

ПЕРВОСТОЛЬНИК ГОВОРИТ



Вячеслав Краснов

Природа создала нас разными. Кто-то может быть чрезвычайно общительным, с легкостью заводить знакомства — это портрет экстраверта. Другим же достаточно тяжело инициировать контакт, общаться с незнакомыми людьми — это интроверты. Но для работы за первым столом важно «прокачивать» экстраверсию. Это поможет четко работать с возможными возражениями, управлять конфликтными ситуациями, переключать внимание с «экспертов» в очереди на себя. Главной задачей является не слепить из интроверта экстраверта, а всего лишь примерить на себя образ экстраверта, пока вы находитесь на работе.

Как это сделать? Давайте разбираться. ►



Для начала проделайте следующее упражнение: попросите коллегу записать на видео, как вы общаетесь с покупателями в течение трех-пяти минут в обычный рабочий день. Посмотрите эту запись и проанализируйте, что можно улучшить, чего не хватает в вашей аргументации, как долго вы подбираете слова, насколько уверенно звучит ваш голос. Это видео будет отправной точкой. Через месяц «прокачки» экстраверсии обязательно запишите следующее видео и сравните с исходным для оценки прогресса.

ГЛАЗА В ГЛАЗА

Научитесь смотреть клиенту в глаза. Приучите себя смотреть на собеседника, даже когда вы подбираете, что сказать, или вспоминаете ответ. Для покупателя это будет означать, что любые доводы вы адресуете персонально ему. К тому же дополнительно вы сможете отслеживать реакцию, мимику и восприятие ваших слов и оперативно добавлять/подбирать нужные аргументы.

МОЛЧАНИЕ НЕ ЗОЛОТО

Поддерживайте разговор с клиентом. Вам хорошо знакома ситуация, когда покупатель говорит не только о нужных ему лекарствах, но и о жизни. Не молчите и не старайтесь переключить его на разговоры «о таблетках». Выслушайте, поделитесь вашим мнением на этот счет, если это уместно. По сути, это косвенный способ увеличения приверженности клиента к вам и, соответственно, к вашей аптеке.

СЛОВА-ПАРАЗИТЫ

Никаких «гм». Хороший экстраверт — это не только человек, умело выстраивающий коммуникацию, но и профессионал с вычищенной и хорошо поставленной речью. Покупателей раздражает присутствие в речи первостольника таких конструкций, как: «как бы таблетки», «надо, короче, капать перед сном», «это гм такие гм капсулы, которые гм». Если вы подбираете, что

сказать, лучше просто задержите дыхание и затем говорите саму фразу.

ДОМАШНЯЯ ЗАГОТОВКА

Продумайте сценарий ответов на распространенные фразы от недовольных покупателей, которые направляют свой гнев на работников аптеки, при этом взвинчивая всех, кто находится в торговом зале. Например, на фразу «Да что ж таблетки такие дорогие!», вы можете ответить: «В нашей аптеке есть несколько аналогов по более доступной цене».

ДИВАННЫЕ ЭКСПЕРТЫ

Похожий подход используйте для советчиков из очереди, которые норовят вместо вас порекомендовать лечение клиенту, которого вы консультируете. В данный момент у вас должно включаться хладнокровие и невозмутимость. Ответьте советчикам: «Спасибо за ваши комментарии. Вы прекрасно эрудированы! Если позволите, я отпущу клиента, и когда очередь дойдет до вас, мы обсудим с вами эту тему персонально».

УТОЧНЯЮЩИЕ ВОПРОСЫ

Задавайте вопросы. Еще один тип клиентов в аптеке — «молчуны». Это люди, которые долго изучают витрину или инструкцию, консультируются по телефону с родственником. Не бойтесь задавать таким клиентам уточняющие вопросы: «Вы для себя подбираете?», «Есть более компактная упаковка, пока-

заты вам?», «Давайте вместе подберем, что подойдет именно вам. Что я могу дополнительно вам подсказать?». Проактивные вопросы помогут вам получить информацию, услышать сомнения, провести собственную экспертизу, показать, что вы готовы уделить разговору необходимое время.

ЧЕТКО И ПО ДЕЛУ

Будьте конкретными и краткими. На вопрос, сколько стоит нужный препарат, называйте цену за конкретную форму выпуска. Одна из частых ошибок первостольника заключается в том, что на такой вопрос от покупателя мы можем ответить следующее: «Вместо этого препарата я порекомендовал бы вам взять вот этот. Он такой же...». Покупатель задал конкретный вопрос и ждет от вас ответ на него. Ответьте ему, удовлетворите его потребность, а уже после этого можно предложить и аналоги.

ЗАИНТЕРЕСОВАННОСТЬ В КЛИЕНТЕ

Используйте эмпатию. Разговор — это не монолог. Вам должно быть интересно мнение клиента, отношение к вам и сказанному вами. Большое количество полезной информации можно почерпнуть как раз из улавливания того, что озвучивает вам покупатель.

УШКИ НА МАКУШКЕ

Слушайте. Экстраверсия заключается еще и в том, что необходимо слушать собеседника и не перебивать. Именно умение слушать может привести к такому результату, когда клиенты скажут про вас: «Это лучший собеседник, которого мне доводилось встречать!»

ОТ ВСЕЙ ДУШИ

Улыбайтесь. В аптеку люди приходят не для того, чтобы посмотреть комедийный фильм или отдохнуть. Они

идут сюда за решением проблем со здоровьем. Легкая, добрая, сдержанная улыбка и приветливость — еще один способ расположить покупателей к себе.

ВАЖНЫЕ МЕЛОЧИ

Помните, кто ваш клиент. Будьте наблюдательны. Так, в любой аптеке есть завсегдатаи. Например, если в прошлый раз постоянный клиент приходил с собакой и оставлял ее у порога, спросите, как поживает его питомец. Этот прием подчеркнет вашу небезразличность к посетителю.

ДОБРОЕ СЛОВО

Научитесь делать комплименты. Тут главное — быть искренним и не перебарщивать.

САЖЕНЬ В ПЛЕЧАХ

Должна быть уверенность во всем. Кроме ваших аргументов демонстрируйте, что вы рады клиентам и чувствуете себя в своей тарелке — распрямите плечи, не сутультесь. Это показывает, что вы открыты к общению.

ДОЛОЙ ТЕЛЕФОН

Не отвлекайтесь на смартфон во время разговора, отвечать на звонок во время общения с клиентом — отличный способ этого покупателя потерять или спровоцировать конфликтную ситуацию. Все ваши успехи в освоении навыков такое отвлечение может моментально перечеркнуть.

ПОМОЩЬ КУМИРА

Наблюдайте за харизматичными людьми и перенимайте у них лучшее. Наверняка есть несколько блогеров или звезд, на каналы которых вы подписаны. Проанализируйте, чем они берут зрителей, какие приемы регулярно используют и что вы могли бы применить в своей работе. 