

УТВЕРЖДЕНО

Приказом генерального директора  
ООО «Торговая сеть\*\*\*\*\*»

№ \_\_\_ от «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

**СТАНДАРТЫ РАБОТЫ С ПОКУПАТЕЛЕМ В МАГАЗИНАХ  
ООО «Торговая сеть\*\*\*\*\*»**

**г. Москва  
20\_\_ г.**

## 1. Общие положения

В магазинах ООО «Торговая сеть «\*\*\*» работают профессионалы, которые:

- 1.1 знают, что все покупатели, находящиеся в торговом зале, должны быть обслужены;
- 1.2 знают, что нужно приветливо встречать каждого покупателя, выражать готовность помочь сориентироваться в правилах обслуживания; «Здравствуйте...», «Доброе утро (день, вечер)...» — хорошее начало для приветствия. От того насколько вежливо встречают покупателя в магазине, во многом будет зависеть его решение сделать покупку;
- 1.3 знают, что при появлении покупателя нужно оставить все дела и уделить покупателю внимание;
- 1.4 знают, что не надо сразу бросаться покупателю навстречу, нужно дать ему осмотреться, при любой возможности следить глазами за поведением покупателя;
- 1.5 знают, что нельзя стоять за спиной у покупателя, как надзиратель;
- 1.6 знают, что в случае проявления заинтересованности покупателя в помощи продавца (посетитель поднял голову и ищет глазами продавца, посетитель зовет продавца) продавец должен подойти к покупателю;
- 1.7 знают, что в следующих случаях рекомендуется подойти к покупателю:
  - он долго рассматривает один или несколько образцов товара;
  - он взял товар в руки;
  - он возвратился после осмотра к выбранному товару;
- 1.8 следят за своей речью, говорят приятным негромким голосом;
- 1.9 знают что в случае, если покупатель не может определиться с выбором товара, нужно выяснить потребность покупателя, сопроводить покупателя по торговому залу, показать ассортимент, рассказать о нем.
- 1.10 знают, что недопустимо предлагать товар покупателю молча, знают ассортимент реализуемой продукции, основные характеристики продаваемого в магазине товара;
- 1.11 знают, что разговор с покупателем должен протекать в спокойном выдержанном деловом тоне, в разговоре следует применять выражения: «Прошу Вас», «Будьте добры», «Что Вам показать», и т.д.
- 1.12 в случае предъявления претензий со стороны покупателя, в разговоре с покупателем стараются не употреблять отрицательные частицы речи (нет, не, никогда и т.п.), начинают предложение со слова «ДА»:
  - ДА, мы обменяем Вам товар.
  - ДА, мы вернём Вам ваши деньги.
  - ДА, мы приносим Вам свои извинения за доставленное беспокойство.
- 1.13 (для продавцов кассиров) знают, что при расчёте с покупателем необходимо четко произнести сумму покупки, получить купюры (кредитную карту), выполнить проверку купюр, ввести наличные денежные средства от покупателя, произвести расчёт, чётко произнести сумму сдачи, выдать сдачу покупателю вместе с погашенным чеком;
- 1.14 (для продавцов кассиров) знают что в случае покупки свыше определенной суммы необходимо выдать покупателю (если у него нет), дисконтную карту;
- 1.15 не имеют права:
  - обслуживать покупателя, принимая пищу, в т.ч. жуя жевательную резинку;
  - обслуживать покупателя, ведя частные разговоры;
  - покидать рабочее место, не закончив обслуживания покупателя;
- 1.16 знают, что в конце любого разговора нужно вежливо попрощаться с посетителем (т.е. не только с покупателем), поблагодарить за покупку (покупателя), используя фразы:
  - «До свидания (Всего доброго и т.п.). Заходите к нам еще», «Ждем Вас снова»
  - «Надеемся, что Вы теперь будете у нас постоянным покупателем»
  - «Спасибо за покупку» (для покупателя);
- 1.17 знают, что необходимо фиксировать все вопросы и пожелания покупателя с тем, чтобы предоставить информацию руководству, на основе которой будут приниматься решения о направлении развития и увеличении товарооборота магазина.

## 2. Стратегии поведения сотрудника магазина с покупателем

Для того, чтобы общение с покупателем было эффективным и приятным, сотрудник магазина, обслуживающий покупателей, использует следующие стратегии поведения:

- сужение выбора товара до одного-двух из множества ассортиментных позиций в случае, если покупатель не может определиться с выбором товара;
- оказание помощи покупателю при выборе одного из двух похожих товаров;
- убеждение сомневающегося покупателя в совершении покупки, но не навязывание товара;
- создание "мультипредложения" — предложение других товаров для покупателя, когда покупатель вместе с данным товаром охотно берет сопутствующий товар;
- предложение качественного "заменителя", если желательного для покупателя товара нет в продаже
- в случае проведения рекламной кампании, акций по продвижению (скидка при покупке на определенную сумму, подарок за покупку и др.) обращение внимания покупателя на рекламируемые товары, товары, предлагаемые со скидкой («Вы обратили внимание, что у нас сегодня распродажа? Коллекция женской одежды «OLAR» продается со значительной скидкой. Очень рекомендую воспользоваться этим предложением сегодня, так как товар очень быстро раскупают»), понимая, что каждый покупатель — это бесплатная реклама.

## 3. Этапы общения с покупателем, основные ситуации, возникающие в ходе общения, и поведение в них сотрудника магазина

3.1 Посетитель вошел в магазин. Продавец выжидает 2-3 минуты. Покупателю необходимо освоиться в магазине. Важно установить контакт с покупателем, от этого может зависеть дальнейший исход продажи. Рекомендуется установить контакт глаз с покупателем - *мягкое «прикосновение» глазами, а не «сверление» взглядом. Долгий взгляд в упор в глаза может вызвать у покупателя агрессию или уход и не желание контактировать.*

3.1.2 Во время установления контакта продавец должен демонстрировать открытые позы: *открытые ладони, открыто тело, грудь, живот, голова, ноги и корпус развернуты к покупателю, прямая осанка.* Продавец не должен демонстрировать жесты «паразиты»: *жевать, вертеть что то в руках, снимать с себя несуществующие пылинки и прочее.*

3.2 Продавец улыбается, приветствует покупателя и предлагает ему свою помощь. Рекомендуемые фразы для приветствия и предложения помощи: *«Добрый вечер (утро, день)!», «Здравствуйте!», «Разрешите Вам помочь?», «Вас интересует...?», «Буду рад вам помочь!», «Могу я Вам что-то посоветовать?», «Что вас заинтересовало?».*

3.3 Посетитель остановился у витрины. Продавец привлекает его внимание, заинтересовывает. На этом этапе важно вступить в разговор с покупателем, узнать, что ему нужно, выявить потребность. Для выявления потребности использовать открытые вопросы, предполагающие развернутые ответы. Открытые вопросы как правило начинаются со слов: *«Что», «Кто», «Какой», «Сколько», «Чем», «Зачем», «Как», «В связи с чем», «С какой целью»... Например: «Какого стиля в одежде Вы обычно придерживаетесь?», «Что бы вы хотели приобрести?»* Для уточнения или прояснения продавец использует закрытые вопросы, предполагающие ответ «Да» или «Нет». *«Вам нравятся классические костюмы?», «Вы хотите подобрать платье для вечеринки?»*

3.3.1 Если покупатель остановился у какой либо витрины, рассматривая товар, можно поступить следующим образом: назвать товар и марку производителя. *«Перед вами костюм двойка торговой марки OLAR», «На этой витрине представлены мужские сорочки Greg Norman».*

3.3.2 Напротив, если торговая марка товара хорошо известна покупателю, нужно назвать основные характеристики: *«Состав этого костюма 90% шерсть, 10 % полиэстер».*

3.3.3 Частное решение – констатировать факт, который нелепо отвергать в силу его очевидности:

*«Я вижу, Вы выбираете юбку?» ("выбираете", а не "разглядываете", не "смотрите на...", и не "Я вижу, Вас интересуют" - слишком спорно.)*

3.3.4 Покупатель так и не сориентировался в зале.... Продавец устанавливает контакт п. 3.1-3.2, предлагает покупателю пройти по торговому залу, выявляет потребность п.3.3, показывает ассортимент, рассказывая о нем.

3.4 Покупатель колеблется выбирая товар.... Продавец помогает выбрать и убеждает купить. В этом случае рекомендуется придерживаться одной из следующих линий поведения:

**а) Сосредоточить внимание не на товаре, а на одной его части или свойстве.**

В любом товаре покупателя, в первую очередь, интересует существенное отличие его от аналогов:

*«Этот пиджак содержит всего 5% полиэстера, остальное шерсть».*

От проблемы – обращать внимание на этот товар или нет, внимание покупателя переводится на проблему – на что именно обращать внимание в этом товаре.

**б) Дать рекомендацию с вложенной оценкой.**

Пока у покупателя не сложились собственные стереотипы в отношении малоизвестного товара, решающими при их выборе могут стать действия других покупателей и желание к ним присоединиться:

*«Белье этой марки распродается у нас в первую очередь».*

Частное решение данной ситуации — сдержанно похвалить "выбор" покупателя:

*«Хороший выбор, это стильная блузка!»*

**в) Задать эталон.**

Как мы помним, наше мнение зависит не только от самого объекта, но и от того эталона, с которым его сравнивают. Поэтому, если нельзя управлять самим объектом, можно управлять эталонами, с которыми его сравнивают покупатели:

*«Знаете, какой покроем костюмов моден в этом сезоне?» (Показать: В этом сезоне актуальны костюмы с двумя боковыми разрезами.)*

Это может быть действительно исключительное свойство товара:

*«Этот спортивный костюм после стирки моментально высыхает».*

Чаще всего оригинальной "фактуры" для эталона может не быть. В этом случае берем среди ресурсов товара и его свойств некую очевидность и возводим ее в ранг эталона. Естественно, при условии высокого качества товара:

*«Материал с такой фактурой встретишь достаточно редко».*

**г) Ситуация ложного выбора (альтернативные вопросы).**

Важно сразу повернуть разговор с покупателем так, чтобы перевести его выбор от ситуации "Купить - не купить" к ситуации "Купить то или это?". Речь идет не о том, покупать или нет, а о том, ЧТО именно покупать. Сотрудник должен задать диапазон, из которого нужно выбрать:

*«Есть джемпер двух расцветок, черный и серый. Вам какой?»*

**д) Аргументация покупки с пользой.**

Нужно рассказать покупателю, что он получит в результате использования этого товара.

*«Покупая этот костюм, Вы получаете вещь в которой вы будете чувствовать себя комфортно и выглядеть стильно».*

3.5 Покупатель определился с товаром. Продавец предлагает покупателю пройти в примерочную примерить отобранный товар. Шанс того, что покупатель купит товар, после примерки намного возрастает. Продавец выясняет, что из примеренных товаров покупатель склонен приобрести, помогает ему принять решение п. 3.4.

3.6 Продавец выясняет, готов ли покупатель сделать покупку.

Нужно обратить внимание на сигналы о готовности купить даваемые покупателем:

а) Невербальные: *кивание головой, улыбка, открытые жесты, контакт глаз, сосредоточенность на продукте, расслабленность.*

б) Вербальные: *Сколько стоит? Я посмотрю сколько денег? Мне это нравится. Где здесь обменный пункт? А скидку сделаете? Где касса?*

3.6.1 Завершая продажу продавец выясняет, готов ли покупатель сделать покупку. Это можно сделать несколькими способами:

а) Сделать прямое предложение и держать паузу. *«Вы покупаете?»*. Первый, кто нарушит молчание, имеет меньше шансов на благоприятный для него исход ситуации.

б) Создать спешку. *Остался последний костюм вашего размера.*

Клиент может почувствовать, если покупка откладывается на завтра, он не сможет порадоваться ей уже сегодня.

в) Презумпция факта совершения сделки.

Продавец строит диалог с клиентом, исходя из допущения, что решение о покупке им уже принято и осталось только уточнить некоторые детали оформления покупки. *«Вы будете оплачивать наличными или кредиткой?»*

Таким , продавец старается поместить клиента в зону неизбежности покупки. Продавец не говорит: *«Если вы приобретете этот галстук»*, а говорит вместо этого: *«После того, как вы приобретете этот галстук»*. Умейте предлагать так, чтоб вам ответили «ДА».

3.7 Важно грамотно сделать предложение покупателю помимо того товара, что он купил, ещё других определённых видов товара. Продавец предлагает сделать дополнительную покупку, когда покупатель выбрал основной товар. *«К этим брюкам замечательно подойдет вот эта блузка. Вам подобрать Ваш размер?»* Если продавец видит, что покупатель торопится или ограничен в деньгах, не следует предлагать что-то еще.

3.8 В случае отсутствия необходимого покупателю товара нужно предложить равноценный товар. Если замена равноценным товаром не удовлетворяет покупателя, следует сообщить возможные сроки поступления требуемого товара в магазин.

3.9 Если покупатель отказался от предложения данного товара, продавец может отреагировать следующим образом: *«Хорошо, если у Вас возникнут вопросы, я Вам обязательно помогу»*.

3.10 Покупатель готов сделать покупку... Продавец провожает его на кассу или показывает, в каком направлении ему нужно пройти. Если покупатель хочет остаться в зале, посмотреть что-либо еще, продавец относит товар на кассу. Продавец благодарит покупателя за покупку и сделанный выбор *«Спасибо за покупку»*..

3.11 Продавец-кассир приветствует покупателя: *«Добрый вечер (утро, день)!», «Здравствуйте!»*, Интересуется: есть ли у покупателя дисконтная карта, как он будет расплачиваться (наличные, кредитная карта).

3.11.1 Продавец – кассир сканирует ценники и называет сумму покупки: *«Сумма Вашей покупки одна тысяча пятьсот рублей»*, принимает наличные или кредитную карту, пробивает на кассовом аппарате и выдает на руки покупателю кассовый чек. Глядя на покупателя с улыбкой, говорит: *«Ваш чек. Ваша сдача (называет сумму)»*.

3.11.2 Продавец – кассир выдает покупателю дисконтную карту, в случае если он сделал покупку свыше определенной суммы, и если у него ее нет.

3.11.3 Продавец – кассир снимает с товара магнитную защиту, упаковывает покупку в пакет. Прощается с покупателем и благодарит его за покупку: *«Спасибо за покупку. До свидания!»*, *«Будем рады увидеть Вас еще раз!»*

3.12 Покупатель хочет приобрести сопутствующий товар на кассе..... продавец действует соответственно п. 3.2; 3.3; 3.4; 3.5; 3.6; 3.7; 3.8; 3.11.

#### 4. Требования к внешнему виду сотрудников магазинов

4.1 Требования к внешнему виду сотрудников, занимающих должности управляющего магазином:

- Для женщин:
  - Костюм (брюки, юбка), платье (длина юбки «миди»), брюки (цвет не яркий, однотонный).
  - блузка рукав короткий, 3/4, длинный (исключить открытые модели «топ», майки с открытым животом, глубокие вырезы)
  - Колготки хорошего качества, черные (летом возможно телесного цвета), не собирающиеся в «гармошку» на ногах
  - Обувь с закрытым носком и фиксированной пяткой (каблук максимум 4-6 см)
  - Макияж и маникюр повседневный, аккуратный (лак на ногтях в порядке, макияж не вызывающий)
  - Минимум украшений
- Для мужчин:
  - деловой костюм, брюки (исключить спортивные костюмы и отдельные их элементы, джинсы)
  - рубашка/ сорочка (исключить футболки), галстук. возможен свитер в холодное время года
  - Обувь с закрытым носком
- Бейдж установленного образца
- Прическа аккуратная, волосы чистые, аккуратно собраны
- Парфюм не резкий
- Вся одежда и обувь должны быть аккуратными и чистыми

4.2 Требования к внешнему виду сотрудников, занимающих остальные должности, кроме управляющего магазином:

- Для женщин:
  - Блузка цвета фуксии (униформа)
  - Юбка (длина «миди»), брюки черных тонов.
  - Колготки хорошего качества, черные (летом возможно телесного цвета), не собирающиеся в «гармошку» на ногах
  - Обувь с закрытым носком и фиксированной пяткой (каблук максимум 4-5 см, «шпильки» не допускаются)
  - Макияж и маникюр повседневный, аккуратный (лак на ногтях в порядке, макияж не вызывающий)
  - Украшения (максимум 1 кольцо, 1 цепочка, серьги)
- для мужчин:
  - деловой костюм, брюки (исключить спортивные костюмы и отдельные их элементы, джинсы)
  - рубашка/ сорочка цвета фуксии (исключить футболки), галстук
  - Обувь с закрытым носком
- Прическа аккуратная, волосы чистые, аккуратно собранные
- Парфюм не резкий
- Бейдж установленного образца
- Вся одежда и обувь должны быть аккуратными и чистыми

4.3. Требования к внешнему виду сотрудников, занимающих должность администратора:

- Установленная форма одежды, включающая
  - Рубашка с длинным/ коротким рукавом
  - Костюм
  - Галстук
  - Туфли классические с закрытым носком
- Бейдж установленного образца
- Прическа аккуратная, волосы чистые
- Парфюм не резкий

**Примечание:**

на холодное время года дополнением к форме для сотрудников может являться свитер принятой цветовой гаммы.

## 5. Обеспечение сохранности ТМЦ в ООО «Торговая сеть \*\*\*\*\*»

Нашими недругами являются те люди, которые пытаются нанести вред компании и ее сотрудникам. Сотрудникам магазина необходимо придерживаться следующих моделей поведения с целью предотвращения воровства в торговом зале.

5.1 Каждый сотрудник магазина должен уделять внимание покупателям — это лучший способ предотвратить кражу. Приветствуйте каждого покупателя. Это хорошо для бизнеса и плохо для воров, которые стараются избежать внимания и контакта с персоналом. Когда потенциальный вор знает, что за ним ведется постоянное наблюдение, он отказывается от совершения кражи.

5.2 Наблюдайте за глазами покупателей. Многие потенциальные воры могут быть выявлены по необычному движению глаз и шеи (головы). Будьте подозрительны к бегающим, прищуренным, избегающим взгляда глазам, двигающимся во всех направлениях в попытке убедиться, что их действий никто не видит. Также наблюдайте за необычными или подозрительными движениями головы, не как у обычного покупателя, если вместо взглядов на полки с товаром, покупатель смотрит по сторонам всего магазина.

5.3. Наблюдайте за эмоциональной реакцией покупателей. Многие воры могут проявить себя определенной эмоциональной защитной реакцией. Вот некоторые реакции, на которые следует обращать внимание:

- *Покупатель нервно смотрит по сторонам без особой причины*
- *Покупатель прячет взгляд или изображает удивление, когда его приветствует персонал*
- *Покупатель, который смотрит по сторонам или оглядывается назад, отходя от полки с товаром, как бы убеждаясь, что за ним не наблюдают*

5.4 Другие подозрительные действия, на которые сотруднику магазина необходимо обратить внимание:

- *Покупатель, который отвлекает персонал во время упаковки товара*
- *Блуждающий покупатель, не предпринимающий попытки что-либо купить*
- *Группа молодежи, собравшаяся вокруг дисплея с товаром*

В любой ситуации при общении с посетителем магазина сотрудники нашего коллектива проявляют доброжелательность, терпимость и уважение к покупателю.

**Главная задача сотрудников магазина —  
сделать так, чтобы покупатель ушел с уверенностью, что ему действительно благодарны за посещение и будут искренне рады увидеть его снова.**