

Продажи без скидочек



Алексей Сивко

Практикующий бизнес-тренер, сертифицированный коуч ISU, фасилитатор. Личный опыт в продажах и менеджменте более 17 лет: от менеджера по продажам до РОПа и руководителя корпоративного учебного центра. За время своей тренерской деятельности провел более 400 тренингов, модерировал более 100 бизнес-сессий и обучил более 4000 участников (из них более 300 с нуля).

Выступление Алексея Сивко на 3-й сессии «Продажи. Маркетинг. Брендинг» Международного симпозиума хлебопеков было одним из самых ярких. Как возможно продавать без скидочек в век процветания промоакций и распродаж, мы попросили Алексея Сивко более подробно рассказать на страницах журнала «Пекарь&Кондитер».

– Алексей, в чем, на ваш взгляд, особенность и специфика продаж в хлебопекарной и кондитерской отрасли?

– Практически каждая компания, в которую я прихожу, говорит мне о своей специфике и специфичности. Я помог более чем полусотне компаний и утверждаю, что продажи на 90% идентичны. Все сводится к тому, что покупают по итогу не компания у компании, а человек у человека. Соответственно, главная задача специалиста по продажам – научиться устанавливать доверительный контакт и не просто помогать, а делать все, чтобы клиент захотел сам купить.

– Расскажите, как вы пришли к теме продажи без скидочек? Почему считаете, что это важно?

– Тема скидочек для меня болезненная. Я сам не даю скидочек и считаю, что в большинстве случаев скидки и другие уступки излишни.

Специалисты дают скидки по нескольким причинам:

1. Они не верят в цену – поэтому они не убедительны. У таких специалистов масса внутренних установок, что они сами бы не купили, они не понимают главного – ценности, которую несут.
2. Они не знают, как продавать без скидочек. Не хватает знаний, как отрабатывать возражения, как требовать уступку за уступку.
3. Не умеют, ведь мало знать, важно оттренировать необходимый навык.



4. Не хотят. Многие дают скидки, потому что им нет особой разницы в мотивации, продадут они с уступкой или без.

Конечно, я не хочу обобщать и говорить, что скидки вообще не нужны. Бывают моменты, когда необходимо уступить и в цене, и не только. Но тут правильный вопрос, который необходимо задавать: а как нам сделать так, чтобы у нас покупали по нашей цене? И ответ чаще не в изменении продукта, а в умении менеджера по продажам.

– Можете привести пример успешного кейса, где ваши рекомендации помогли бизнесу увеличить прибыль без применения скидок?

– Примеров много, приведу один. Меня пригласили в компанию, которая предоставляла образовательные услуги. В переписках с клиентами менеджеры вываливали всю информацию сразу, в том числе говорили о том, что у них есть специальные условия – т.е., по сути, сразу давали скидку. Я провел аудит продаж – выявил ошибку и провел тренинг по продажам через переписку. После этого мы закрепили результат обучения через посттренинговое сопровождение. Как итог – компания увеличила прибыль, ее клиенты были готовы покупать без скидок.

– Какие ключевые навыки, по вашему мнению, необходимы для успешного продавца?

– На мой взгляд, ключевые навыки следующие: Уметь вызывать доверие, располагать к себе, улавливать контакт.

Уметь слышать собеседника, активно слушать. Уметь доносить четко свою мысль и аргументацию. Наконец, уметь ставить цели, мотивировать себя.

– Исходя из вашего опыта, какие ошибки чаще всего существуют в организации продаж и как их избежать?

– Я выделяю основные 3 направления, по которым есть ошибки:

1. Нет планов/целей и соответствующей мотивации. Не все понимают, что ценный конечный продукт менеджера отдела продаж – это деньги, и не просто выручка, а прибыль. Если вам нужны результатники, а не процессники, то мотивация должна быть заточена не только на процесс (количество действий), а в первую очередь на результат (сумма продаж).

2. Нет организации и системы контроля. Не у всех есть хорошо налаженная CRM-система, которая служит помощником как менеджеру, так и руководителю. Если важный показатель не оцифрован – вы им не управляете по-настоящему.

3. Нет развития. Мир продаж, клиенты, конкуренты – все меняется. Очень важно развивать сотрудников, адаптировать к новым условиям и делать это регулярно!

– А что важнее: уникальный продукт или сильная команда продаж? Почему?

– Конечно, важны и первое, и второе, и важно эти две составляющие усиливать. И все же сильная коман-



Сильная команда продаж сможет даже схожий с конкурентами продукт продавать лучше и больше. Грамотная инвестиция в сильный отдел продаж всегда окупается.

да продаж сможет даже схожий с конкурентами продукт продавать лучше и больше. Грамотная инвестиция в сильный отдел продаж всегда окупается.

– Поделитесь, на какие темы вы проводите тренинги и какие подходы в обучении приносят наилучшие результаты?

– Наилучших результатов я помогаю достигать за счет своего глубокого погружения в запрос клиента. Я провожу предварительный аудит, где понимаю и подсказываю точки роста – и это не всегда обучение сотрудников.

Если мы определились, что все же необходимо «качать» сотрудников, то я провожу опрос и, учитывая их мнение, составляю программу обучения конкретно под компанию.

Темы различные, для специалистов это все, что связано с продажами (*контакт, уверенный голос, отработка возражений...*), переговорами (*подготовка, влияние на собеседника, управление поведением...*), стресс-менеджмент и эмоциональный интеллект, профессиональное развитие (*целеполагание и тайм-менеджмент*). Руководителей кроме базовых менеджерских навыков я обучаю тому, как развивать сотрудников регулярно (*обучаю новым ролям – тренер, коуч и фасилитатор*).

Отдельно хочу выделить такое направление, как бизнес-игры. Это коммуникативная методика, которая в игровой форме помогает сплотить команду, объединить сотрудников, посмотреть на себя со стороны.

После обучения я не ухожу и работаю с клиентами дальше: минимум неделю сопровождаю в том, чтобы сотрудники закрепили свои навыки на практике: отвечаю на вопросы, проверяю домашнее задание, разбираю кейсы и пр.

– Какой бесплатный ресурс или материал вы могли бы порекомендовать нашим читателям для более углубленного изучения продаж без скидок и не только?

– Я активно делюсь со своими подписчиками полезными материалами. Присоединяйтесь к телеграм-каналу «Бизнес-школа Алексея Сивко» и отслеживайте меня в социальных сетях.

– Где можно узнать больше о ваших программах и записаться на консультацию?

– Самый простой способ – оставить заявку на сайте sivko.by. Там же вы найдете официальные рекомендации моих клиентов.