее у клиента напряжение).
5. Завершение общения (цель – записать на замер или пригласить в офис, в конце разговора уточнить, из каких источников клиент узнал о компании – реклама, интернет, рекомендации знакомых).

Приветствие и установление контакта

Начинать продажи окон ORTEX необходимо с приветствия и установления контакта с потенциальным потребителем. Это позволит снять психологические барьеры, познакомиться с клиентом, расположить его к себе, а также создать атмосферу комфорта и доверия. Приветствие – это начало построения разговора.

► По телефону

Наиболее профессионально ответ менеджера по телефону звучит следующим образом:

1. Приветствие (Здравствуйте, Доброе утро, Добрый день, Добрый вечер).
2. Название компании (компания «Окна ORTEX»).
3. Имя менеджера (менеджер Татьяна).

Скорее всего, в ответ менеджер услышит вопрос о стоимости окна. Но успешные менеджеры по продажам окон ORTEX не торопятся называть цену, они стремятся установить с клиентом доверительные отношения, лучше узнать его и предложить ему такое окно, от которого он не сможет отказаться. Поэтому прежде чем предлагать варианты и называть цены, спросите имя клиента. Обращаясь к человеку по имени, Вы показываете, что он важен для Вас и создаете эффект личного контакта. Озвучивание положительных эмоций (с радостью, с удовольствием и т.д.) также помогает установить более дружеские и теплые отношения с клиентом.

Здравствуйте, компания «Окна ORTEX», менеджер Татьяна.

Здравствуйте, девушка, подскажите, пожалуйста, сколько стоит окно на кухню?

С удовольствием, рассчитаю Вам стоимость кухонного окна. Скажите, как я могу к Вам обращаться?

► В офисе

Поздороваться с человеком нужно, как только он переступил порог офиса. Не стоит здороваться, когда человек уже находится в помещении или стоит спиной.

Если в этот момент Вы заняты общением с другим клиентом, прервитесь на секунду, чтобы встретиться глазами с вошедшим человеком и, улыбнувшись, тепло его поприветствуйте, предложите присесть и подождать пока Вы освободитесь.

При общении с клиентом в офисе особое значение имеет поведение менеджера. Будьте улыбкивы и приветливы, избегайте закрытых поз и резких движений.

Так же, как и при телефонном разговоре, начните общение со знакомства, представьтесь сами и узнайте имя клиента.

Выявление потребностей клиента

В большинстве случаев клиент начинает разговор с просьбы назвать ему стоимость окна, поэтому основная задача менеджера состоит в том, чтобы, не отвечая прямо на вопрос о цене, задать наводящие вопросы и выяснить тем самым потребности клиента.

Многие менеджеры не уделяют должного внимания выявлению потребностей, а сразу озвучивают самые низкие цены, стремясь удержать клиента. Это приводит к низкоприбыльным продажам, которые как раз обусловлены тем, что потребности клиента не были выявлены и не было предложено решение, которое действительно могло быть им востребовано. Если выявить потребности не удастся, то необходимо сказать клиенту, что подбирать окна нужно индивидуально, так как выбор очень большой, и озвучить цены от минимальных до максимальных.

► Вопросы для выявления потребностей клиента

1. Где Вы собираетесь установить окна (в квартире, частном доме, коттедже, на даче и т.д.)?
2. В какое помещение Вы будете устанавливать окна (кухня, гостиная, спальня, детская и т.д.)? Куда выходят окна (во двор или на проезжую часть)? Какой размер, конфигурация или форма окна (двухстворчатое, трехстворчатое, балконный блок и т.д., створки глухие, открывающиеся)?
3. Почему Вы решили поменять окна? Что не устраивает в старых? Беспокоит ли шум, сквозняки, сильный ветер?
4. Что важно для Вас в пластиковых окнах? Есть ли особые пожелания к Вашему будущему окну (чтобы не дуло, было тихо, не нужно было за окнами ухаживать, цветные окна и т.д.)?
5. Есть ли в доме дети, старые люди, планируется ремонт и т.д.?

Не стоит строго придерживаться данного списка вопросов. Подбирайте вопросы для каждой конкретной ситуации, обращайтесь внимание на детали и смотрите на образ клиента в целом.

Здравствуйте, девушка, подскажите, пожалуйста, сколько стоит окно на кухню?

С удовольствием. Могу я задать Вам несколько вопросов, чтобы уточнить детали?

Да, конечно.

Скажите, где Вы собираетесь установить пластиковые окна, в квартире или частном доме?

В квартире.

Окно у Вас будет двухстворчатое?

Наверно. Квадратное такое, чтобы одна половина открывалась, а вторая нет.

Скажите, почему Вы решили поменять окно? Что Вас не устраивает в старом?

Мы купили квартиру, а там окно совсем плохое, со щелями, в которые дует.

А Вы планируете в ближайшее время делать ремонт?

Пока не планируем, будем потом постепенно делать.

Из подобного общения менеджер может сделать выводы, что клиент, вероятно, обладает ограниченным бюджетом (недавно купил квартиру, ремонт делать не планирует, замена окна – вынужденная мера) и для него наиболее важно, чтобы в окно не дуло, а в квартире было тепло.

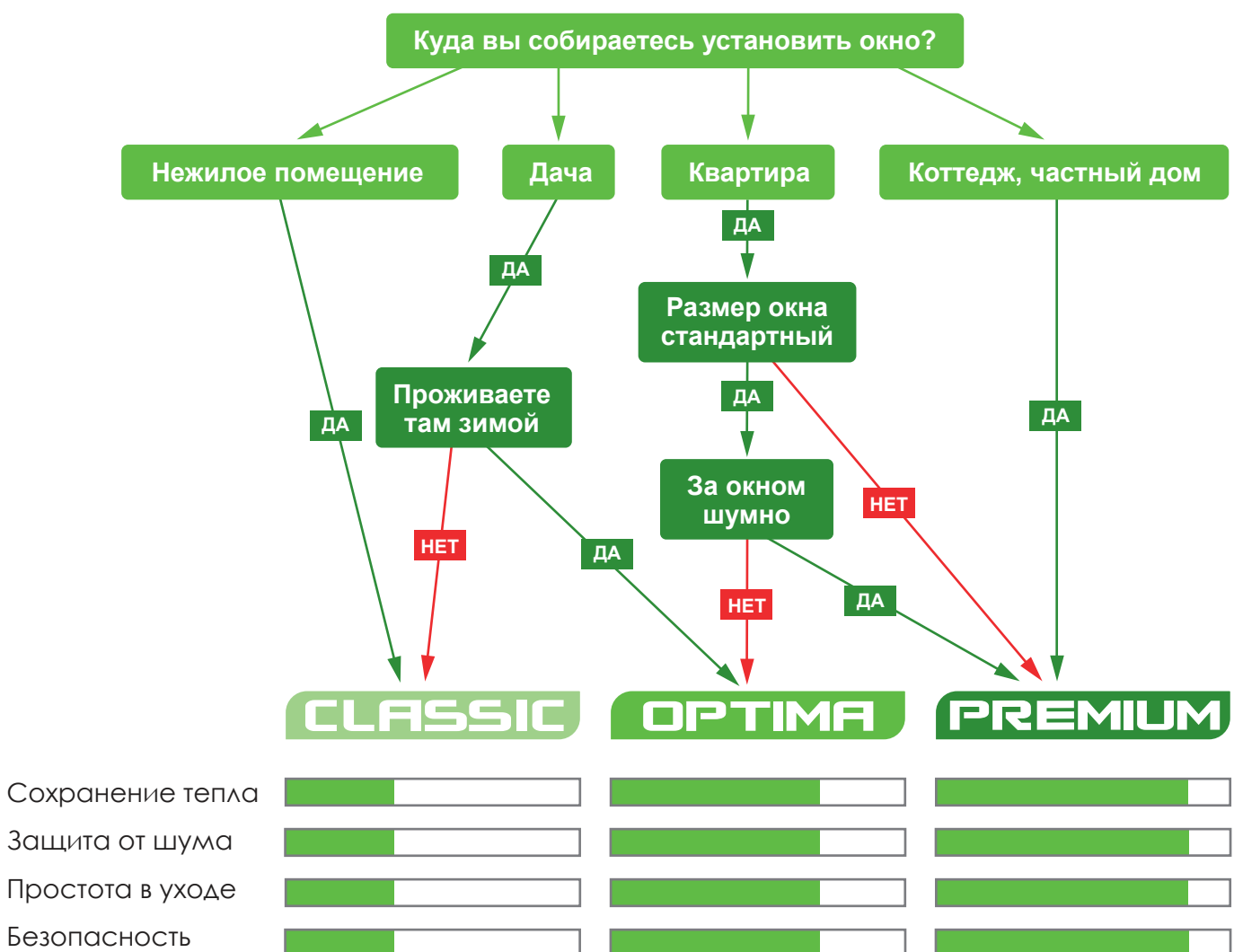
Какое окно предложить клиенту?

Выявив потребности клиента, очень важно предложить ему такие варианты, которые будут им востребованы и полностью его удовлетворяют.

Многие менеджеры ошибочно полагают, что необходимо предлагать все варианты. На самом деле, выбирать из большого количества вариантов достаточно трудно. Кроме того, выбирая окно, клиент сравнивает все предложения между собой. Если Вы видите, что клиент готов приобрести самое дорогое окно, но предлагаете ему и бюджетные варианты, вы упускаете возможность продать ему это окно и получить максимальную прибыль. Поэтому Вы должны помочь клиенту сделать выбор, предлагая несколько конкретных решений.

► Белое окно (базовые решения)

Линейка окон ORTEX включает в себя различные варианты, которые имеют свои технические характеристики и решают определенные задачи. Выбор профильной системы зависит от объекта остекления, особенностей помещения и пожеланий клиента.



► Цветное окно (дизайнерские решения)

ПВХ профили ORTEX представлены не только стандартными базовыми решениями, но и дизайнерскими. Они позволяют изготавливать конструкции, которые будут сочетаться с фасадом здания или интерьером помещения.

Кому предложить такие изделия

Помимо клиентов, которые самостоятельно приняли решение о покупке дизайнерских окон, есть категории клиентов, которым их также можно предложить:

- Владельцам частных домов и коттеджей.
- Жителям многоквартирных домов с цветными окнами.
- Корпоративным клиентам и владельцам коммерческой недвижимости.

При этом менеджер должен четко знать, чем одна система отличается от другой и в каком случае какая система подходит больше.

	OPTIMA Design	PREMIUM Color	PREMIUM Decor
Технология	Кожеструзия: цветной акрил и ПВХ смесь соединяются вместе на этапе производства и впоследствии не могут быть разделены.	Окрашивание в массу и ламинация: в ПВХ смесь добавляется краситель, который делает профиль цветным. Затем на готовый профиль с внутренней и внешней стороны наклеивается ламинационная пленка.	Установка алюминиевых накладок: накладки окрашиваются в необходимый цвет и устанавливаются на профиль ПВХ в процессе изготовления изделия.
Сохранение тепла			
Защита от шума			
Простота в уходе			
Безопасность			
Декор снаружи			
Декор внутри			
Цвета	<ul style="list-style-type: none"> Нежная вишня RAL 8002 Темный орех RAL 8019 Серый кварц RAL 7016 	<ul style="list-style-type: none"> Светлый дуб Темный дуб Серый антрацит 	Покраска в любые цвета по шкале RAL
Текстура	Глубокая и выразительная текстура дерева	Текстура дерева	Гладкая поверхность без текстуры
Дополнительные опции			Возможность установки встроенных жалюзи

Презентация продуктов

Только после выявления основных потребностей клиента, Вы можете приступить к предложению конкретных вариантов. Ваша задача состоит не только в том, чтобы предложить оптимальный для клиента вариант, но и сделать акцент именно на тех характеристиках и преимуществах, которые должны заинтересовать клиента.

- 1. Еще раз проговорите основные пожелания и потребности клиента.** Это позволит показать его значимость и убедиться в том, что Вы его правильно поняли.
- 2. Предложите один-два конкретных варианта и перечислите их основные характеристики и преимущества.** Если Вы предлагаете несколько вариантов, то обязательно объясните, чем они отличаются друг от друга. Избегайте при этом сложных технических слов, которые могут быть не понятны клиенту. Делайте акцент именно на тех преимуществах, которые важны клиенту.
- 3. В последнюю очередь обозначьте стоимость.** Не называйте конкретную и точную цену, лучше ограничьте ее диапазоном «от» и «до». Если Вы предлагаете клиенту несколько вариантов на выбор, обоснуйте различия в стоимости.
- 4. Запишите клиента на замер.** Скажите, что точную цену можно будет назвать только после замера. Также обратите внимание, что замерщик поможет определиться с выбором и посоветует наиболее оптимальный вариант, учитывая особенности помещения и самого оконного проема.

Вам нужны окна в частный дом. Окна достаточно большого размера, поэтому важно, чтобы они не гнулись и были прочными. Правильно? В этом случае вам подойдут окна из 6-камерного ПВХ профиля ORTEX Premium. Этот профиль имеет толстые внешние стенки, что позволяет изготавливать из него конструкции большого размера и повышенной прочности. Для большей надежности мы можем использовать замкнутое армирование. При этом такие окна надежно защищают от шума и сохраняют тепло внутри помещения. Так как у вас окна нестандартные, то для расчета необходим замер. Скажите, в какое время вы могли бы принять мастера по замерам?

► В офисе

Презентацию продуктов в офисе необходимо дополнить показом образцов. Используйте профиль в разрезе (рекламные уголки, клапмустеры, отрезки профиля), чтобы показать технические особенности предлагаемого варианта. Сравните с другими профилями и покажите его преимущества. Используйте полноразмерный образец окна, чтобы сделать акцент на внешнем виде профиля. Предоставьте клиенту рекламные материалы, в которых содержится информация о предлагаемых вариантах. А также используйте их, рассказывая о продукции. Это поможет вам обратить внимание на все важные детали, а клиенту лучше воспринимать информацию.

Работа с возражениями

Для каждого менеджера по продаже пластиковых окон работа с возражениями является крайне неприятной. Хотя, на самом деле, возражения позволяют продолжить разговор с клиентом, развеять его сомнения, озвучить те преимущества, которые не были еще названы, и убедить его заказать пластиковые окна именно у Вас.

► Основные этапы работы с возражениями

1. Позвольте клиенту высказаться

Внимательно выслушайте клиента, не перебивая и не возражая, даже если он совершенно не прав.

2. Присоединитесь к клиенту или подчеркните его значимость

Это поможет снять эмоциональное напряжение, и показать, что клиент поступает правильно, высказывая Вам свои сомнения. Если клиент не достаточно хорошо разбирается в окнах, то лучше выбрать технику присоединения и согласиться, что затронутая клиентом тема, действительно очень важна (*Согласен, что вопрос цены является очень важным*). Если клиент хорошо разбирается в пластиковых окнах, то обратите внимание на прекрасную осведомленность клиента и профессиональный подход к принятию решения (*Сразу видно, что Вы профессионально подошли к вопросу выбора окна*).

3. Задайте уточняющий вопрос

Даже если Вы уверены, что поняли возражение клиента и готовы на него ответить, обязательно задайте уточняющий вопрос. Это поможет понять причины, по которым у клиента возникло это возражение, а они могут быть совершенно разные. Следовательно, и отвечать на возражения необходимо по-разному. Например, клиент может возражать против окон из 6-камерного профиля, потому что у соседа из 3-камерного и он не жалуется; потому что он ищет вариант проще; потому что дорого и т.д.

4. Ответьте на возражение

Ответ должен содержать веские аргументы, факты, комментарии, которые позволят доказать клиенту, что его сомнения и возражения напрасны.

Отвечая на возражения клиента, не забывайте, что главная Ваша задача записать клиента на замер. Поэтому используйте следующие фразы:

Я уверена, что мастер по замерам решит этот вопрос уже на месте.

Думаю, что мастер по замерам посоветует, как уложиться в заявленную сумму.

► Возражение «дорого»

1. Цена не соответствует ожиданиям клиента

Клиент может определить бюджет, который он готов потратить на покупку пластикового окна. При этом у него может быть неправильное представление о том, сколько стоят окна. Возможно, он покупает их впервые, или информация о стоимости окна навязана ему недостоверной рекламой. Поэтому выясните, сколько планировал потратить клиент, и если есть возможность, то предложите вариант, который позволит уложиться в заявленную сумму и не значительно уступит в качестве. Если такой возможности нет, то расскажите клиенту, из чего складывается стоимость окна, и посоветуйте потратить немного больше, но купить окно, которое обеспечит необходимый уровень комфорта.

Спасибо за вашу честность. А сколько вы собирались потратить? Чтобы немного сэкономить, я могу предложить вам окно из ПВХ профиля ORTEX Optima. Оно незначительно уступает в характеристиках и создаст необходимое тепло и уют в вашем доме.

А вы уже покупали пластиковые окна ранее? Обращаю ваше внимание, что в стоимость уже входит демонтаж, монтаж, внутренняя и наружная отделка, уборка, вывоз мусора и москитная сетка.

Цена может казаться высокой, но мы можем разделить ее на несколько частей и предложить рассрочку.

2. Клиент сравнивает цену с предложениями конкурентов

Обоснуйте свою цену, если она оказалась выше цены конкурента. Спросите клиента, в какую компанию он обращался, о каком изделии идет речь, из какого профиля оно изготовлено и уточните, какая разница в цене. При этом не давайте негативных комментариев в адрес другой фирмы, а показывайте свои преимущества, используя следующие аргументы:

Скажите, по сравнению с чем «дорого»?

Да, наши цены немного выше. Но это связано с тем, что наши монтажники используют качественные расходные материалы. Например, мы не используем ради экономии летнюю монтажную пену зимой.

Скорее всего, мы вам предлагаем совершенно разные варианты. Я вам предлагаю окно из 6-камерного профиля ORTEX Premium Color. А вам предлагают 5-камерный профиль с двухсторонней ламинацией. В обоих вариантах внутри и снаружи будет имитация текстуры дерева. При этом в нашем варианте сам профиль цветной. Когда вы открываете окно, внутри все красиво, нет никаких белых частей. Согласитесь, ламинация на таком профиле выглядит более гармонично.

3. Клиент пытается получить скидку

Клиент может спросить Вас напрямую, предусмотрены ли у Вас какие-то скидки, или назвать стоимость точно такого же окна в другой компании. Скажите, что скидки у Вас предусмотрены, но они зависят от многих факторов. Если клиент настаивает на получении скидки, то предоставьте ее в случае немедленной записи на замер или подписания договора.

А есть у Вас какие-нибудь скидки?

Да, конечно. У нас есть различные скидки и акции. Чтобы я смогла Вас по ним сориентировать, нам сперва необходимо определиться с окном и его комплектацией.

► Возражение «я подумаю»

«Спасибо, я подумаю» - наиболее универсальная фраза, которой клиенты завершают общение с менеджером по продаже окон. Часто за этой безобидной фразой скрываются другие истинные возражения:

- Клиент хочет сравнить цены.
- Клиент хочет вежливо отказать, потому что не может сказать прямо «спасибо, ваше предложение мне не подходит».
- Клиент действительно хочет взять время на размышление.

Работа с возражением «я подумаю» сводится к тому, чтобы определить истинные причины его возникновения. Дальнейшее общение выстраивается в зависимости от выявленных причин.

Давайте подумаем вместе. Что именно вас беспокоит?

Давайте пригласим замерщика, и вы уже на месте обсудите все волнующие вас вопросы. Замер бесплатный и ни к чему вас не обязывает.

Понимаю, выбор окна дело непростое. Хочу вам напомнить, что скидка 25% действует только до конца этой недели.

► Возражение «профиль некачественный»

Про качество ПВХ профиля могут сказать клиенты, которые сталкивались с выбором и использованием пластиковых окон ранее или слышали негативные отзывы от своих знакомых. В этом случае нужно выяснить, почему клиент считает предложенный ПВХ профиль некачественным, и постараться доказать ему обратное. Не говорите клиенту, что он не прав. Используйте аргументы, которые будут говорить о профиле, а не о клиенте.

Почему вы так считаете?

Давайте вместе рассмотрим образец и оценим качество профиля.

Действительно, качество профиля имеет большое значение. Но смею вас заверить, что ПВХ профиль ORTEX производится из высококачественного сырья и соответствует всем требованиям ГОСТ.

Завершение общения

Если до этого момента записать клиента на замер так и не удалось, то необходимо предпринять все усилия в конце разговора.

Обязательно напомните клиенту:

1. Озвученные цены являются ориентировочными, точную стоимость можно будет назвать только после замера.
2. Только замерщик может подобрать оптимальный вариант и комплектацию окна, учитывая все особенности помещения.
3. Замер является бесплатным и ни к чему не обязывает.

Если при первом общении с клиентом, записать его на замер так и не удалось, постарайтесь взять у него контактный телефон, чтобы можно было продолжить общение. Для этого уточните, можете ли Вы связаться с клиентом, чтобы узнать его решение или сообщить об интересном предложении и акции. В случае согласия возьмите у клиента контактный номер телефона, спросите, в какое время удобнее позвонить, и свяжитесь с клиентом через несколько дней.

Также постарайтесь пригласить клиента для встречи в офис, где можно будет продолжить беседу, продемонстрировать все варианты окон и наглядно показать их основные преимущества. Спросите, в каком районе проживает клиент, и назовите адрес и время работы ближайшего офиса продаж.

В конце разговора, не зависимо от того записался клиент на замер или нет, не забудьте узнать, из каких источников он узнал о компании (рекомендации знакомых, наружная реклама, реклама на телевидении, радио, газеты, интернет, 2Гис и т.д.). Это позволит Вам оценить эффективность Ваших рекламных кампаний и выбрать те каналы коммуникации, которые дают наибольший результат.

После этого вежливо попрощайтесь и поблагодарите клиента за обращение в компанию.

Продажи по телефону

Менеджер по продаже пластиковых окон часто отвечает на входящие звонки. Если клиент сам звонит в оконную компанию, значит, ему нужны окна и он заинтересован в покупке. Задача менеджера состоит в том, чтобы не упустить такого «горячего» клиента и завершить общение с ним записью на замер.

Продажи по телефону считаются одними из самых сложных методов продаж. Дело в том, что многие клиенты звонят в оконную компанию, чтобы узнать цену и сравнить предложения конкурентов. Поэтому если цена их не устраивает, они могут просто поблагодарить и повесить трубку. Отдел продаж оконной компании — это не справочная служба. Каждый менеджер должен не только отвечать на вопрос «сколько стоит окно?», но и задавать встречные вопросы, выявлять потребности, презентовать продукцию, делать все, чтобы удержать клиента и продолжить с ним разговор. Общаясь с клиентом по телефону, менеджер, так или иначе, должен проходить все стандартные этапы продаж.

► Основные правила продажи окон по телефону

1. Отвечайте как можно быстрее

Чем быстрее вы ответите на звонок, тем лучше. В идеале вы должны снять трубку не позднее третьего гудка. Иначе клиент может не дожидаться, позвонить в другую компанию и заказать окна там. Даже если при долгом ожидании разговор состоится, у клиента может создаться ощущение, что сотрудникам компании некогда, они заняты другими клиентами и не смогут уделить ему должное внимание. Если звонит телефон, а вы заняты общением с клиентом в офисе, то извинитесь перед клиентом и прервитесь на минуту, чтобы ответить на звонок. Узнайте у клиента имя, контактный телефон и удобное для звонка время. Обязательно перезвоните ему, когда вам обоим будет удобно.

2. Соблюдайте тишину и будьте вежливы

При вашем разговоре не должно быть никаких посторонних звуков. Клиент должен понимать, что сейчас вы уделяете время только ему. Всегда будьте вежливы, говорите грамотно и избегайте слов-паразитов «э», «ну», «как бы». Это очень засоряет речь и особенно мешает при общении по телефону.

3. Узнайте имя клиента

Знакомство помогает установить контакт с клиентом, продолжить с ним разговор. Общаясь по телефону, менеджер может легко пропустить этот этап. Вы ответили на звонок, представились, клиент спросил, сколько стоит окно, и вы начинаете считать, совсем забыв про знакомство. Так делать не нужно. Обращение к клиенту по имени повышает эффективность продаж. И даже если сейчас этот клиент обратиться в другую оконную компанию, важно знать его имя, телефон, интересующее его изделие, чтобы направить на него рекламные усилия в будущем: поздравить с праздником, рассказать об открытии нового офиса продаж, подготовить персональное предложение. Kontakтами клиентов разбрасываться нельзя.

► Скрипт телефонного разговора

Довольно часто менеджеры по продаже окон затрудняются с ответом даже на самые простые вопросы, а на этапе работы с возражениями и вовсе теряют контакт с потенциальным покупателем. Чтобы помочь менеджеру не теряться в процессе разговора и сделать телефонные переговоры эффективными, необходимо использовать грамотно составленные и построенные сценарии разговора - скрипты.

Скрипт - это своеобразный сценарий разговора менеджера по продаже и клиента, включающий в себя различные варианты развития событий и позволяющий привести клиента к покупке, а менеджера к продаже. В скрипте для каждого этапа разговора прописаны различные варианты реакции клиентов и ответы менеджера.

Этап	Реакция клиента	Ответ менеджера
Приветствие и установление контакта	Добрый день (добрый вечер, доброе утро, здравствуйте)	Добрый день (добрый вечер, доброе утро, здравствуйте), менеджер Татьяна. Как я могу к вам обращаться?
Выявление потребностей клиента	Подскажите, сколько стоит окно?	Могу я задать вам несколько вопросов, чтобы уточнить детали?
	1. Мне некогда, просто назовите цену.	1. У нас большой выбор пластиковых окон с разными техническими характеристиками. Поэтому стоимость окна может быть от 10 до 20 тыс. руб. А чтобы подобрать окно необходимо учитывать особенности вашего помещения и ваши пожелания. Поэтому чтобы посчитать точную стоимость и подобрать оптимальный для вас вариант, необходимо записаться на замер.
	2. Да, конечно	2. Где вы собираетесь установить окно (квартира, частный дом, коттедж)? Куда выходит окно (двор, проезжая часть и т.д.)? Какой размер, форма, конфигурация окна (2, 3-створчатое, балконный блок; глухое или открывающееся)? Почему решили поменять окно, что не устраивало в старом? Есть ли особые пожелания и т.д.? и др.
Презентация продукта и аргументация	1. Окна на дачу, что-нибудь недорогое.	1. Самым экономичным и выгодным решением для остекления дачного дома будет профиль ORTEX Classic. Это классический 3-камерный профиль шириной 58 мм. В окнах из этого профиля можно использовать однокамерный стеклопакет 24 мм или двухкамерный – 32 мм. Замерщик поможет выбрать стеклопакет и посчитает точную стоимость.
	2. Квартира в кирпичном доме в спальном районе, балконный блок, балкон застеклен.	2. Отличным вариантом для вашего окна будет профиль ORTEX Optima. У этого профиля высокие показатели тепло- и шумоизоляции и оптимальное соотношение цены и качества. Стоимость балконного блока будет от 15 000 до 20 000 рублей в зависимости от формы, конфигурации, наличия открывающихся створок. Поэтому чтобы узнать точную цену, необходимо записаться на замер.

Этап	Реакция клиента	Ответ менеджера
Презентация продукта и аргументация	3. Квартира в панельном доме, окно выходит на проезжую часть, солнечная сторона, двухстворчатое.	3. Тогда вам подойдет окно из 6-камерного ПВХ профиля ORTEX Premium с двухкамерным энергосберегающим стеклопакетом шириной 40 мм и поворотнo-откидной фурнитурой. Такое окно создаст для вас необходимый уровень комфорта, будет надежно защищать от шума, предотвратит нагревание помещения в летний период и будет лучше сохранять тепло внутри помещения зимой. Ориентировочная стоимость такого окна составит 10 000 – 12 000 рублей. Точную стоимость можно будет назвать только после замера.
	4. Окна в коттедж, цвет снаружи серый.	4. Могу предложить вам два варианта: 5-камерный профиль ORTEX Optima Design или 6-камерный ORTEX Premium Color. Оба профиля могут быть представлены в сером цвете. Отличие в том, что на поверхность первого профиля нанесен цветной акриловый слой, внутри профиль остается белым. А второй профиль полностью серый и с двух сторон на его поверхность нанесена ламинационная пленка, которая имитирует текстуру дерева. Кроме того, второй профиль за счет шестой дополнительной камеры имеет более высокие показатели тепло- и шумоизоляции. Мастер по замерам покажет образцы и поможет определиться с выбором.
Работа с возражениями	1. Я подумаю	1. Давайте подумаем вместе! Что именно вас беспокоит?
	2. В другой компании мне предложили дешевле	2. Уточните, пожалуйста, о какой компании вы говорите.
	3. Этот профиль низкого качества	3. Почему вы так считаете?
Завершение общения	Спасибо	А чтобы у вас не осталось сомнений, предлагаю записаться на замер и уже на месте пообщаться со специалистом и обсудить все волнующие вас вопросы.

Помните, в скрипте содержатся наиболее часто встречающиеся сценарии разговора. На нетипичную реакцию клиента у менеджера по продаже окон должен быть алгоритм действий, который позволит выйти из сложившейся ситуации.

При этом менеджер не должен читать готовый скрипт с листа. Звучит это очень нелепо и непрофессионально. Скрипт должен быть выучен, тогда в него можно будет добавить свои слова и окрасить каждую фразу своей фирменной интонацией. В таком случае отличить человеческий разговор от скрипта будет практически невозможно.

Продажи в интернете

Зачастую первое взаимодействие клиента с оконной компанией происходит в интернете. Когда клиенту нужны пластиковые окна, он набирает в поиске «Окна ПВХ купить» и начинает просматривать сайты оконных компаний. А сайты, в свою очередь, помимо привычной контактной информации с номером телефона и адресом офиса продаж, предлагают другие способы связи.

Получив по интернету заявку от потенциального клиента, менеджеру по продаже пластиковых окон важно вовремя ее обработать, чтобы не упустить клиента. Скорость ответа имеет очень большое значение, так как обычно клиент оставляет заявки сразу в нескольких оконных компаниях, а затем выбирает ту, которая ответила первой. При этом для каждого способа коммуникации существуют свое оптимальное время ответа.

Способ коммуникации	Время ответа	Комментарии
Электронная почта	Не более 24 часов	Заявки, полученные по электронной почте, обычно очень подробные и развернутые, поэтому их обработка требует времени.
Форма обратной связи	Не более 5 минут	Реагировать на новую заявку нужно как можно быстрее, еще лучше - моментально. Если время реакции превышает 5 минут - шансы на сделку стремительно падают вниз.
Сервисы обратного звонка (CallbackKiller, CallbackHunter, Calltouch и др.)	В соответствии с указанным временем	Нужно обязательно придерживаться обозначенного сервисом (например, ответ в течение 58 сек.) или выбранного самим клиентом времени.
Онлайн-чат	Моментально	Написав сообщение онлайн-консультанту, клиент ждет ответа здесь и сейчас. Если менеджер не может незамедлительно обрабатывать такие заявки, то лучше вообще отказаться от этого способа коммуникации.
Мессенджеры (WhatsApp, Viber, Telegram и др.)	Не более 3,5 часов	Несмотря на то, что мессенджеры используются для мгновенного обмена сообщениями, клиентам моментальный ответ не требуется. Помните, что у многих клиентов отключены уведомления, поэтому также не ждите от них быстрой обратной связи.
Социальные сети (ВКонтакте, Instagram, Facebook, Одноклассники и др.)	Не более 8-12 часов	Отвечать на сообщения в социальных сетях нужно оперативно. При этом скорость ответа зависит от содержания сообщения, которое может быть как очень коротким, так и подробным и развернутым.

Если у менеджера по продаже пластиковых окон нет возможности ответить клиенту сразу, например, если заявка пришла в нерабочее время, то необходимо отправить автоподтверждение, что заявка принята и обрабатывается.

Дальнейшее общение с клиентом строится в соответствии с этапами продаж пластиковых окон.

Предложение дополнительных и сопутствующих товаров

Многие дополнительные и сопутствующие товары так и остаются не востребованными, так как клиентам о них никто не рассказал. В то время как предложение дополнительных и сопутствующих товаров – это самый простой способ увеличения продаж. Если клиент уже готов приобрести пластиковое окно и подписать договор, то это самое подходящее время, чтобы предложить ему дополнительные товары.

Если клиент уже покупает товар, то он открыт и для других покупок. Задача менеджера по продажам пластиковых окон – лишь предложить клиенту что-нибудь еще. И в 90% случаев клиент согласится.

► Дополнительные товары или услуги, которые может предложить менеджер

- Москитная сетка
- Серое уплотнение
- Заглушка паза штапика
- Противовзломная фурнитура
- Детский замок
- Оригинальная ручка
- Ограничитель открывания
- Вывоз мусора и старого окна
- Расширенная гарантия и т.д.

Предлагать клиенту сопутствующие товары нужно таким образом, чтобы у него не осталось выбора. Если Вы перечислите и предложите клиенту все имеющиеся у Вас дополнительные товары и услуги, то он запутается во всем этом многообразии и ответит «Нет, ничего не нужно». Если Вы спросите «Детский замок установить на Ваше окно или не надо?», то, скорее всего, Вы получите ответ «Нет, не надо». Потому что любой клиент сначала отвечает «Нет».

Чтобы не дать клиенту ответить «Нет», предложите сопутствующие товары следующим образом:

Так как у Вас есть маленький ребенок, давайте для его безопасности установим на Ваше окно детский замок. Он не позволит Вашему ребенку самостоятельно открыть окно.

Подбирайте такие сопутствующие товары, которые могут заинтересовать каждого конкретного клиента. Обязательно говорите о том, какую пользу и выгоду принесет данный товар или услуга. Если у Вас есть возможность, продемонстрируйте образцы и наглядно покажите все преимущества.





www.ortex.org

