

Владислав Вавилов

ПРОДАВАЯ КОСМЕТИКУ

Киев-2020

[Купить книгу на сайте kniga.biz.ua >>>](http://kniga.biz.ua)

УДК 658.8

В12

Владислав Вавилов
ПРОДАВАЯ КОСМЕТИКУ

Вавилов В.

Продавая косметику. Бизнес-книга / В.В. Вавилов. – К.: ООО РедБиз
Лаборатория медицинского бизнеса, ООО НПП «Интерсервис», 2020. –
186 с.: илл.

ISBN 978-617-696-946-4

Владислав Вавилов – ведущий бизнес-тренер, автор книг о менеджменте, сервисе, рекламе и продажах в индустрии красоты и здоровья.

Бьюти-индустрия – привлекательный сегмент рынка, который манит специалистов обещанием высоких чеков и удовольствием от созидания красоты. Однако все ли возможности в удовлетворении потребностей клиентов используются работниками предприятий индустрии красоты? Нет! И самая частая причина этого – неумение и внутреннее сопротивление личным продажам. В этой книге собран опыт работы автора по увеличению эффективности работы отделов продаж в индустрии красоты, благодаря которому вы начнете продавать чаще, больше и с удовольствием! Вы получите инструменты и техники продаж, раскроете силу индивидуального подхода и осознаете магию искренней заботы о ваших клиентах. Читайте, внедряйте и процветайте!

УДК 658.8

В12

© В. Вавилов, 2020

© ООО РедБиз, 2020

[Купить книгу на сайте kniga.biz.ua >>>](http://kniga.biz.ua)

СОДЕРЖАНИЕ

Вступление..... 7

Раздел I

ПРОДАЖА КОСМЕТИКИ МАСТЕРОМ

Глава 1. Этапы становления мастера 12

Первый этап. «Какие продажи?!»

Я еще фен/пилочку плохо держу»

Второй этап. Ранняя уверенность

Третий этап. Опыт

Четвертый этап. Деньги, или Знаю. Хочу. Могу

Пятый этап. Эксперт, меняющий жизнь клиента

Шестой этап. Самоуверенность и лень

Глава 2. Привлечение новых клиентов

без затрат на рекламу..... 22

Обязательная автоматизация

Маркетинг и реклама – выражаются цифрами

Карта постоянного клиента

Друг для друга

Бонусы – нет скидкам

Ключевая задача мастера – повторная запись, продление

Герои и сторис

Вторая половинка и дети

Клиенты и их потребности

Витрины. Выкладка. Магия

Глава 3. Установление контакта с инопланетным миром...36

Установление контакта с клиентом. Все правила

Внешний вид

Ухоженность

Позитив и гостеприимство

Ошибки приветствия

Уделите внимание клиенту

Перестаньте листать ленту и переведите телефон

в беззвучный режим

Говорите простыми словами

Страх показаться навязчивым

Не зацикливайтесь на продажах

Обращайтесь по имени

Результат

Озвучивайте, какую косметику вы используете

Глава 4. Потребность 52

Внимание, скрипты! Список обязательных вопросов мастера

Волшебные вопросы об опыте

Активное слушание

Ошибки при выявлении потребности

Проекция

Предлагаете то, что нравится

Одно желание

Перебивать клиента

Выводы

Глава 5. Презентация..... 64

Сторителлинг как инструмент продаж и убеждения

Что говорить клиенту?

Вы не пользуетесь косметикой, но пытаетесь ее продать

Выучите 4–5 историй о косметических брендах

Правила эффективной презентации – ХПР

Характеристика

Преимущество

Результат

Upsell

2 upsell

Снижение цены, чтобы сохранить клиента

Глава 6. Возражения 78

Топ-5 возражений при покупке косметики
Цена (дорого)
Ценность и производитель
Лень и «Мне надо подумать»
Опыт
Результат и разные линейки
Алгоритмы работы с клиентом. Чек-лист мастера
Свои эмоции
Согласие
Определение проблемы
Аргументация

Глава 7. Сервис-звонки и постпродажное сопровождение..... 91

Ключевые ошибки послепродажного сопровождения
Насильственные чаты
Вы не поддерживаете коммуникацию
Навязчивые звонки
Скрипт сервис-звонка

Раздел II

ОТ МАСТЕРА ДО ГУРУ

Глава 1. Этапы становления мастера 98

Мотивация
Вдохновение
Знания
Сопровождение
Маркетинг и узнаваемость

Глава 2. Подготовка 105

Улыбка
Знание своей косметики
Акции
Даете ли вы клиентам возможность попробовать продукт?
Как вы знакомите мастеров и салоны красоты с брендом?
Низкие цены
Купите одно средство и получите второе в подарок
Знание конкурентов
Стать экспертом

«Адвокат», «проповедник» и «евангелист» бренда
Набор торгового представителя

**Глава 3. Чудо-приветствие
и волшебное установление контакта.....114**

Первый контакт
«Холодные» звонки
«Холодная» встреча или «холодные» визиты
Внешний вид торгового представителя
Как говорить?
«Теплые» звонки
«Теплые» визиты
Продажи в шоуруме или в магазине
Привлекательное предложение

Глава 4. Выявление потребности135

Простой сценарий
Стратегия SPIN-продаж: принципы, достоинства, применение
Примеры диалогов

Глава 5. Презентации152

Рассказал и продал
Состав и объем
Соцсети
Техники презентаций
ХПР
Дайте в руки
Обучите покупателя пользоваться косметикой
Не у нас, а у вас!
Сторителлинг. Убеждение клиента с помощью историй
Ловушка сравнения
Фразы-магниты

Глава 6. Возражения167

Цена
Ценность
One more thing...

Глава 7. Завершение продаж 178

Заключение180
Post Scriptum.....182

ВСТУПЛЕНИЕ

- Я ничего не хочу продавать!
- Я не хочу быть навязчивой...
- Я не хочу выглядеть, как продавец, занимающийся сетевым маркетингом.
- Я стесняюсь.
- Я думаю, это слишком дорогая косметика для моих клиентов.
- Они пользуются другой торговой маркой.
- Когда спросят, тогда я и расскажу...
- Эта косметика клиентам просто не нужна.
- У них сейчас нет денег.
- Я же лучше знаю.
- Я же мастер, а не продавец!
- Чтобы начать продавать, сперва нужно лучше изучить косметику, а то за эти три года я ее так и не распробовала.

А это любимые отмазки торговых агентов:

- А как достучаться до директора?
- А кому передать прайс?
- Как мне продавать, если у них стоят витрины конкурентов?
- Мастер был занят и не принял меня.
- А у них дешевле.
- Зачем я приехал в этот салон?
- Мне лень им предлагать!
- Я, как и мастера, считаю, что у нас слишком дорогая продукция.

Друзья, за последние 5 лет я провел десятки тренингов и консультаций для косметических торговых марок и салонов красоты. На протяжении этого времени я довольно часто слышал приведенные выше оправдания от мастеров и реже – от торговых представителей. Поэтому я решил написать книгу для всех, кто хочет, но почему-то не может продавать. А также для тех, кто не хочет, но может!

Продавать не стыдно! Благодаря косметике и мастерству клиенты становятся красивыми, а мастера и торговые агенты – богатыми, в том числе духовно.

Перестаньте считать и экономить деньги других людей. Красота и здоровье не могут стоить дешево. Более того, они не возникают ниоткуда после первой же процедуры. Для хорошего результата всегда требуются цикл процедур и правильный домашний уход. Ну, вы понимаете, о чем я: администратор вам все оформит.

Вы каждый день меняете мир к лучшему. Каждая женщина, выходящая из салона с улыбкой на лице, может изменить свой день и чью-то жизнь. А красиво подстриженный мужчина, с ухоженным лицом и руками, может победить в любом сражении!

Однако все это возможно, только если влюбленный в косметический бренд мастер учит клиентов заботиться о себе и помогает им полюбить себя.

Мы продаем не продавая. Мы влюбляем и сами влюбляемся в новые процедуры.

На рынок регулярно заходят десятки, а то и сотни новых брендов, которые борются за место под солнцем. Они понижают цены и предлагают нам «плюшки с белой пудрой». Они стимулируют к развитию всех. Именно поэтому важно постоянно совершенствовать свои навыки, в том числе и в продажах. Сытый голодному не товарищ. Помните, что работа с клиентами – это ежедневный вызов. Совершенствуйтесь!

К слову, секрета продаж не существует! Нужно просто прочитать эту книгу и выполнять все предписания. А для лучшего эффекта необходимо ознакомиться и с другими моими книгами (шутка).

Книга «Продавая косметику» будет полезна мастерам, администраторам, владельцам бьюти-бизнеса, а также торговым

представителям индустрии красоты. Последних, мне кажется, совсем обделили вниманием. Все собраты по цеху пишут о салонах: как открыть, как закрыть. Я же отвечаю на наболевшие вопросы: как продавать, как выйти на маршрут и не сойти с ума, как отвечать на сообщения в 2 часа ночи и продолжать нравиться людям.

Кроме того, вы узнаете:

– Что делать, если на складе собрали не тот заказ?

– И как его продать, даже если в салоне «нет волос», а в заказе есть шампуни?

– Как продать то, чем не пользуешься?

Некоторые из вас скажут, что легко справятся с такими задачами, а другие застенчиво промолчат.

Ну, пришло время действовать.

– *Брось костыли и иди!*

– *Вообще-то я их бабушке несла.*

С уважением и заботой,
всегда ваш, как меня называют
в разных салонах красоты,
Валентин,
Вениамин,
Владимир,
Вячеслав,
Эдуард,
Владислав Вавилов



[Купить книгу на сайте kniga.biz.ua >>>](http://kniga.biz.ua)

Раздел I

ПРОДАЖА КОСМЕТИКИ

МАСТЕРОМ

[Купить книгу на сайте kniga.biz.ua >>>](http://kniga.biz.ua)



ЭТАПЫ СТАНОВЛЕНИЯ МАСТЕРА

Ключевая проблема индустрии красоты состоит в том, что мы часто требуем от наших мастеров продавать косметику, не до конца понимая их экспертный уровень. Та же ситуация наблюдается и с администраторами: мы принимаем на работу не тех, а затем требуем от них чуда. Увы, чудо происходит не всегда. Поэтому давайте разбираться, чтобы обычный тест на собеседовании «Продайте мне ручку либо косметическое средство» не вызывал шок. Я уверен, вам тоже надоело слышать фразу: «Я сюда не продавать пришла, а творить». Твори добро!

Если говорить о специалистах, без привязки к профилю, их профессионализм и готовность продавать можно условно разделить на следующие этапы.

Первый этап. «Какие продажи?! Я еще фен/пилочку плохо держу»

На этом уровне находятся все мастера, которые только начинают работать. Понимаю, что эта тема будет крайне болезненной для

некоторых коллег, потому спешу всех успокоить: мы все когда-то начинали, ошибаться или чего-то не знать – это нормально. Главное – себя не обманывать. Когда вы ставите себе слишком высокие цели, а в итоге их не достигаете – это вас демотивирует. Что это значит? Не стоит в начале карьеры сразу пытаться устроиться в дорогой салон, ведь, если вы там оплошаете, в том числе как профессионал, будет очень сложно найти в себе силы, чтобы продолжить путь. Старайтесь развиваться поэтапно. Одни мастера себя недооценивают, другие же, едва окончив курсы, думают, что они боги. Это жизнь. Я не судья, чтобы решать, кто из них прав. Однако я всегда говорю, что профессионализм мастера оценивается коллегами и клиентами. Помните, у гуру лист записи не может быть пустым!

На первом этапе мастер, который еще неуверенно ходит, не может сразу побежать. В процессе обслуживания он думает о ногтях, волосах и лице. Для него важнее соблюсти технологию, чтобы достичь хорошего результата и порадовать клиента. Часто специалисты не знают цен на свои услуги, ведь далеко не все пришли в эту индустрию грести деньги лопатой: многие бывают просто ошарашены. Чего только стоит волнение при постановке вопроса: «Вы не против, если я сделаю фото? Мне так нравится эта работа». А недоумение клиента, которому перед просьбой нужно было сделать комплимент, похвалив его образ? Однако такое поведение нормально. На этом уровне мастер не способен думать о торговле, поэтому в некоторых салонах красоты планы продаж вводят на втором или третьем месяце работы, а для начинающих специалистов и того позже.

Такому мастеру важно не лениться, а проводить как можно больше отработок, чтобы набить руку и чувствовать себя уверенно. Поверьте, на начальном этапе на вопрос администратора после услуги: «Ты косметику предложила?» – всегда один и тот же ответ: «Нет! Я заработалась и забыла». О продаже косметики и рекомендациях думается тяжело: тут бы все сделать правильно.

На семинарах я даю мастерам простой чек-лист. Тем не менее требуется 6–8 занятий, чтобы специалист перестал бояться спрашивать. Не стоит спешить предлагать, однако всегда нужно учиться задавать вопросы. Без четкого понимания, что хочет клиент, какой

опыт он имеет, как прошел его последний визит в салон по поводу подобной услуги, советы, как и сама работа, могут не принести желаемого результата. Помните, что новый опыт не всегда воспринимается позитивно.

Что делать мастеру на этом этапе?

Я рекомендую каждому новичку создать собственный чек-лист по продажам. Мне кажется, что осваивать техники продаж необходимо параллельно с основным процессом. Да, профессиональные навыки важнее, однако лучше заранее встраивать техники в алгоритм обслуживания. Такой подход обусловлен тем, что, когда мастер сформировался как профессионал, изменить его привычки гораздо сложнее.

Второй этап. Ранняя уверенность

На этом этапе мастер уже смотрит на клиента без страха, не так сильно волнуется и начинает довольно робко экспериментировать. Позади остались нарушения тайминга и слезы, вызванные жалобами. У специалиста есть небольшой, но очень ценный опыт, которым он очень гордится. Мастер думает о том, как гость будет выглядеть после оказанной услуги. Появляется уверенность в технике, она еще немного обманчива, но уже не дрожат руки. В разговоре можно услышать фразу: «У другого клиента была подобная ситуация, я исправил ее таким образом...» Это важный этап становления мастера, ведь он уже может давать советы, как продлить эффект после процедуры в салоне. Специалист примеряет на себя роль педагога, который учит клиентов любить себя и заботиться о себе. Он уже знает, какие линии домашнего ухода и кому нужно порекомендовать.

Робкие советы – показатель роста, однако часто мастера слышат в ответ отказ и перестают пробовать. Во время тренингов в салонах красоты я всегда даю им задание на неделю: предлагать клиентам косметику для домашнего ухода. Чаще всего спустя 7 дней они мрачно сообщают, что после нескольких отказов перестали предлагать. Почему?! Неужели вы думали, что все гости будут покупать

продукт после первого же предложения? Сейчас весь мир борется за внимание и деньги вашего клиента – его реакция вполне нормальна. Мастерам следует помнить, что услышать «нет» – это не страшно. Возражения – это не повод расстраиваться и прекращать советовать косметику другим. Есть простое работающее правило: если вы не предложите – человек, скорее всего, не купит.

Я люблю приводить пример продаж пирожков в «Макдоналдсе»: гостю, заказавшему кофе, всегда предлагают пирожок. Задумайтесь: часть из вас тоже покупали его именно после предложения.

Что делать мастеру на этом этапе?

Быть увереннее и действовать. Вы уже знаете процессы обслуживания и умеете работать с клиентом. Пришло время плавно, но регулярно давать советы. К слову, не забывайте о социальных сетях. Я подписан на аккаунты многих специалистов и заметил, что у некоторых из них лишь «голые» страницы с аватаром. В то же время другие мастера вдруг начинают снимать видео: этот продукт применяйте, эту сыворотку – наносите... Должен сказать, смотрится это очень ярко. В такие моменты я понимаю, что человек ментально переходит на другой уровень.

Третий этап. Опыт

Специалист через некоторое время начинает уверенно работать. Включается интуиция и появляется некая мудрость. Он уже овладел простыми и сложными техниками. Мастер уверенно рекомендует и задает правильные вопросы. Он четко понимает, чем разные линейки отличаются друг от друга, а также знает, каких результатов можно ожидать после их использования. Мастер задумывается о том, как зарабатывать больше.

Некоторые специалисты на этом этапе начинают немного хитрить и договариваются с поставщиками косметики напрямую, другие уходят в коворкинги, где арендуют место. Часто последние не понимают, что теперь заниматься привлечением посетителей им

придется самостоятельно, ведь раньше первичных клиентов им давал салон. Со временем у таких мастеров формируются своя клиентская база, вкус, а иногда и фирменный стиль.

Мне сложно сказать, сколько времени потребуется, чтобы обрести такую уверенность, ведь у каждого мастера длительность этого периода разнится: кому-то нужен год, а другие справляются за несколько месяцев. Помните, что ваши успехи зависят от цели и настойчивости.

Однако, даже если вы еще не доросли до этого уровня, это не значит, что вы не можете или не должны продавать косметику. Если вы будете понимать особенности первых двух этапов, возможно, вам будет легче встраивать алгоритм продаж в процесс обслуживания. К слову, именно на этом этапе специалист уже может создавать свою типологию клиентов. А у вас есть такая? Я думаю, будет полезно обменяться опытом. Давайте устроим челлендж: расскажите о своей типологии клиентов в социальных сетях, используя хештег **#вавилова_клиенты**.

Что делать мастеру на этом этапе?

Я бы рекомендовал начать самостоятельно посещать тренинги по продажам. Вы уже умеете оказывать услуги – в этом аспекте вы сильны. Однако часть мастеров почему-то думает, что если они посетили тренинг по продажам несколько месяцев назад, то этого достаточно. Знайте, что это большая ошибка. Продажи похожи на изучение английского языка: даже если у вас есть базовые знания, без практики вы их утратите. Кроме того, необходимо постоянно поддерживать свой уровень. Конечно, вы можете читать книги и смотреть учебные видео, однако все полученные знания нужно отрабатывать на семинарах. Задавайтесь, когда вы последний раз посещали тренинги по продажам?

Четвертый этап. Деньги, или Знаю. Хочу. Могу

Мастер уверенно продает свои услуги. Он не без труда, но может объяснить клиенту разницу между процедурами, а также