

Простой вопрос творит чудеса

Уходя с работы и запирая за собой двери аптеки, мы с вами зачастую тут же превращаемся в обычных покупателей. Закройте глаза и вспомните какой-то из своих походов в кафе. Удобные стулья, аппетитные ароматы свежей выпечки и кофе, приятная музыка... Изучив меню, вы уже точно знаете, чего хотите, и планируете потратить вполне конкретную сумму. Но каждый раз чек получаете процентов на 30 больше.

Просто, как выпить чаю

В чем же дело, вы же пришли с семьей просто выпить чаю или кофе?! Подойдя к столику, хороший официант безошибочно определяет, что ребенку к чаю точно захочется большой кусок шоколадного торта, бабушке – обезжиренный пирог, папе лучше подойдет двойной кофе, а маме – пирожное с фруктами. И если правильно предложить, задать вопросы, то все это будет заказано. «Вам добавить мяту в чай?» – казалось бы, простой вопрос творит чудеса и увеличивает чек на 20, а то и 30%.

Этим способом так называемой допродажи (cross-sell), т.е. реализации товаров в дополнение к уже выбранным, очень активно пользуются в кафе и ресторанах, при продаже банковских услуг, техники, одежды, обуви и многого другого. Например, вы решили купить новые туфли, вам к ним предложат водоотталкивающее средство, специальную щетку для чистки и прочее. Из магазина вы выходите счастливая с обновкой и полным арсеналом средств по уходу за ней. В это же время магазин, сотрудник которого предугадал, что вы готовы купить в довесок, получил дополнительный доход.

А как быть с аптекой?

Давайте разберемся, как допродажа работает в аптеке. Например, к окошку подходит клиент и приобретает сахаросни-

жающий препарат. Логично, что либо у него самого, либо у его родственников есть сахарный диабет. В момент, когда клиент выбрал препарат и согласился сделать покупку, следует включить ту самую допродажу. Проще всего привязать ее к явной проблеме, с которой клиент, собственно, и пришел к вам. Что может быть нужно диабетiku из ассортимента вашей аптеки? Например, крем для ухода за стопами, потому что при диабете очень пересыхает и трескается кожа, а также витамины, сахарозаменители, противозудные средства, тест-полоски для глюкометра. Думаю, что вы сможете вспомнить еще 5–6 сопутствующих товаров для диабетика. Главное – задавать простые вопросы: «Вам нужен бальзам для стоп от натоптышей? Он специально разработан для диабетиков».

Почему клиент соглашается?

Во-первых, вы как специалист априори знаете и предлагаете покупателю только то, что ему нужно в данном случае, будь то диабет, простуда или кашель. Во-вторых, клиенты с хроническими заболеваниями постоянно пополняют свои запасы лекарств. Многие будут вам искренне благодарны за напоминание купить средство для ухода за стопами, особенно если оно уже заканчивается. В-третьих, срабатывает простое желание

не ходить дважды, а приобрести все необходимое сразу в вашей аптеке. В результате клиент остается доволен, а вы увеличиваете доход.

5 правил успешной допродажи

1. Что может быть проще вопроса, услышанного от официанта: «Вам добавить мяту в чай?» Используйте это в своей работе и задавайте простые вопросы: «Вы уже подготовились к сезону простуды? Вам нужен сироп от кашля?»

2. Начинать допродажу нужно только после того, как клиент выбрал основной товар и приобретает его. Тем, кто уже наверняка покупает один товар, в 5–7 раз проще продать сопутствующий.

3. Цена дополнительного товара должна быть ниже, чем основного.

4. Озвучивайте выгоду для потребителя от дополнительной покупки.

5. Предлагайте дополнительные товары по очереди, но не более трех для одного клиента.

Удивительно, но допродажа увеличивает доход аптеки на 20–30% без дополнительных затрат. Главное – ваше желание помочь клиенту, ведь ему это действительно нужно. Кстати, для того чтобы начать допродажу, есть одна беспроектная возможность – начался сезон простуд. А это актуальная тема для всех.