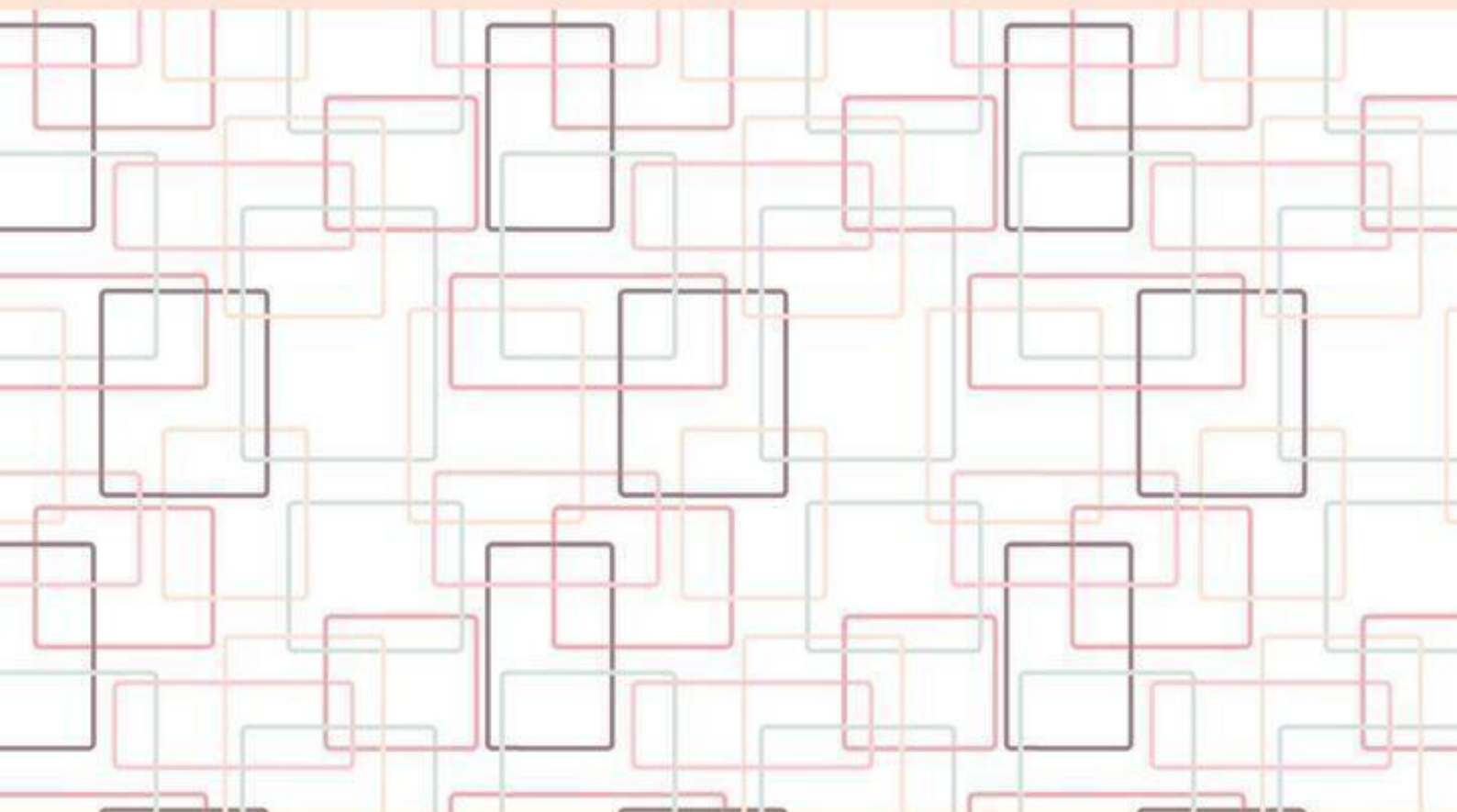


12+

Дмитрий Давыдов



**ПРОДАЙ,
НЕ ПРОДАВАЯ.
ПОСОБИЕ ДЛЯ
НОВИЧКА
В FASHION-РИТЕЙЛЕ**

Дмитрий Давыдов

**Продай, не продавая. Пособие
для новичка в fashion-ритейле**

«Издательские решения»

Давыдов Д. А.

Продай, не продавая. Пособие для новичка в fashion-ритейле /
Д. А. Давыдов — «Издательские решения»,

Практическое руководство для продавцов: как выстраивать человеческий сервис и не выгорать на работе. В ней — реальные кейсы, рабочие фразы вместо заученных скриптов и алгоритмы действий в нестандартных ситуациях. Подойдёт тем, кто хочет помогать клиентам спокойно и уверенно, а не «продавать любой ценой».

Содержание

Вступление. Не про скрипты. Про живых людей	6
Глава 1. Первые 30 секунд: не пугайте клиента	7
Глава 2. Как задавать вопросы, чтобы клиент сам рассказал, что ему нужно	10
Конец ознакомительного фрагмента.	11

Продай, не продавая. Пособие для новичка в fashion-ритейле

Дмитрий Александрович Давыдов

© Дмитрий Александрович Давыдов, 2026

ISBN 978-5-0070-9024-7

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

Вступление. Не про скрипты. Про живых людей

«Продавать — это не про „впихнуть товар“. Это про то, чтобы человек ушёл из магазина и подумал: „Со мной нормально поговорили“».

— выписка из журнала Forbes (возможно).

Знаешь, когда ты только начинаешь работать в зале, кажется, что самое главное — выучить ассортимент, названия тканей, линейки размеров и все правила магазина. И это правда важно. Но через пару смен ты вдруг понимаешь: клиенты не уходят из-за того, что ты не так назвала состав ткани. Они уходят, потому что чувствовали себя неловко, будто им надо оправдываться за то, что «просто смотрят», или будто ты очень хочешь им что-то продать — и тебе от этого не по себе.

А ещё бывает так: ты всё делаешь «по инструкции», а клиент всё равно хмурится. И ты думаешь: «Я же всё правильно сказала! Почему не сработало?» А сработало бы, если бы ты не «говорила по инструкции», а просто помогла.

Эта книга — не сборник скриптов, где на каждое «я подумаю» есть свой заученный ответ. Это скорее набор историй, подсказок и фраз от того самого «опытного продавца» (персонаж книги, высказывающий мнение по тому или иному вопросу) — того, который не читает нотации, а спокойно показывает, как сделать так, чтобы и клиент ушёл довольным, и ты в конце смены не чувствовала себя выжатой до капли.

С чего вообще начинается хороший сервис

С простого: «Вижу, вы пока присматриваетесь — если захочется помощи, я здесь рядом».

Вот эта фраза — уже половина успеха. Потому что она снимает напряжение. Клиент понимает: его не будут «обрабатывать». И с этого момента он уже готов разговаривать.

Что ты найдёшь внутри

— **Реальные ситуации**, которые случаются почти каждый день: «ничего не надо, просто смотрю», «дорого», «я подумаю», «хочу вернуть».

— **Фразы**, которые звучат по-человечески, а не как заученный скрипт.

— **Мини-кейсы**: как можно было ответить плохо — и как лучше.

И самое важное — про ожидания

Не жди, что после этой книги ты станешь «идеальным продавцом», который никогда не растеряется. Такого не бывает. Бывает продавец, который растерялся на секунду, а потом спокойно сказал: «Ой, знаете, я тут немного запуталась. Сейчас уточню и сразу вернусь». И клиент ему за эту честность благодарен.

Глава 1. Первые 30 секунд: не пугайте клиента

Ты заходишь в зал, делаешь глубокий вдох — и тут же ловишь на себе взгляд: кто-то пробегает мимо, кто-то застыл у стойки с футболками, кто-то читает бирку товара с видом «только не подходи». И у тебя ровно тридцать секунд, чтобы не испортить всё с первой фразы.

Это не про «впаривание» и не про гонку за чеком. Это про то, как за полминуты дать человеку понять: ты здесь не чтобы его напярчать, а чтобы, если надо, помочь. В сетевом ритейле это особенно важно: клиент привык, что к нему сразу «прилипают», и если ты действуешь по шаблону, он автоматически ставит барьер.

Давай разберём, как не включать этот барьер — и как вместо этого включить доверие.

Почему «Вам помочь?» часто звучит как тревожный звонок

Фраза «Вам помочь?» — классика, но в 8 из 10 случаев она работает против тебя. Почему? Потому что в ней уже есть ожидание: будто ты заранее уверен, что человеку что-то нужно, и ты уже готов это продать. Для клиента это сигнал: «Меня сейчас будут уговаривать».

Опытный продавец: *«Смотри, когда ты говоришь „Вам помочь?“; ты как будто ставишь человека перед фактом: у тебя есть задача — продать. А ему сейчас может быть вообще не до этого. Он пришёл просто выдохнуть, посмотреть, потрогать ткань. Дай ему право не покупать — и тогда он скорее купит».*

Официально: *«В стандартах сервиса мы заменяем директивные формулировки на нейтральные, снижающие тревожность клиента. Цель первого контакта — обозначить присутствие и готовность помочь, а не инициировать продажу».*

А по-человечески — вот варианты, которые реально работают:

Готовые фразы под разные типы клиентов

Если клиент торопится, идёт быстро, взгляд бежит:

— «Вижу, вы торопитесь — если хотите, покажу, где у нас зона с базовыми вещами, или просто дайте знать, если понадобится помощь».

— «Тут сейчас много новинок, но если хочется быстро — скажите, что ищете, подскажу, где лежит».

Если «просто смотрю», расслаблен, но не против контакта:

— «Тут как раз новая поставка, есть пара классных базовых футболок — если интересно, покажу. Если нет — я тут, если что».

— «Если хочется спокойно посмотреть — не буду мешать. Если что-то заинтересует, я рядом».

Заметь: ни в одной фразе нет «Вам помочь?». Вместо этого — ты обозначаешь, что ты здесь, и даёшь человеку выбор. Это и есть сервис.

Правило зеркала: подстройся по тону и темпу

Это простая штука, которую опытные продавцы используют на автомате: подстрой темп и громкость под клиента. Если он говорит тихо и спокойно — не надо бодро и громко. Если торопится — не тяни с подробностями.

Опытный продавец: *«Не пытайся опередить чужую скорость и состояние. Если человек торопится, ему не нужны твои эмоции — ему нужна конкретика. А если он расслаблен, твои „давай-давай“ его напугают».*

Официально: *«Соблюдайте соответствие тональности коммуникации эмоциональному состоянию клиента. Избегайте контрастных интонаций, которые могут восприниматься как давление».*

По-житейски: будь как хороший бариста — не лезет с советами, если ты пришёл за эспрессо, но если ты стоишь и думаешь, он спокойно подскажет.

Мини-тест: угадай, какая фраза лучше

Попробуй выбрать лучший вариант для каждой ситуации.

— Клиентка стоит у стойки с джинсами, просматривает бирки, выглядит спокойной.

— А) «Вам помочь?»

— Б) «Эти джинсы сейчас очень берут, хотите примерить?»

— В) «Тут много моделей, если хочется спокойно посмотреть — я тут. Если что, подскажу про посадку».

— Мужчина быстро идёт вдоль вешалок, явно спешит.

— А) «Что-то конкретное ищете?»

— Б) «Если торопитесь, покажу, где у нас базовые футболки и джинсы — всё в одном месте».

— В) «У нас сейчас распродажа, посмотрите вот сюда!»

— Две девушки смеются у стойки с футболками.

— А) «Я могу помочь подобрать размер».

— Б) «С компанией всегда веселее. Если хотите, покажу пару моделей, которые классно смотрятся вместе».

— В) «Вам что-то подсказать?»

Почему именно они? Потому что они не ставят клиента в позицию «надо оправдываться», а дают ему пространство. И при этом ты остаёшься полезным.

Рубрика «Так лучше не говорить» (и почему)

Эти фразы звучат безобидно, но часто портят контакт.

— «**Ой, это вам не пойдёт**» — звучит как оценка вкуса. Даже если ты хотела как лучше, человек слышит: «Ты не умеешь выбирать».

— «**У нас всё дорогое**» — это как если бы официант сказал: «У нас всё невкусное». Ты сама обесцениваешь свой ассортимент.

— «**Вы точно в этом размере?**» — если человек не уверен, эта фраза только усилит сомнения. Лучше: «Давайте сразу два размера, чтобы было удобнее».

Опытный продавец: *«Никогда не оценивай клиента. Оценивай задачу: что ему нужно, в каком темпе, с какой поддержкой. Твоя работа — помогать, а не судить».*

Шпаргалка: 5 фраз, которые можно держать под рукой

Вырежи или распечатай — и держи рядом первые недели.

— «Если хочется спокойно посмотреть — не буду мешать. Я тут, если что».

— «Тут новая поставка — если интересно, покажу пару базовых вещей, которые берут чаще всего».

— «Давайте сразу два размера — чтобы не бегать туда-сюда».

— «Эти брюки классно смотрятся, но лучше всего раскрываются в движении. Хотите примерить, чтобы почувствовать?»

— «Вижу, вы торопитесь — покажу, где у нас базовая зона, там всё быстро и понятно».

Помни, что важно не повторять слово в слово предложенные фразы, а взять саму идею на вооружение. У каждого продавца свой стиль общения, интонация и коммуникативные навыки, поэтому говори так, как привычнее тебе.

Чек-лист на начало смены (для себя)

Перед тем как выйти в зал, поставь себе три маленьких якоря:

— Я не обязана продать прямо сейчас. Моя задача — сделать так, чтобы клиенту было комфортно.

— Первая фраза — про присутствие, не про продажу.

— Если клиент не хочет контакта — это нормально. Я всё равно здесь, если понадобится.

Глава 2. Как задавать вопросы, чтобы клиент сам рассказал, что ему нужно

Ты уже не пугаешь клиента с порога — молодец. Теперь самое тонкое: надо узнать, зачем он пришёл, но так, чтобы это не выглядело как допрос. Потому что вопрос «Что ищете?» — это как стоять у двери с блокнотом: формально, сухо и немного напряжно.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «Литрес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на Литрес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.