

Руководство менеджера по продажам ПВХ окон



Содержание

Особенности ПВХ окон

Что такое ПВХ окна? Как влияют ПВХ окна на здоровье человека?

Преимущества ПВХ окон

Основные элементы окна

Стеклопакет

Профиль

Фурнитура

Монтаж

Техника продаж

Установление контакта с клиентом

Выявление потребностей

Презентация предложения

Работа с возражениями

Завершение сделки



Одним из самых заметных и основных элементов нашей квартиры является окно. Окно обеспечивает комфорт и уют нашего жилища.

Поэтому правильный выбор окон предопределяет и наше самочувствие, и наше настроение.

Окна из ПВХ отлично подходят и для городских квартир, и для загородных домов, и для остекления балконов и лоджий.



ЧТО ТАКОЕ ПВХ? КАК ВЛИЯЮТ ПВХ ОКНА НА ЗДОРОВЬЕ ЧЕЛОВЕКА?

ПВХ — это есть поливинилхлорид, химическое соединение хлора, углерода и водорода. В процессе производства в ПВХ добавляют свинец или иные тяжелые сплавы.

Отсюда и проистекает миф о вреде ПВХ.



На самом деле, производство ПВХ - вредное, как и любое другое химическое производство. Но готовый пластик не выделяет ни тяжелых металлов, ни ядовитых токсинов, так как они находятся в нем в связанном, т.е. пассивном состоянии. Их содержание не более одной миллионной доли на один грамм вещества.

Даже в продуктах растительного происхождения - овощах, фруктах, ягодах - токсинов может быть в 10 раз больше.

ПВХ не вреднее хрустальных бокалов, которые тоже содержат свинец.

ПРЕИМУЩЕСТВА ПВХ ОКОН



В соответствии со строительными нормами и правилами (СНиП) нормируются следующие параметры температурно-влажностного микроклимата, определяющего комфортность пребывания человека в жилой комнате.

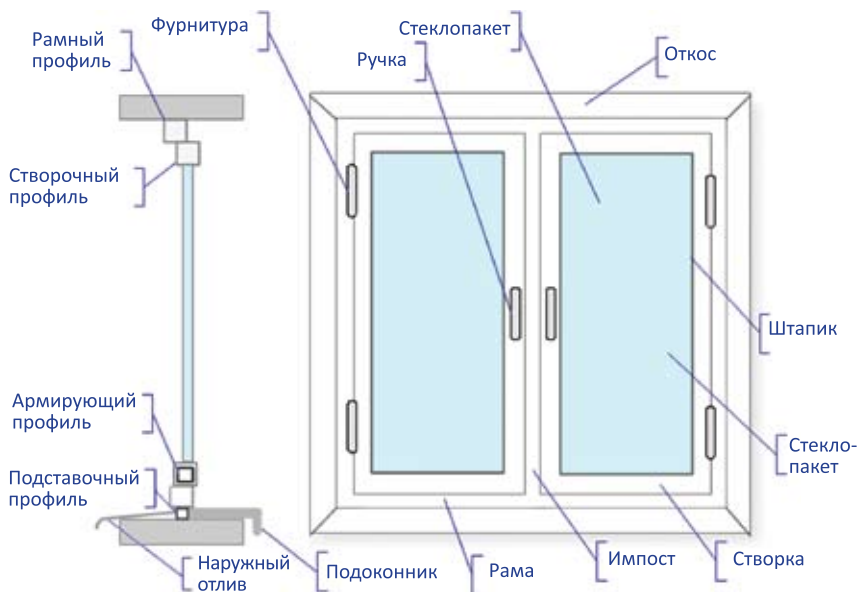
ПАРАМЕТР	Для холодного периода года	Для теплого периода года
Температура воздуха, °С: Оптимальная (допустимая)	20-22 (18-24)	22-25 (20-28)
Средняя температура помещения, °С: Оптимальная (допустимая)	19-20 (17-23)	22-24 (18-27)
Относительная влажность воздуха, % : Оптимальная (допустимая)	30-45 (60)	30-60 (65)
Скорость движения воздуха, м/с: Оптимальная (допустимая)	0,15 (0,20)	0,2 (0,3)

Качество и долговечность установленных пластиковых окон во многом зависит от того из чего и как они собраны, и конечно же, как они установлены.

ОСНОВНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ ОКНА

Основными элементами окна являются:

стеклопакет
профиль
фурнитура



СТЕКЛОПАКЕТ

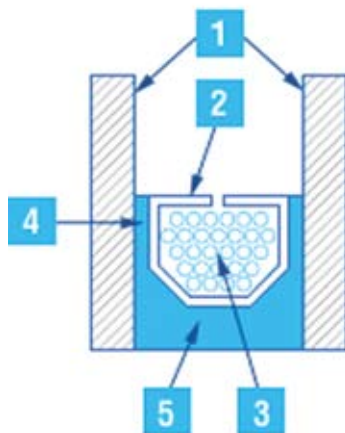
Стеклопакет - изделие из двух или более стекол, герметично соединенных друг с другом при помощи дистанционной рамки, а также первичного и вторичного герметиков, образующих замкнутую полость, заполненную воздухом или инертным газом (аргоном, криптоном и др.).

Как известно, стеклопакет занимает более 70% от площади всего окна. Поэтому от его качества зависит степень светопрозрачности, шумо- и теплоизоляции.



Для увеличения теплоизоляции стандартного стеклопакета рекомендуется применять более широкую дистанционную рамку.

Так, большей теплоизоляцией будет обладать стеклопакет с рамкой 16 мм, а меньшей – 8 мм. Однако важно помнить, что при ширине рамки более 20 мм теплоизоляция практически не увеличивается, так как широкое пространство между стеклами способствует быстрому отводу тепла из помещения наружу через стеклопакет.



1. СТЕКЛО
2. ДИСТАНЦИОННАЯ РАМКА
3. ОСУШИТЕЛЬ
4. ВНУТРЕННИЙ ГЕРМЕТИК
5. ВНЕШНИЙ ГЕРМЕТИК



С точки зрения увеличения шумоизоляции следует рекомендовать использовать стеклопакеты с дистанционными рамками различной ширины, а также со стеклами различной толщины.

ПРОФИЛЬ

Это сложная конструкция, имеющая несколько воздушных камер (чаще всего три, но бывает и четыре, и пять), разделенных ПВХ-перегородками. Внутри средней камеры устанавливается металлический армирующий профиль, который обеспечивает жесткость рамы. Армирование профиля должно подбираться с учетом ветровой нагрузки.



По всему контуру профиля рамы и створки устанавливается уплотнитель. В верхней и боковой частях оконной рамы могут устанавливаться проветриватели (AERECO, AIR-BOX) для проветривания помещения, а в нижней части фрезеруются пазы для отвода воды или конденсированной влаги и закрываются заглушками. Профили имеют по периметру пазы для крепления фурнитуры и дополнительных элементов (подставочный, доборный профили и т.п.).

ФУРНИТУРА

Фурнитура включает в себя все разнообразие механизмов и приборов, призванных обеспечить надежное функционирование окна. Сюда входят петли, ручки, различные приборы для запираения и обеспечения безопасности. От качества фурнитуры зависит надежность и легкость работы, а также некоторые теплофизические характеристики окон и балконных дверей.



Так, например, фурнитура обеспечивает:

- **герметичность** (а значит тепло- и звукоизоляцию) окна за счет прижима створки к раме;
- **поступление свежего воздуха** в помещение за счет специальных устройств для проветривания;
- **безопасность детей** за счет специальных запорных элементов, исключающих возможность открывания окон детьми;
- **безопасность дома** за счет противовзломных механизмов (системы кругового запирания, защиты угловой петли, защиты от высверливания и запирания оконных ручек).



МОНТАЖ



Срок службы и надежность окон в эксплуатации на 70% зависят от качества монтажа.

Заплатив немалую сумму за изготовление окна, можно большую часть уплаченных денег выбросить на ветер, если неправильно осуществить монтаж окна.

Узел примыкания

оконного блока к стеновому проему включает в себя монтажный шов, подоконник, наружный отлив, облицовочные и крепежные детали.

Главный элемент узла примыкания – это монтажный шов. Он состоит из 3-х функциональных слоев: **наружный, центральный и внутренний**. Каждый из слоев выполняет свою функцию противодействия внешним и внутренним нагрузкам на монтажный шов.

Функциональные уровни изоляции оконных стыков

Наружный слой

Защита от дождя

Защита от ветра

Защита от солнечных лучей и звука

Свободный выход наружу конденсатной влаги, выпадающей внутри стыка

2. Центральный слой

Защита от действия высоких и низких температур

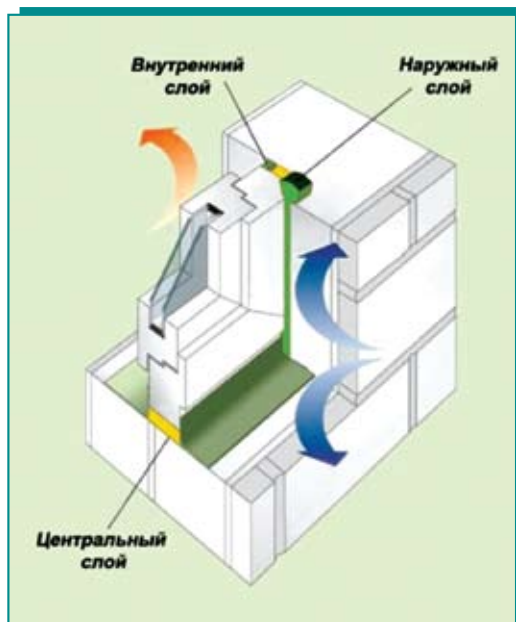
Защита от проникновения звука в помещение

Деформационная устойчивость

3. Внутренний слой

Препятствует проникновению пара из помещения в шов

Препятствует выходу пара и влаги из монтажного шва в помещение



Функции узла примыкания

- тепло- и шумоизоляция, необходимые для обеспечения комфортного микроклимата в помещении (температура воздуха, температура внутренних поверхностей подоконника и откоса, относительная влажность воздуха, уровень шума в помещении);
- изящный вид фасада;
- эстетичность интерьера помещения.



Несоблюдение требований **ГОСТ 30971- 2002**

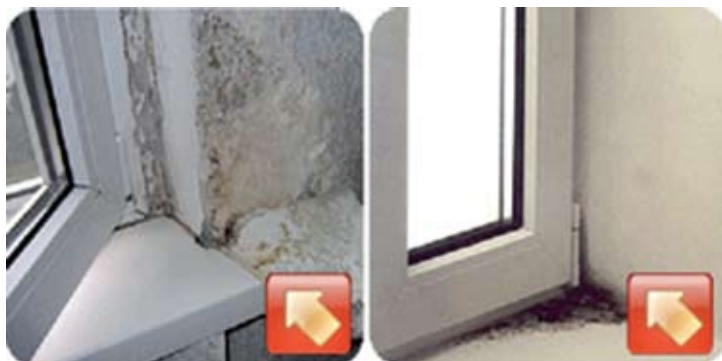
“Швы монтажные узлов примыканий оконных блоков к стеновым проемам. Общие технические условия”

* по установке специальных уплотнительных лент при определенных обстоятельствах (например, недостаточная вентиляция помещения и повышенная влажность воздуха в помещении) может привести к появлению следующих дефектов:

- *плесень на откосах и створках;*
- *трещины в узлах примыкания к оконному блоку;*
- *протечки через примыкания к оконному блоку.*

* действует не во всех странах

К монтажным швам узлов примыканий оконных блоков предъявляются следующие основные требования (по ГОСТ 30971-2002, ГОСТ Р 52749-2007)**:



- ● Величина теплоизоляции монтажного шва должна быть не менее чем в 2 раза больше теплоизоляции окна, и обеспечивать t° внутренней поверхности откоса и конструкции не ниже заданной.
- ● Значение воздухо-, водонепроницаемости, шумоизоляции монтажных швов должно быть не ниже этих показателей для применяемых оконных блоков.
- ● Долговечность материалов, применяемых для монтажного шва, должна быть не менее 15 условных лет эксплуатации.
- ● Должна обеспечиваться пароизоляция монтажной пены изнутри и водонепроницаемость снаружи помещения, при этом паропроницаемость внешнего слоя не должна препятствовать выходу пара влаги из монтажной пены наружу.

** действует не во всех странах

Техника продаж

Продажа – это процесс взаимодействия с потенциальными покупателями. Очень важная часть продвижения товара Вашей Компании, с целью продажи.

Цель этого учебного пособия – помочь Вам структурировать свои знания в области продажи, сконцентрировать Ваше внимание на тех навыках, которые имеют центральное значение в работе менеджера торгового зала.

УСТАНОВЛЕНИЕ КОНТАКТА С КЛИЕНТОМ

Задача менеджера на этом этапе: создать обстановку доброжелательности и доверия; заинтересовать Клиента.



Что для этого надо сделать?

- ● Настроиться на позитив.
- ● Дать возможность вновь вошедшему в торговый зал Клиенту осмотреться.
- ● Установить с ним зрительный контакт, встретившись с ним взглядом.

- Улыбнуться.
- Поздороваться, четко и громко сказав "Доброе утро!" или "Добрый день!", в зависимости от времени суток.
- Активизировать Клиента вопросом, например:
"Я могу Вас проконсультировать. Что именно Вас интересует?"
Избегайте вопроса, на который можно ответить односложно "Да" или "Нет".
Например, на вопрос *"Могу я помочь?"* покупатель сразу же может ответить *"Нет"*.

Задавайте такие вопросы, которые помогут выявить интересы клиента наиболее полно.



ВЫЯВЛЕНИЕ ПОТРЕБНОСТЕЙ

Задача менеджера на этом этапе: выявить потребности Клиента.



Как выяснить потребности Клиента?

1. Задать ему вопросы
2. Выслушать его ответы
3. Резюмировать полученную информацию

Помните!

Вся полученная информация будет важна на этапе презентации Вашего предложения.

Вопросы, которые можно задавать на этапе выяснения потребностей Клиента:

Что для Вас важно при выборе окна?

В какие комнаты будут установлены окна?

Куда выходят окна (сторона света, уровень шума)?

На каком этаже будут установлены окна?

Какой требуемый уровень безопасности окон?

Есть ли маленькие дети?

Какая должна быть форма, конструкция и тип открывания окна?

Правила постановки вопросов:

- ● Важно, чтобы задаваемый вопрос был открытым (начинался с вопросительных слов: Где? Когда? Какие? Что? С чем связано? и т.д.)
- ● Задавайте одновременно не более одного вопроса. Задав вопрос – получите ответ.
- ● После вопросов кратко и позитивно резюмируйте услышанное и получите вербальное или невербальное (кивок) подтверждение того, что Вы правильно услышали.

Если Клиент в ответ на Ваши вопросы сразу спрашивает, что Вы можете предложить, можно ответить:

«Я понимаю Ваше желание услышать конкретное предложение. Но для того, чтобы предложить то, что подойдет именно Вам, я хотел(а) бы сначала сориентироваться в Вашей ситуации. Скажите, пожалуйста...»

Возможные ошибки менеджера при взаимодействии с Клиентом:

игра карандашом или ручкой;
постукивание пальцами;
частая смена положения тела;
громкие и частые вздохи;
частые взгляды на часы.

Эти сигналы косвенно показывают Клиенту, что произносимое им Вам неинтересно. Клиент почувствует проявление неуважения к нему как личности, и сгладить вызванные отрицательные эмоции будет достаточно сложно.

ПРЕЗЕНТАЦИЯ ПРЕДЛОЖЕНИЯ

Задача менеджера на этом этапе: представить товар с наиболее интересной для Клиента точки зрения.



Как презентовать товар Клиенту?

1. Вспомните потребности, которые Клиент озвучил на предыдущем этапе. Используйте такой оборот: *"Как Вы сами недавно сказали, окна выходят на шоссе, из-за этого в квартире шумно..."*. После этого сразу приводите аргумент в пользу использования двойного стеклопакета. Или *"Как Вы недавно сказали, у Вас маленький ребенок, у нас есть возможность установить замок на ручку окна, чтобы быть спокойным, что малыш ее не откроет..."*
2. Говорите с Клиентом на языке выгоды. То есть при презентации надо перевести каждое свойство Вашего товара в выгоду покупателя, а далее можно создать образ выгоды (нарисовать привлекательную для Клиента картинку, которая усилит воздействие Ваших слов).

Примеры перевода свойств товара в выгоду для Клиента

Подоконники Möller имеют многослойное ламинированное покрытие Elesgo - Plus, благодаря которому, изделие приобретает высокую стойкость к царапинам и истиранию (свойство).

Варианты презентации:

Вам легко, без усилий будет поддерживать подоконники Möller в чистоте, используя любые чистящие средства (выгода), так как подоконники устойчивы к воздействию бытовой химии (свойство).

Подоконник будет радовать Вас своей безукоризненной белизной долгие годы (выгода), так как производитель Möller гарантирует светостойкость на протяжении 20 лет (свойство).

Связывая свойства с выгодами, используйте следующие фразы:

Для Вас это означает...

Это Вам даст...

Это Вам позволит...

Это Вам облегчает...

Это избавляет Вас от необходимости...

Это снижает...

Благодаря этому...

В результате Вы получите...

3. Приводите факты и цифры.

4. Будьте эмоциональны.

Примеры предложений окон в зависимости от потребностей клиента

Ситуация

Рекомендации

труднодоступные окна
люди с ограниченными
физическими
возможностями



Окна с возможностью установки ручки в зависимости от индивидуальных потребностей, в том числе внизу в горизонтальной части створки.

детская комната
семьи с маленькими
детьми



Окна с функцией безопасности детей, где при помощи специальной ручки с ключом блокируется механизм и не позволяет перевести положение створки из откидного в поворотное.

низкий этаж
последний этаж
отдельно стоящий дом
требования страховой
компании



Взломозащищенные окна, обеспечивающие высокий класс безопасности (WK) за счет специальной усиленной конструкции профиля для установки противовзломного стекла и фурнитуры, которая запирается по контуру с помощью противовзломных или грибовидных цапф, элемента защиты нижних петель, элемента защиты от высверливания, ручки с закрыванием на ключ.

квартира на высоком
этаже (выше 8-го
этажа)
сильный ветер, дождь
или мороз



Окна, рассчитанные на ветровые нагрузки и особые климатические условия, с усиленной конструкцией профиля и фурнитурой с противовзломными ответными планками и средними прижимами с крючковыми запорами, обеспечивающие надежность и герметичность.

окна, выходящие
на улицу с высоким
уровнем шума
особенная потребность
в покое



Шумоизолирующие окна со специальным звукоизолирующим стеклом, усиленной профильной системой, уплотнителями и фурнитурой, обеспечивающей усиленный прижим.

частные дома или многоквартирные при необходимости сокращения затрат на электроэнергию



Энергосберегающие окна, оснащенные специальным энергосберегающим стеклом, многокамерной системой профиля, уплотнением по контуру окна, с запирающим по контуру с помощью регулируемых цапф для регулировок прижима и системой для автоматического управления проветриванием.



РАБОТА С ВОЗРАЖЕНИЯМИ

Задачи менеджера на этом этапе: понять истинный смысл возражений Клиента и отработать его.

Что для этого требуется сделать?

1. Выслушать Клиента
2. Понять эмоции и нейтрализовать их

Примеры фраз, выражающих понимание:

Я очень хорошо понимаю, что...

Да, я знаю, что...

Мне понятно это, я тоже...

Вполне очевидно...

Мне легко Вас понять, я тоже...

Я разделяю Вашу точку зрения...

3. Задать уточняющий вопрос

О каком продукте идет речь?

В какое время Вам удобно?

4. Сделать конструктивные предложения

5. Подтвердить ответ Клиента

Что Вы думаете о моем предложении?



Примеры ответа на возражения Клиентов

«Не вижу никаких различий между вами и другими фирмами».

«Действительно, могут возникнуть затруднения в выборе при таком количестве внешне одинаковых фирм. Я понимаю Ваше желание разобраться в специфике нашей Компании. Из чего Вы исходите, сравнивая производителей окон между собой?»

Далее проведите совместный с Клиентом анализ сравнения.

«У вашего конкурента лучше сервисное обслуживание».

«Вы затронули важную тему. Мне понятно, что Вы хотите иметь качественный сервис. Какие параметры сервиса являются сейчас наиболее важными для Вас?»

«Я не уверен, мне надо подумать».

«Да, иногда трудно принять важное решение. Я очень хорошо понимаю Ваше желание все тщательно обдумать. Какие вопросы Вы бы хотели еще обсудить?»

 **ЗАКЛЮЧЕНИЕ СДЕЛКИ**

Задача менеджера на этом этапе: оставить благоприятное впечатление о Компании и о себе, как о менеджере.

Подведите итоги разговора с Клиентом.

Попросите Клиента предоставить контактные телефоны, координаты, по которым замерщик сможет связаться с ним и уточнить время визита для осуществления замера.

Еще раз назовите себя, дайте визитку и подтвердите, что именно Вы будете обслуживать заказ Клиента, и Клиент в любой момент может обратиться к Вам с вопросом.

Передайте Клиенту всю необходимую рекламную продукцию, предварительные расчеты.

Убедитесь в том, что у Клиента не осталось никаких вопросов, сомнений. “Остались ли у вас какие-либо вопросы сейчас?”.

Поблагодарите и подтвердите Клиенту, что Вы рады сотрудничеству с ним.

Ошибки в речи менеджера:

Иногда сотрудники непреднамеренно позволяют себе высказывания, которые оставляют у Клиентов неприятный осадок. Вот несколько обычных фраз такого типа:

«Я не знаю» - никакой другой ответ не может подорвать доверие к Вам лично и к фирме в целом столь быстро и основательно.

В этом случае лучше сказать: *«Хороший вопрос... мне необходимо уточнить это для Вас. Когда Вам удобно – я перезвоню»*.

«Мы не можем этого сделать» - Если это действительно так, ваш потенциальный Клиент обратится к кому-то еще, и весьма вероятно, что его новый разговор сложится более удачно. Вместо отказа попытайтесь найти альтернативное решение. Рекомендуется всегда в первую очередь сосредоточиться на том, что вы можете сделать.

«Вы должны...» - серьезная ошибка. Ваш Клиент Вам ничего не должен.

В этом случае лучше начать фразу со слов: *«Для Вас имеет смысл...»*, *«Лучше всего будет...»*, или просто просьба от первого лица: *«Прошу Вас, подождите, пожалуйста...»*, (пройдите, пожалуйста, заполните, пожалуйста, и др.)



В результате:

если Вы эффективно установили контакт с Клиентом;
если на этапе выявления потребностей Вы были внимательны к нему и задавали «правильные» вопросы;
если Ваша презентация учитывала особенности ситуации Клиента, его запросы и потребности, а также опиралась на реальные образцы товаров;
если при обработке возражений Вы отработали их и предоставляли Клиенту необходимую информацию;
если на этапе завершения Вы помогли ему принять правильное решение...

Поздравляем Вас с получением заказа!

Корпоративный университет ТБМ готов предложить своим постоянным клиентам и их дилерам **очное и дистанционное обучение**. Более подробную информацию об обучении вы сможете получить на сайте Компании ТБМ (www.tbm.ru), в разделе **Учебный портал для клиентов**.

