



Правила успешных продаж окон ORTEX



Руководство для менеджеров по продажам



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
Системы ПВХ профилей ORTEX.....	7-12
Оформление офиса продаж.....	13-14
Цель менеджера по продаже пластиковых окон.....	15
Этапы продаж.....	15

ПРОДАЖА ПЛАСТИКОВЫХ ОКОН ORTEX

Приветствие и установление контакта.....	16
Выявление потребностей клиента.....	17
Какое окно предложить клиенту.....	18
Презентация продуктов.....	19-20
Работа с возражениями.....	20-21
Завершение общения.....	22
Предложение дополнительных и сопутствующих товаров.....	23

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.), в качестве примера представлен профиль шириной 70 мм. Воздушные камеры профиля – это полости внутри него, образованные вертикальными перегородками. Профиль может быть 3-, 4-, 5- и 6-камерным. На рисунке представлен шестикамерный профиль ORTEX. Соответственно, чем больше ширина и количество камер профиля, тем окно лучше сохраняет тепло и надежнее защищает от уличного шума.

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.

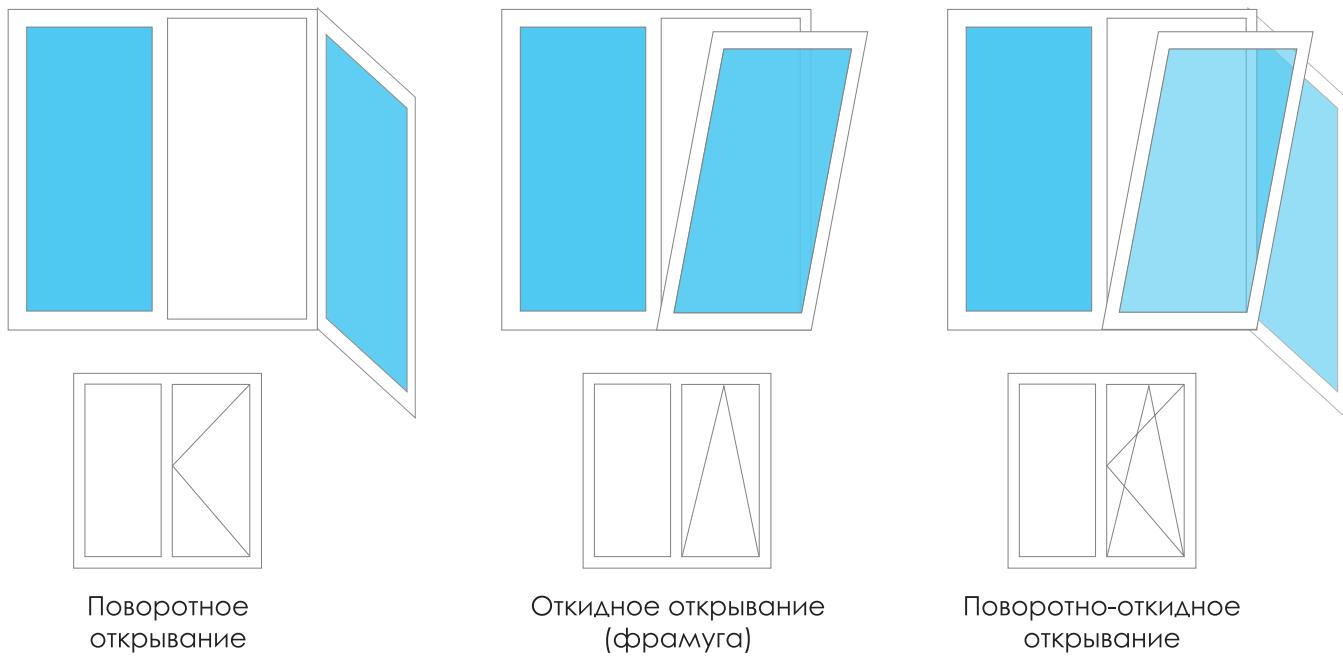
Створка – это открываяющаяся часть окна. Неоткрывающиеся части называют глухими. В зависимости от количества частей, на которые разделено окно, оно может быть одностворчатым, двухстворчатым, трехстворчатым и т.д. Створки могут открываться по-разному в зависимости от используемой фурнитуры.

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

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

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

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



Стеклопакет – это два и более стекла, которые герметично соединены между собой. Стекла разделены металлической дистанционной рамкой, внутрь которой засыпается молекулярное сито. Оно 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. На примере представлен двухкамерный стеклопакет, состоящий из трех стекол.

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

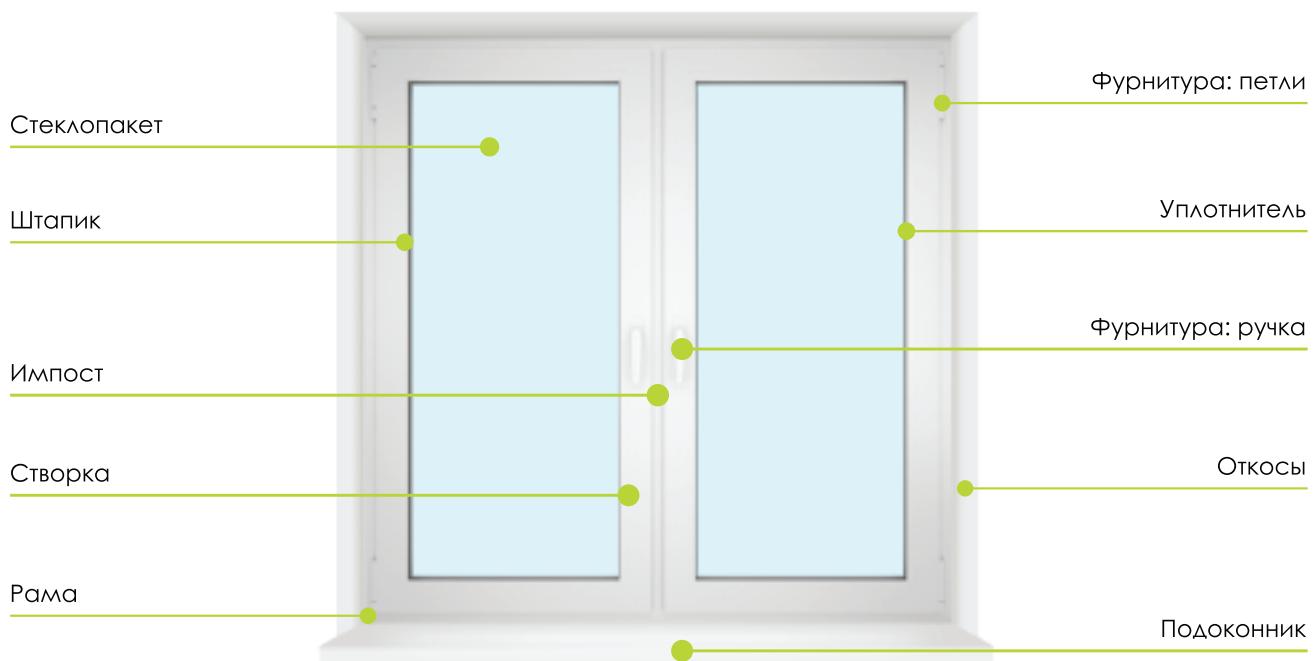
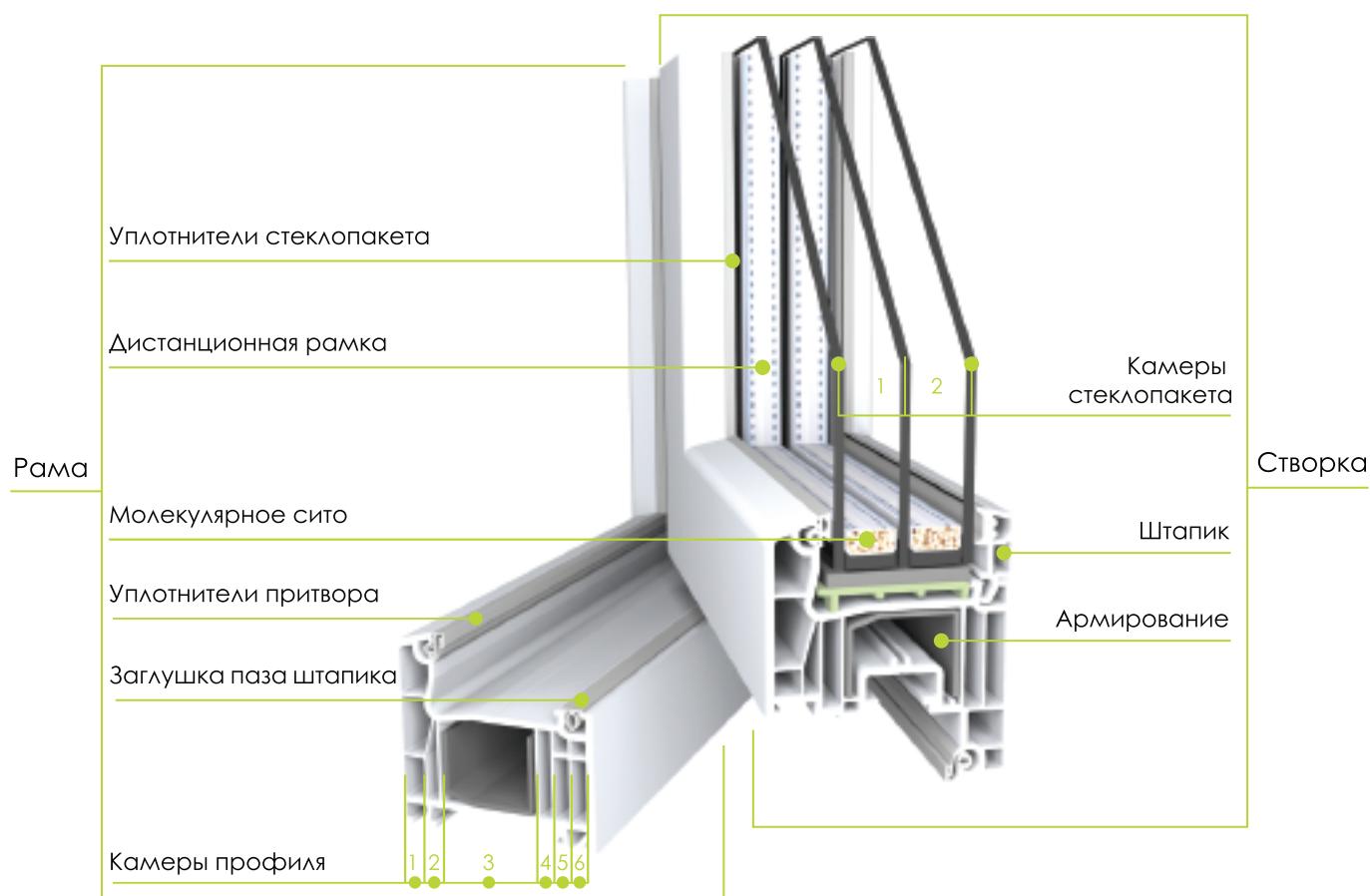
Уплотнители – специальная резина, обеспечивающая герметичность окна. По периметру рамы и створки располагаются уплотнители притвора, они создают плотное прилегание створки к раме и предотвращают появления сквозняков, попадания грязи и пыли в помещение, улучшают шумоизоляцию. Между профилем ПВХ и стеклом 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 хорошо должен знать, что представляет собой профиль ORTEX, чем он отличается от других и в чем заключаются его основные преимущества.

► Предприятие

ПВХ профиль ORTEX производится в Омске.

Предприятие оснащено самым современным немецким оборудованием, автоматическими линиями, использует только качественное сырье и имеет все необходимое для производства высококачественной и востребованной продукции.

► Особая рецептура

Рецептура ПВХ профиля ORTEX разрабатывалась и совершенствовалась в течение многих лет, поэтому он отличается высоким качеством. При разработке рецептуры пластика учитывались все особенности сибирского климата, поэтому профиль ORTEX одинаково надежен как в районах крайнего севера, так и в районах с высокой солнечной активностью.

► Преимущества ПВХ профиля ORTEX

- Морозостойкость
- Устойчивость к ультрафиолету
- Ударопрочность
- Долговечность
- Белизна и глянцевая поверхность

► ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ

ПВХ профиль ORTEX соответствует всем экологическим стандартам, что подтверждено государственными сертификатами и санитарно-эпидемиологическим заключением. Благодаря уникальной рецептуре, пластиковые окна ORTEX абсолютно безопасны и не наносят вред здоровью людей.

► 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 и учреждениях здравоохранения, таких как родильные дома, диагностические центры, больницы и поликлиники. Большинство клиентов готовы повторно заказывать окна из профиля ORTEX, а также рекомендовать их другим.

Системы ПВХ профилей ORTEX

CLASSIC

Классический дизайн, ничего лишнего, все просто и технологично! Это бюджетный вариант пластиковых окон, которые во всем превосходят старые деревянные. Они просты в эксплуатации, не требуют специального ухода и придают помещению современный внешний вид.

OPTIMA

Пластиковые окна ORTEX Optima теплее, тише и надежнее. Они предотвращают возникновение сквозняков и продуваний и сохраняют тепло внутри помещения, обеспечивая при этом необходимый уровень комфорта даже в условиях суровой сибирской зимы. Окна ORTEX Optima — это высокое качество по доступной цене!

PREMIUM

Пластиковые окна ORTEX Premium — это окна высшего качества, разработанные специально с учетом требований сибирского климата. Они воплощают в себе все самые передовые оконные технологии, направленные на максимальное сохранение тепла и защиту от шума, надежность и долговечность. Благодаря инновационной конструкции, окнам ORTEX Premium практически нет равных в способности беречь тепло.

Система ORTEX Premium включает системы:

- ORTEX Premium Decor — профильная система с алюминиевыми накладками;
- ORTEX Premium Color — профиль ПВХ, крашенный в массе;
- ORTEX Premium Door — дверная система.

► Технические характеристики профильных систем

	ОРТЕКС Classic	ОРТЕКС Optima	ОРТЕКС Premium
Количество камер	3	5	6
Ширина профиля, мм	58	70	70
Коэффициент сопротивления теплопередаче, м ² *°С/Вт	0,71	0,86	0,91
Заполнение, мм	4-32	24-40	24-72
Шумоизоляция, дБ	до 29	до 31	до 35
Воздухопроницаемость, м ³ /(ч*м ²)	3,83	2,5	1,29

CLASSIC

Классический дизайн, ничего лишнего, все просто и технологично! Это бюджетный вариант пластиковых окон, которые во всем превосходят старые деревянные. Они просты в эксплуатации, не требуют специального ухода и придают помещению современный внешний вид.

**Просто и доступно!
Оптимально для дачи и нежилых
помещений.**

► Основные характеристики

- 3 внутренние воздушные камеры
- Монтажная глубина 58 мм
- Коэффициент сопротивления теплопередаче 0,71 м²*°C/Вт
- Возможность установки стеклопакетов 4 мм, 24 мм, 32 мм
- Фурнитурный паз 13 мм
- Возможность установки замкнутого армирования



► Преимущества

- Высококачественный и морозостойкий пластик устойчив к воздействиям внешней среды.
- Окна ORTEX Classic защищают от сквозняков и продуваний и создают в помещении оптимальный микроклимат.
- Они просты в эксплуатации, не нуждаются в покраске, утеплении и в специальном уходе.
- Гладкая поверхность профиля позволяет окнам ORTEX Classic стать неотъемлемой частью любого интерьера.
- Классическое расположение камер, когда армирующий профиль находится в средней камере, исключает возможное промерзание профиля.
- Оптимальный размер камеры армирования позволяет устанавливать надежный металлический профиль, что увеличивает жесткость изделия, устраняет искривления профиля в течение года.

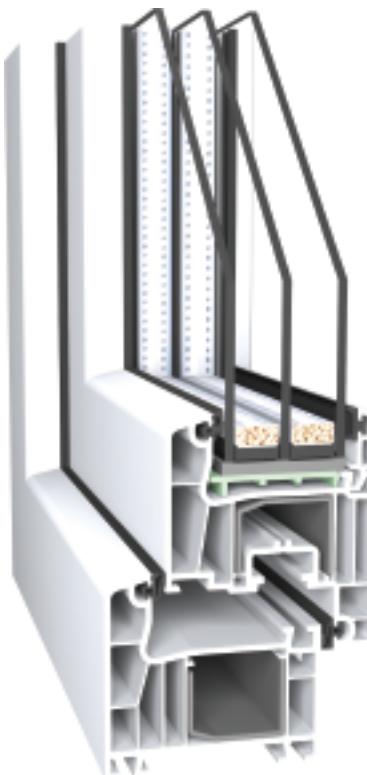
OPTIMA

Пластиковые окна ORTEX Optima теплее, тише и надежнее. Они предотвращают возникновение сквозняков и продуваний и сохраняют тепло внутри помещения, обеспечивая при этом необходимый уровень комфорта даже в условиях сибирской зимы. Окна ORTEX Optima - это высокое качество по доступной цене!

**Тепло и уютно!
Отличный вариант для квартиры.**

► Основные характеристики

- 5 внутренних воздушных камер
- Монтажная глубина 70 мм
- Коэффициент сопротивления теплопередаче 0,86 м²*С/Вт
- Возможность установки стеклопакетов 24 - 40 мм
- Фурнитурный паз 13 мм
- Возможность установки замкнутого армирования



► Преимущества

- Морозостойкая рецептура пластика обеспечивает надежную работу даже при очень низких температурах.
- Окна ORTEX Optima обладают высокими показателями теплоизоляции и гарантируют защиту от продуваний и сквозняков.
- Обладая высокой герметичностью, окна ORTEX Optima не пропускают пыль и влагу в помещение.
- Высокая шумоизоляция обеспечивает тишину и защищает от уличного шума.
- Под стеклопакетом имеется наклон для отвода влаги.
- Окна ORTEX Optima просты в эксплуатации, не нуждаются в покраске и утеплении и не требуют специального ухода.
- Ровная, гладкая поверхность профиля устойчива к внешним воздействиям.

PREMIUM

Пластиковые окна ORTEX Premium - это окна высшего качества. Они воплощают в себе все самые передовые оконные технологии, направленные на максимальное сохранение тепла и защиту от шума, надежность и долговечность. Благодаря инновационной конструкции, окнам ORTEX Premium практически нет равных в способности беречь тепло.

Тепло, тихо, надежно!

Идеально для квартир, частных домов и коттеджей.

► Основные характеристики

- 6 внутренних воздушных камер
- Монтажная глубина 70 мм
- Коэффициент сопротивления теплопередаче 0,91 м²*С/Вт
- Возможность установки стеклопакетов 24 - 40 мм
- Фурнитурный паз 13 мм
- Возможность установки замкнутого армирования
- Возможность установки противовзломной фурнитуры



► Преимущества

- Окна ORTEX Premium максимально сохраняют тепло внутри помещения, что позволяет значительно сократить затраты на отопление и электроэнергию.
- Они создают необходимый уровень тишины и комфорта в помещении, даже если окна выходят на оживленную магистраль.
- 2 контура уплотнения обеспечивают высокую герметичность и исключают возникновение продуваний и сквозняков, предотвращают попадание пыли и влаги в помещение.
- Под стеклопакетом имеется наклон для отвода влаги, что предотвращает появление конденсата.
- В окнах ORTEX Premium все продумано до мелочей, более надежное крепление фурнитуры обеспечивает ее стабильную работу в течение всего срока эксплуатации.
- Глянцевая поверхность профиля устойчива к повреждениям и царапинам.
- Исключительная белизна и закругленные углы профиля делают окна ORTEX Premium стильным дополнением любого интерьера.
- Окна ORTEX Premium просты в эксплуатации, не нуждаются в покраске и утеплении и не требуют специального ухода.
- Они долговечны и способны сохранять высокую стабильность в суровых условиях в течение 60 лет активной эксплуатации.

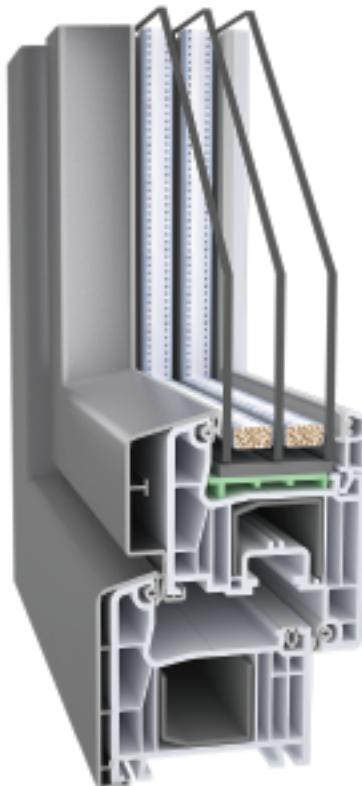
PREMIUM Decor

Окна ORTEX Premium соответствуют Вашим желаниям до мельчайших деталей. Алюминиевые накладки открывают широкие возможности в выборе цвета и дизайна окон. А встроенные в межстекольное пространство жалюзи создают максимальный комфорт и уют. Это поистине эксклюзивное решение, яркое и очень функциональное.

**Эксклюзивно и современно!
Оригинальное решение для коттеджей.**

► Преимущества

- Повышенная износостойкость конструкции. Изделие с накладками приобретает дополнительную устойчивость к атмосферным и любым другим воздействиям.
- Алюминиевые накладки позволяют пластиковым окнам гармонично вписываться в современные алюминиевые фасады.
- Широкие возможности выбора цвета. Алюминиевые накладки могут быть анодированными или окрашенными в любые цвета по RAL (213 цветов, в том числе 17 металликсов).
- Возможность установки жалюзи в межстекольное пространство, которые создают дополнительный комфорт и удобства.



► Жалюзи

Система алюминиевых накладок также дополнена профилями, которые позволяют установить жалюзи в межстекольное пространство. Жалюзи могут быть оснащены, на выбор, ручным или электроприводом. Жалюзи обеспечивают минимизацию энергопотерь примерно на 15% по сравнению с обычными пластиковыми окнами с двухкамерным стеклопакетом. Использование жалюзи именно в межстекольном пространстве позволяет достичь максимального комфорта и безопасности.

PREMIUM Color

Окна из профиля ORTEX Premium, окрашенного в цвета «темный шоколад» или «сочная карамель», станут настоящим воплощением стиля. Специальная пленка позволяет окнам ORTEX Premium выглядеть как окна из дорогих пород дерева, сохраняя при этом все достоинства пластиковых!

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

► Преимущества

- Цвета «темный шоколад» и «сочная карамель» делают окна как стильным акцентом, так и качественным дополнением интерьера.
- Ламинационная пленка способна полностью повторить структуру любой породы дерева: дуб, сосна, орех, пихта и многие другие.
- Пленка наносится с двух сторон профиля и позволяет акцентировать внимание на цвете как внутри, так и снаружи.
- Высококачественное покрытие устойчиво к внешним воздействиям, не требует специального ухода и сохраняет свой внешний вид в течение всего срока эксплуатации.



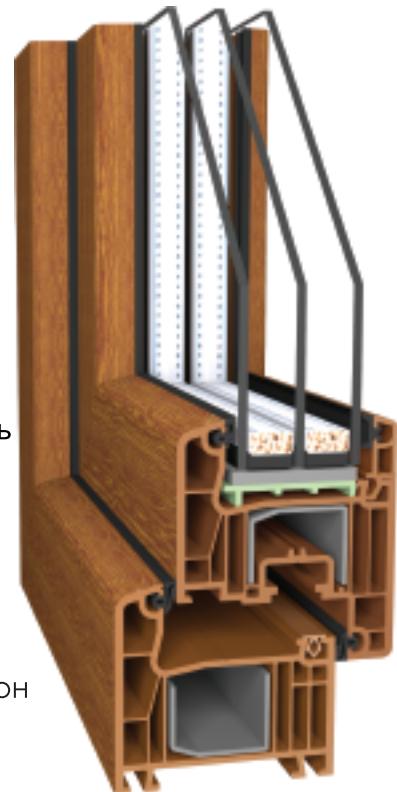
Золотой дуб



Темный дуб



Махагон



PREMIUM Door

Входные и межкомнатные двери ORTEX Premium отличаются высоким качеством и долговечностью, они способны выдержать сильные нагрузки, связанные с большим количеством открываний и закрываний.

► Преимущества

- Пластиковые двери ORTEX Premium обладают прекрасной тепло- и шумоизоляцией и создают необходимый уровень комфорта.
- Они отличаются высокой надежностью, прочностью и долговечностью.
- Высококачественный пластик устойчив к воздействиям внешней среды, не нуждается в покраске и специальном уходе.
- Двери ORTEX Premium – это отличное соотношение цены и качества.

Оформление офиса продаж

Правильно организованное и оформленное пространство офиса продаж помогает сформировать положительное отношение к компании со стороны клиента и организовать лучшим образом процесс продаж. Наличие необходимых рекламных материалов позволяет донести информацию об окнах ORTEX клиентам, продемонстрировать их преимущества и повлиять на принятие решения в пользу окон ORTEX.

► Программа мерчендайзинга для партнеров ORTEX

Чтобы помочь своим партнерам организовать выставочное и рабочее пространство в офисе продаж, торговая марка ORTEX разработала программу мерчендайзинга.

Мерчендайзинг — это комплекс мероприятий производимых в точке продаж и направленных на продвижение того или иного товара.

► Минимальное оформление офиса продаж



Сертификат официального партнера

- Сертификат официального партнера является подтверждением, что компания-партнер торговой марки ORTEX производит и реализует светопрозрачные конструкции высокого качества из оригинальных профилей и комплектующих ORTEX и имеет право пользоваться технической и рекламной поддержкой.
- Сертификат размещается на стене таким образом, чтобы он был виден потребителю.



Образцы продукции

- Образцы продукции включают в себя рекламные уголки ORTEX Classic, ORTEX Optima и ORTEX Premium.
- Образцы предоставляются в зависимости от систем, с которыми работает компания-партнер.
- Образцы необходимо размещать на столах или специальных полках в демонстрационной зоне офиса.
- Образцы расставляются таким образом, чтобы доступ потребителей к ним был открыт, и не было никаких преград для их рассмотрения.



Ручка шариковая, блок бумаги для записи, блокнот фирменный

- Используются менеджерами по продажам пластиковых окон и располагаются на его рабочем столе.



Флаг настольный на двойной металлической подставке

- Флаг настольный должен располагаться на столе менеджера или рядом с образцами в демонстрационной зоне офиса.
- При наличии фирменного настольного флага у компании-партнера допускается совместное размещение такого флага и флага ORTEX на одном флагштоке.



Воблер на образцы

- Воблер представляет собой бумажный рекламный носитель на прозрачной пластиковой ножке, которая позволяет воблеру колебаться, привлекая внимание клиентов и информируя о свойствах и характеристиках окон ORTEX.
- Воблеры предоставляются для образцов ORTEX Classic, ORTEX Optima и ORTEX Premium.
- Воблер крепится на профиль или стекло соответствующего оконного экспоната (т.е. воблер ORTEX Classic на окно ORTEX Classic) или на образце-уголке.



Буклет для потребителей «Окна ORTEX»

- Буклеты располагаются на столе менеджера или рядом с образцами в демонстрационной зоне офиса.
- Буклеты должны располагаться лицевой стороной к клиентам.
- Для удобства клиентов в буклете предусмотрено место для указания стоимости окон ORTEX.
- Не допускается размещение информации об окнах из других профильных систем на буклете «Окна ORTEX».
- Буклет необходимо давать каждому клиенту, зашедшему в офис продаж.

Дополнительные рекламные материалы

Партнеры торговой марки ORTEX могут получить другие рекламные материалы для оформления офиса продаж, презентации продуктов и проведения акций по продвижению и стимулированию сбыта. Подробную информацию о правилах предоставления рекламных материалов спрашивайте у курирующего менеджера или в отделе маркетинга.

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 ОРТЕХ

- Помочь клиенту решить его проблемы и удовлетворить потребности, посредством продажи конструкций из ПВХ профиля ОРТЕХ 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).

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.

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, посчитаю 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 улыбчивы 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 удается, 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, частом 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 пластиковые 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 ли ремонт и т.д.?

Не стоит строго придерживаться данного списка вопросов. Подбирайте вопросы для каждой конкретной ситуации, обращайте 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.

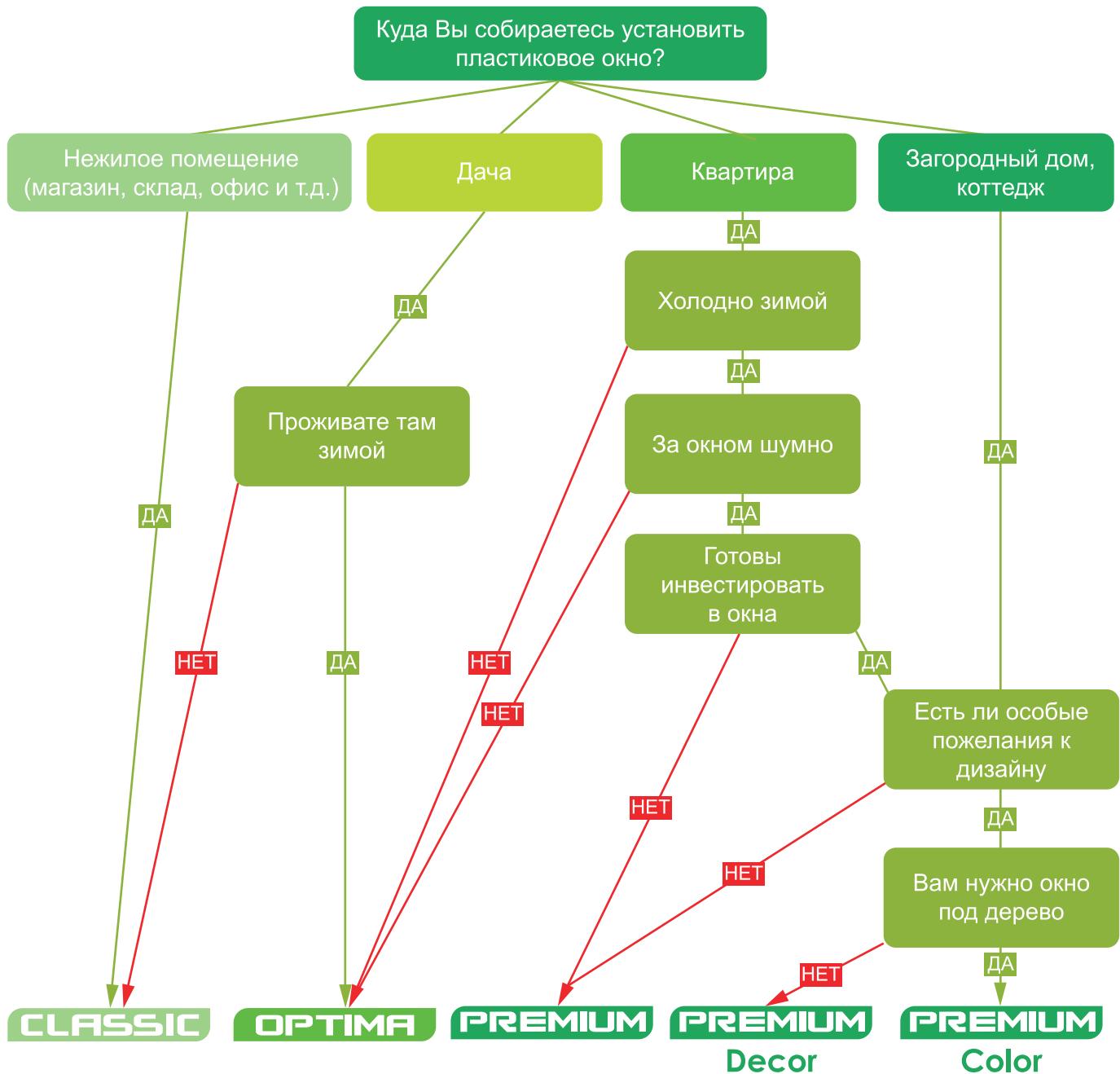
Из подобного общения менеджер может сделать выводы, что клиент, вероятно, обладает ограниченным бюджетом (недавно купил квартиру, ремонт делать не планирует, замена окна – вынужденная мера) и для него наиболее важно, чтобы в окно не дуло, а в квартире было тепло.

Какое окно предложить клиенту?

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

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.

Линейка окон ORTEX включает в себя различные варианты, поэтому предлагая клиенту окно из профиля ORTEX, необходимо ориентироваться на его потребности.



Презентация продуктов

Только после выявления основных потребностей клиента, Вы можете приступать 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.

Поскольку Вам нужны пластиковые окна на дачу, на которой Вы бываете только летом, то Вам вполне подойдут окна ORTEX Classic, это простой и доступный вариант из 3-камерного профиля. Они защищают от продуваний, просты в эксплуатации и уходе, но главное, что эти окна изготовлены из высококачественного морозостойкого пластика, поэтому Вы можете быть уверены, что за зиму с Вашими окнами ничего не случится.

Учитывая, что Вы недавно купили новую квартиру, и делать в ближайшее время ремонт не планируете, то я считаю, что отличным вариантом для Вас будет окно ORTEX Optima. Оно отличается оптимальным соотношением цены и качества, обладает повышенной герметичностью, поэтому предотвращает появление сквозняков и продуваний и надежно сохраняет тепло.

Для остекления детской я бы Вам порекомендовала окно ORTEX Premium. Учитывая, что у Вас окна выходят на проезжую часть, Вам нужно обратить внимание на окна, обладающие повышенной шумоизоляцией. Благодаря 6 воздушным камерам и толщине в 70 мм, окна ORTEX Premium создадут необходимый уровень комфорта. Кроме того, они лучше сохраняют тепло, поэтому Вы можете не опасаться сквозняков и продуваний.

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. Поэтому задайте клиенту соответствующие вопросы:

Вы уже готовы разместить заказ?

На какое время удобен выезд мастера по замерам?

► По телефону

Помните, что многие клиенты звонят в компанию, чтобы узнать цену, и, если цена их не устраивает, они могут просто поблагодарить и повесить трубку. Поэтому если после объявления цены клиент пытается завершить разговор, задайте прямой вопрос: Как Вам наше предложение? Как Вам наша цена? Даже если клиент просто ответит "Дорого", это уже повод для продолжения разговора.

► В офисе

Если общение с клиентом происходит в офисе, то Вы имеете значительно больше возможностей для презентации продуктов. Предоставьте клиенту рекламные материалы, в которых содержится информация о предлагаемых вариантах. Это поможет клиенту лучше воспринимать информацию. Обязательно покажите образцы и наглядно объясните, почему Вы предлагаете именно этот вариант. Покажите его преимущества в сравнении с другими альтернативными вариантами.

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.

Да зачем мне окна из 6-камерного профиля, у моих друзей стоят из 3-камерного и их полностью устраивают.

Да, действительно, и с окнами из 3-камерного профиля может быть достаточно комфортно, но все зависит от особенностей помещения и личных предпочтений каждого клиента.
Скажите, а окна Ваших друзей также выходят на проезжую часть?

Нет, у них тихий спальный район.

Вот видите, а у Вас окно выходит на проезжую часть, и Вы жалуетесь на постоянный шум.
Окна из 3-камерного профиля не обеспечивают необходимой защиты от шума.

► Высокая цена

Так как любой клиент стремится найти вариант дешевле, то его наиболее частым возражением является высокая цена. Существуют несколько причин, по которым клиента может не устраивать цена: она не соответствует его ожиданиям (он планировал потратить меньше); цена выше, чем у конкурентов; клиент пытается получить скидку.

1. Цена не соответствует ожиданиям клиента

Если есть возможность, то предложите вариант по более низкой цене, незначительно уступающий в качестве. Помните, что Ваша главная цель – решить проблему клиента. Поэтому если ему нужно теплое окно, которое надежно защитит от шума, не предлагайте ему окно из 3-камерного профиля с 1-камерным стеклопакетом. В этом случае объясните клиенту, что подобрать оптимальное для него решение в пределах имеющейся суммы, не получится. Посоветуйте потратить немного больше, но купить качественное и надежное окно, которое обеспечит необходимый уровень комфорта.

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:

Скорее всего, мы Вам предлагаем совершенно разные варианты. Я Вам назвала стоимость окна из 6-камерного профиля ORTEX Premium, качество которого значительно выше.

В стоимость окна уже включены демонтаж старого окна, монтаж нового, вывоз мусора, внутренняя и наружная отделка и москитная сетка.

Компания «Окна ORTEX» это надежная компания, которая существует более 5 лет, поэтому заплатив немного больше, Вы будете уверены в качестве и надежности своего окна.

Наши монтажники используют только качественные расходные материалы, которые стоят дороже. Зато Вы можете быть уверены в надежности наших изделий.

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 ориентировать, нам сперва необходимо определиться с окном и его комплектацией.

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

Скидки действуют только до конца этой недели.

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

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

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, постараитесь 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 постараитесь 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.

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