

Содержание

Введение	7
От автора	9
Подход к описанию продаж в розничном магазине	9
Ключ 1. Вызвать интерес	11
Вызывает интерес... ..	13
Месторасположение (МЕСТО)	15
Место на старте	17
Три этажа здания «Торговая сеть»	24
Уникальное торговое предложение	27
Витрина	34
Сайт	38
Фишки	40
Ключ 2. Установить доверительные отношения	43
Чувство покупателя: «Не мой магазин»	44
Команда	48
Командный дух	49
Как добиться командной работы	50
Типологии для набора команды	51
Мероприятия для построения команды	61
Сотрудники — носители культуры компании	63

Купить книгу на сайте kniga.biz.ua >>>

Порядки при построении культуры компании.	65
Принадлежность.	65
Старшинство	68
Взаимообмен	72
Приверженность бренду	73
Эффект синергии	74
Зарождение доверия покупателя в магазине	76
На чем строится доверие	76
Доверие, построенное на мнении другого человека	79
Слагаемые доверия	81
Как получают доверие	84
Ключ 3. Знать потребности, чувствовать ожидания	87
Ждать или надеяться?	88
Ожидания покупателя	89
Взгляд на ожидания со стороны уличного рынка.	89
Управление ожиданиями.	92
Потребности покупателя.	97
Что такое потребности	97
Изменение потребностей покупателей.	100
Модели покупательских мотивов.	106
Ценности поколений.	109
Измерение ожиданий и потребностей.	116
Карта эмпатии.	117
AQAL-модель.	122
Есть ли простой способ выяснить потребности и ожидания покупателя?	128
Ключ 4. Помочь сделать выбор	131
Как покупатель выбирает	132
Рациональный выбор	135
Эмоциональный выбор.	137

Два вида выбора	140
Ценность	146
Искренность	154
Цель выбора	154
Ключ 5. Развеять сомнения	157
Кто разгонит облака сомнений покупателя	158
Новый взгляд на ваших сотрудников	158
«ЗР-модель Работника»	161
Выбор типа модели	166
Отбор сотрудников	168
Система вознаграждения	171
Технологии продаж	173
«Книга сценариев продаж»	173
Навык продаж	175
Возражения покупателя	178
Метод работы с возражениями	179
Простая модель устранения возражения	182
Ключ 6. Оставить хорошее впечатление	185
Что говорил Штирлиц	186
Завершение продажи	186
Ценность покупателя магазина	189
Сарафанное радио	191
Возврат товара и претензии покупателей	196
Хорошее впечатление	200
Ключ 7. Обратить в свою веру	205
Как обратить покупателя в свою веру	206
Типы покупателей розничного магазина	207
Типы покупателей	207

Разовый покупатель магазина	208
Сезонный покупатель	209
Постоянный покупатель	210
Предложения покупателю в розничном магазине	211
Предложения для разового покупателя	211
Предложения для сезонного покупателя	213
Предложения для постоянного покупателя	218
Три вида выбора покупателя	220
Виды выбора	220
Выбор разового покупателя	222
Выбор сезонного покупателя	223
Выбор постоянного покупателя	224
Инструменты измерения покупателей	227
Клиентская база	227
Карта клиента	229
Книга отзывов	231
Счетчик посещаемости	233
Видеорегистратор	234
Другое измерение	235
Любовь и вера	236
Послесловие	244
То-Чаво-Не-Может-Быть	244
Сказка	245
И последнее... ..	248
Благодарности	250
Список полезной литературы	252