

Работа с возражениями Для торгового представителя

2022 ж. 16 наурыз, сәрсенбі

12:37

НАИБОЛЕЕ ТИПИЧНЫЕ ВОЗРАЖЕНИЯ КЛИЕНТОВ И СПОСОБЫ ИХ ПРЕОДОЛЕНИЯ

Возражение	Понимание и сочувствие	Исследование	Способ преодоления
1. «Нет денег»	Да, отсутствие денежных средств Это неприятно. Многие руководители Магазинов/ аптек на моей территории тоже Жалуются на это	С чем связано отсутствие денег?В связи с этой проблемой они отказались от закупки и другой продукции то же, или все же что-то они закупают? Если да, то почему именно эту продукцию чем они руководствовались?Когда на их взгляд проблема будет решена?Отсекающий вопрос:это единственная причина или есть другие? Если проблема разрешится(например мы сделаем заказ на тот день, когда деньги будут) они согласятся сделать заказ?	Продемонстрируйте клиенту его маршрутную карту с историей продаж и объясните, что вы составили заказ только на самое необходимое. Если вы пытаетесь расширить ассортимент, приведите примеры других аналогичных торговых точек, где уже продается эта продукция, используйте данные исследования рынка (если они есть) Объясните клиенту, что если у него не будет полного ассортимента продукции, то он потеряет прибыль, а так же его имидж в глазах клиентов\покупателей ухудшится, что может привести к тому, что они будут делать покупки в другой торговой точке. Если причины отсутствия денег объективны, и выше приведенные аргументы не действовали, то выяснить, не располагает ли клиент меньшей суммой, и постараться все-таки убедить его сделать заказ на несколько позиций, пользующихся наибольшим спросом. Договориться о том, когда можно будет подъехать, чтобы оформить заказ на оставшуюся часть заказа?
2. «Нет места»	Да, я понимаю, что, стремясь поддерживать большой ассортимент многие владельцы торговых точек сталкиваются с проблемой отсутствию места,	Где именно нет места? С чем это связано (временная проблема постоянная)? Чем место занято? Почему именно этой продукцией? Отсекающий вопрос: это единственная причина, если мы найдём место, то вы согласитесь сделать заказ?	На складе Проверить так ли это и постараться найти резерв стремясь Площади на складе.-Предложите сделать дополнительные точки покупки и увеличить выкладку продукции в торговом зале. -Проанализируйте, соответствуют ли запасы других товаров объемам продаж, и если запасы каких-либо товаров избыточны, то корректно порекомендуйте клиенту их уменьшить. -Если места действительно не хватает, предложите клиенту приобретать продукцию меньшими партиями,но чаще. На полках Проанализируйте, соответствует ли выкладка других товаров объемам продаж, и если запас в торговом зале каких-либо товаров избыточен, то порекомендуйте клиенту их уменьшить. Оперировать при этом понятием Оборот Товарных Запасов. Постарайтесь на витрине найти какую-либо продукцию, выставленную по 2 экземпляра, и за счет этого увеличить выкладку нашей продукции. Подчеркните еще раз преимущества от поддержания полного ассортимента. Расскажите о том, что наша продукция относится к товарам Импульсного спроса, и для нее особенно важна выкладка. Если ее не увидят, то и не спросят, следовательно, не купят, и как следствие, клиент потеряет прибыль и имидж его торговой точки в глазах потребителей ухудшится.
3. «Все есть»	Я прекрасно понимаю, что нет смысла делать заказ, если у вас присутствует весь ассортимент продукции и в достаточном количестве	Отсекающий вопрос. Если мы с вами сейчас Посмотреть по карте клиента динамику продаж в этой нет смысла проверим остатки и торговой точке и, если были периоды увеличения делать заказ,	- Проверить так ли это, то есть снять остатки. понимаю, что - Посмотреть по карте клиента динамику продаж в этой нет смысла проверим остатки и торговой точке и, если были периоды увеличения. объема продаж, показать это клиенту и сказать, что с имеющимся у него запасом он не сможет удовлетворить своих покупателей, если спрос возрастет. - Если продукция действительно реализуется плохо, проанализируйте, все ли возможности по увеличению объема продаж вы использовали и, если нет, обсудите с клиентом, что

	ассортимент продукции и в достаточном количестве	проверим остатки и торговой точке и, если были периоды увеличения делать заказ, увидим, что чего-то нет объема продаж, показать это клиенту и сказать, что с если у вас или чего-то не хватит до имеющимся у него запасом он не сможет удовлетворить присутствует моего следующего визита, потребность своих покупателей, если спрос возрастет. весь ассортимент то вы сделаете заказ, или Если продукция действительно реализуется плохо, продукции и в у вас есть другие причины	покупателей, если спрос возрастет. - Если продукция действительно реализуется плохо, проанализируйте, все ли возможности по увеличению объема продаж вы использовали и, если нет, обсудите с клиентом, что необходимо сделать в этом направлении.
4. Клиент отказывается делать мерчендайзинг продукции на полке и на нашем оборудовании	Многие клиенты, у которых сейчас на полке полный порядок, тоже с начала не понимали для чего соблюдать стандарты мерчендайзинга.	В чём причина отказа?	Объяснить, что продукция покупаются на основе Импульса и мерчендайзинг, то есть порядок в точке которых сейчас продажи, способствует возникновению такого импульса. Убедить клиента, что он теряет свою прибыль, если не соблюдает стандарты мерчендайзинга. Если владельца найти трудно, и вам приходится разговаривать с продавцом, который «сидит на окладе», то объясните ему (ей), что хотя прямой зависимости нет, но рост объема продаж и порядок в торговом повлияют на настроение владельца, в следствии чего, он может поднять зарплату или выплатить премию. А нерадивых продавцов хозяева не любят и поощрять не станут - Компания предоставляет оборудование (стойки, рекламное оформление, доставку, торгового представителя) бесплатно, но при этом выдвигает условие неукоснительного соблюдения стандартов мерчендайзинга.
5. «Я уже работаю с Другими производителями»	Я понимаю ваши чувства, если вы уже давно и успешно сотрудничаете у вас наверняка сложились определенные партнёрские отношения.	Как давно Вы сотрудничаете? Что особенно вам нравится в их работе? Что еще ожидаете от поставщика? Что в их работе на ваш взгляд следовало бы улучшить? Как бы вы охарактеризовали их.торгового представителя? В чем его сильные стороны? Что следовало бы улучшить? Отсекающий вопрос: Если бы мы смогли предложить что-то, что вас могло бы заинтересовать и то, что вам не могут предложить они, вы согласились бы обсудить наше с вами сотрудничество или у вас есть какие-либо иные причины для отказа.	- Если дело в том, что клиент не хочет тратить деньги на нашу продукцию, которая ему кажется аналогичной, приведите ему данные о нашем преимуществе на рынке. Это говорит о том, что наша продукция продается лучше, следовательно, если уж выбирать между аналогичными продуктами, то лучше взять нашу продукцию, т.к. она принесет больше прибыли. - Сравните наш ассортимент по наименованиям и с ассортиментом конкурентов. Мы предлагаем более широкий ассортимент, значит более полно удовлетворяем потребителя, а, следовательно, сотрудничество с нами приносит клиенту большую прибыль. - У самой состоятельной части потребителей вкусы уже сформировались и им не все равно, чем пользоваться. Узкий ассортимент ограничивает потребителей в Выборе, те, у которых уже сформировались предпочтения, и которым не все равно, чем пользоваться не купят у вас Конкурентов. Таким образом, вы не только теряете прибыль, но и портите свой имидж в ИХ глазах. Ассортимент может стать для них веской причиной при выборе торговой точки. А ведь именно эта категория потребителей приносит основную часть Выручки, а не пенсионеры. - Постарайтесь найти наши выгодные отличия от конкурентов, которые бы соответствовали ожиданиям и потребностям клиента.
6. «У меня подписан эксклюзивный договор с другими поставщиками»	Да я понимаю вас, стремление выполнить договорные обязательства характеризует вас с самой лучшей стороны. Конечно, нет смысла нарушать условия выгодного для вас договора!	На каких условиях подписан договор? Сроки его действия? Санкции, которые вступают в силу в случае его нарушения? Отсекающий вопрос: Если мы найдем способ обойти условия договора (если Покажем Выгодность сотрудничества с нами, предложим лучшие условия), то тогда он согласится работать снами, или у него есть еще какие-либо причины для отказа?	- Доводы п.5 - У каждого продукта есть свой производитель (напомните данные о том, что 15% покупателей приходят за определенным продуктом, а 47% - за конкретным продуктом определенного производителя), поэтому, отказываясь работать с нами, клиент теряет до 60% своих покупателей, которые хотели бы приобрести нашу продукцию. Расширяя ассортимент, клиент тем самым демонстрирует стабильность своего бизнеса. Почему кто-то пытается диктовать клиенту, с кем ему работать, а с кем нет. В своем бизнесе он должен руководствоваться единственно соображениями своей прибыли, часть которой он теряет, отказываясь работать с нами. Покажите клиенту (если это возможно), что, отказываясь от работы с нами, он теряет гораздо больше, чем получает от конкурентов. Попробуйте

	условия выгодного для вас договора!	условия, то тогда он согласится работать с нами, или у него есть еще какие-либо причины для отказа?	соображениями своей прибыли, часть которой он теряет, отказываясь работать с нами. Покажите клиенту (если это возможно), что, отказываясь от работы с нами, он теряет гораздо больше, чем получает от конкурентов. Попробуйте найти лазейки в договоре, которые позволили бы нам сотрудничать. Попробовать предложить более выгодные условия, заранее согласовав их с руководством.
7. «Ваша продукция очень дорогая»	Я понимаю вас, нет смысла закупать запредельно дорогую продукцию, на которую у вас не найдется покупателя!	Когда вы говорите дорогая, то с чем вы сравниваете нашу продукцию? На основании чего вы решили, что она дорогая? Отсекающий вопрос: найдется Если бы вы убедились, что в вашем магазине подобная продукция пользуется спросом, то тогда бы вы согласились ее приобрести? Это единственная причина для отказа?	- Сказать, что у каждого продукта есть свой потребитель. А значит, отказываясь от нашей продукции, клиент теряет какую-то часть своих покупателей, которые хотели бы купить именно нашу продукцию. - По сравнению с продукцией местных производителей, наша продукция несравнимо более качественная. - Делая одинаковую наценку на нашу продукцию и более дешевую продукцию местных производителей, клиент получает от реализации их продукции меньшую прибыль. Для того, чтобы местная продукция принесла клиенту больше прибыли, чем наша продукция, их должно продаваться во много раз больше, чем на самом деле не происходит. (Используя этот довод, возьмите конкретные цены конкурентов и сделайте для клиента сравнительный анализ прибыли). - Для демонстрации того, что у торговой точки есть состоятельные посетители укажите на иномарки припаркованные рядом с магазином, спросите как продаются дорогие товары (например: сигареты, кошачий корм, дорогие шампуни, лаки для волос и т.д.). Примеры должны быть яркими и убедительными. - У самой состоятельной части потребителей вкусы уже сформировались и им не все равно, чем пользоваться. Узкий ассортимент ограничивает потребителей в выборе, те, у которых уже сформировались предпочтения, и которым не все равно, чем пользоваться не купят у вас местную дешевку. Таким образом, вы не только теряете прибыль, но и портите свой имидж в их глазах. Ассортимент может стать для них веской причиной при выборе торговой точки. А ведь именно эта категория потребителей приносит основную часть Выручки, а не пенсионеры и не покупатели с НИЗКИМ достатком. - Если вы считаете, что в вашем районе живут не очень состоятельные люди, то для них мы можем предложить подходящий ассортимент. - Если наша продукция продавалась в торговой точке раньше, то покажите маршрутную карту и продемонстрируйте продажи за предыдущий период. подсчитайте прибыль. Если ранее продажи были не большими, предложите методы их увеличения. Если ранее торговая точка не продавала нашу продукцию, то приведите примеры других торговых точек.
8. «Ваша продукция плохо продается»	Я понимаю ваше желание продавать больше и получать больше прибыли !	Что заставило вас считать, что продукция плохо? Какой объем продаж вы считали бы приемлемым? У вас есть какие-то идеи, как мы с вами, совместными усилиями могли бы повлиять на объем продаж? Отсекающий вопрос: Если бы мы с вами нашли способы увеличить объем продаж, то тогда можно было бы решить проблему?	- Провести анализ продаж за какой-то промежуток времени, определить какие из позиций продаются хуже других; - Постараться найти причину; - Провести анализ торговой точки и выявить нереализованные возможности по продаже нашей продукции: дополнительные места продажи; перенесение существующих мест продажи в наилучшие точки в магазине; - Провести анализ конкуренции и найти пути усиления наших позиций по сравнению с конкурентами. - Если это возражение исходит от руководителя торговой точки с которой мы еще не работали, то привести примеры других аналогичных торговых точек, привести доказательства наличия в этой точке соответствующего контингента.
9. «У людей нет денег»	Да, покупательская способность россиян к сожалению оставляет желать лучшего. Да у меня тоже часто бывают проблемы финансового характера! Привести пример (жена, и шубу кланчит, детей	Вы имеете ввиду вообще или просто сейчас, временно например рабочим с соседнего завода опять не выдали зарплату)? Если проблема временная, то когда она разрешится? Отсекающий вопрос: если вы увидите, что не смотря на плачевное финансовое	- Если сейчас клиент откажется продавать нашу продукцию, он, естественно, потеряет часть своих клиентов. - Приведите положительный пример продаж в подобной торговой точке, находящейся неподалеку, и продемонстрируйте историю продаж. - Жизнь тем не менее продолжается, люди по-прежнему используют различные средства гигиены, а значит нуждаются в нашей продукции; - Сейчас жизненный уровень населения в России растет, а экономика крепнет;

	финансового характера! Привести пример (жена, и шубу кланчит, детей надок к школе готовить и т.д.).	разрешится? Отсекающий вопрос: если вы увидите, что не смотря на плачевное финансовое положение люди продолжают покупать продукцию, если при этом мы подскажем вам, как увеличить продажи, то тогда Вы согласитесь сделать заказ?	нашей продукции; - Сейчас жизненный уровень населения в России растет, а экономика крепнет; - Если проблема с деньгами у контингента данной торговой точки носит временный характер, то необходимо будет не упустить то время когда она разрешится, чтобы сделать заказ больше.
10. Нет оборудования	Конечно, основная цель использования фирменного торгового оборудования увеличение объема продаж, и поэтому ваше стремление получить оборудование нам вполне понятно	Какое именно оборудование он хотел бы получить? Почему именно это? Какое именно оборудование и на каких условиях ему предлагают другие поставщики? Отсекающий вопрос: Это единственная причина отказа? Если бы мы обговорили с клиентом условия и сроки в течение которых он бы мог получить желаемое оборудование, то его бы устроил такой вариант?	- Объясните клиенту, что установка оборудования напрямую связана с объемом продаж торговой точки. Разъясните, что он еще не достиг желаемого уровня; - Объясните, что вы на его стороне, но правила есть правила. - Проанализируйте вместе с клиентом возможности его торговой точки по увеличению объема продаж и реализуйте их - Обговорите с ним тот объем продаж, на который должна выйти торговая точка, чтобы в ней установили оборудование. Обговорите с клиентом отрезок времени, в течение которого вы будете отслеживать объем продаж После проведенных мероприятий по увеличению объема; - По завершении этого периода проведите анализ
11. Клиент требует отсрочки платежа	Да, многие клиенты считают такую систему работы для себя наиболее привлекательной. Многие торговые точки испытывают трудности с распределением оборотных средств и в отсрочке видят способ решения этой проблемы	Какие формы оплаты он использует при работе с другими поставщиками? Что в отсрочке платежа ему кажется наиболее привлекательным? Отсекающий вопрос: Это единственная проблема, в остальном наше сотрудничество вас устраивает	- Это весьма разумно с вашей стороны, но нам известно большое количество торговых точек, которые успешно используют смешанные формы оплаты. - Объясните, что компания со всеми своими клиентами работает на одинаковых условиях; - Если клиент со многими своими поставщиками работает под реализацию продукции, скажите, что у него, наверняка, бывают ситуации, когда подходит срок оплаты, а ему нечем рассчитаться. В том случае, когда он оплачивает продукцию сразу, над ним уже не висит Дамоклов меч расплаты с поставщиком - Предложите ему минимальный оптимальный заказ, чтобы ему не приходилось вкладывать много денег. - Предложите разбить заказ на несколько частей и осуществлять доставку меньшими партиями. этой проблемы. - Приведите пример другой торговой точки, которая тоже со всеми поставщиками работала только в кредит, но так как - наша продукция продается хорошо и приносит много прибыли, с нами работает за наличный расчет. - Приведите примеры других поставщиков, которые, как и мы, придерживаются жестких условий оплаты. - Обговорите с клиентом условия, при соблюдении которых через определенное время он может рассчитывать на отсрочку.
12. «Продукция конкурентов дешевле»	Да я понимаю, что разница в цене вызывает вопросы потребителей и она должна быть чем-то обоснована.	С какой продукцией вы сравнивали? По вашим наблюдениям, это у них просто какая-то акция или это постоянная стратегия? Если они это делают постоянно, то почему на ваш взгляд? Отсекающий вопрос: Это единственное, что вас беспокоит? Если вы увидите, что этот факт не оказывает существенного влияния на продажи и что для разницы в цене есть основания, то вопрос будет исчерпан?	Можете воспользоваться доводами из п.5 и 6. - Кроме того, политика ценового демпинга издавна используется нашими конкурентами. Делают они это не от хорошей жизни. Такое их поведение на рынке, конечно, доставляет нашей компании некоторые неприятности, но по-прежнему мы номер 1 в мире. Незначительное снижение цены не заставит потребителей изменить своим пристрастиями и променять качественную продукцию на нечто иное. - Продемонстрируйте анализ продаж в его ТТ и в других аналогичных, ? покажите исследования рынка, которые бы показали, что даже при разнице в цене наши продажи/доля рынка выше.

13. «У вашей продукции истекает срок годности»	Да, это чрезвычайно неприятно!	Какое количество? Когда истекает? Как вы думаете в чём причина? Отсекающий вопрос: Это единственная причина ? Если мы найдём пути е решения, то проблема будет снята и наше дальнейшее сотрудничество будет по прежнему продуктивным?	- Выясните причину. - Создайте, по договоренности с клиентом, максимальное количество мест продажи наших продукции в данной торговой точке. - Расположение мест продажи должно основываться на вашем предварительном анализе торговой точки и, соответственно, должно быть оптимальным. - Еще раз проведите беседу с клиентом о принципах ротации продукции и не забывайте напоминать ему о необходимости проводить ротацию регулярно. - Напомните продавцам, о том, что сроки годности на продукцию истекают, и что им необходимо постараться продать ее, то есть более активно предлагать ее посетителям. Предложите изъять из продажи аналогичные бренды конкурентов. Предложите снизить цену до размеров закупочной и написать об этом яркое объявление. - Провести рекламную кампанию, направленную на продажу этой продукции или использовать эту продукцию в качестве приза в рекламной кампании.
14. «Заведующей сейчас нет, а я сам/сама не могу взять на себя ответственность по приобретению нашей продукции»	Я понимаю ваши опасения. Конечно не следует принимать решение, которое выходит за рамки вашей компетенции. Делать заказ или нет - это очень ответственное решение и я понимаю ваше желание взвесить все «За» и «Против» прежде чем принять решение.	Это было распоряжение владельца не делать заказ на нашу продукцию или вы на свой страх и риск сами на себя берете ответственность отказа от заявки? Вы готовы подписать бланк отказа?!! Отсекающий вопрос: Это единственная причина вашего отказа или есть ещё какие-то причины? Если вы увидите, что продукция вам нужна и последствия отказа от нее будут очень серьезными, то тогда мы постараемся предпринять что-то и всё же сделать заказ?	- Если в прошлом были прецеденты, когда продавец все таки делал заказ, постараться убедить его/ее сделать это еще раз (Особенно, если вы сотрудничаете с этой торговой точкой в течение длительного времени, и продавец хорошо вас знает). Объясните, что за то, что она не закажет продукцию, ее заведующая будет ругать еще больше. - Выяснить, можно ли связаться с заведующей в настоящий момент; - Заполнить заказ и оставить ее продавцу для передачи на подпись заведующей. Сказать, в какое время вы за ней подъедете. - Если продавец говорит, что заведующая будет вечером, ее трудно застать на месте, но вы ее хорошо знаете, как ответственного человека, то можно оставить заказ и телефон нашего офиса. Если заведующая захочет изменить заказ, то она может позвонить в офис. Если заказ ее устраивает, то ей не надо ни чего делать. - В другом случае, выясните контактные телефоны владельца торговой точки и выделите время на встречу с ним. Таким образом, вы избавите себя от повторения подобных ситуаций в будущем
15. Плохое обслуживание	Я понимаю ваше негодование, это очень неприятно, особенно с учетом того, что наша Компания стремится к высочайшим стандартам как в плане выпускаемой продукции, так и в отношении предоставляемого сервиса	Какие именно действия нашей компании так вас расстроили? Отсекающий вопрос: Если мы найдем пути решения этой проблемы, то вопрос будет исчерпан?	- Выяснить причину. - Принести извинения. - Обсудить с клиентом, что мы можем сделать для того, чтобы исправить ситуацию. - В дальнейшем точно следовать договоренности и периодически выяснять мнение клиента о системе нашего обслуживания его торговой точки. - Если торговый представитель не в состоянии решить проблему самостоятельно, привлечь кого-либо из руководства отдела/компании Для того, чтобы продемонстрировать клиенту, насколько он для нас важен и как мы обеспокоены сложившейся ситуацией.
16. У клиента плохое настроение и все ваши предложения он встречает «В штыки».	Посочувствовать после выяснения причины.	Я вижу у вас не очень хорошее настроение, в чем причина? Могу ли я чем-то помочь? Отсекающий вопрос: дело только в настроении и тех негативных событиях, о которых вы рассказали или есть ещё какая-то причина ля отказа?	- Если удастся, вспомнить/придумать ситуацию, аналогичную той, в которой оказался клиент и рассказать, как она была разрешена. - Попробовать поднять настроение шуткой, анекдотом... - Если не помогает ничего, не усугубляйте ситуацию, перенесите разговор на другой раз
17. Клиент	Да, я понимаю, что	Что именно вас не	- По возможности, устранить причины неприязни;

		отказа?	
17. Клиент отказывается работать с нами из-за личной неприязни к торговому представителю или водителю	Да, я понимаю, что тяжело построить работу, если есть какие-либо претензии представителям поставщика, с которыми вы общаетесь.	Что именно вас не устраивает? Что на ваш взгляд мы могли бы сделать, чтобы снять эту проблему? Отсекающий вопрос: Если нам удастся каким-либо образом решить эту проблему, то инцидент будет исчерпан?	- По возможности, устранить причины неприязни; - Если это не помогает, решить с руководством вопрос о замене торгового представителя/ водителя в данной точке.
18. «Сейчас не сезон»	См. П. 9.	См. П. 9.	- Согласитесь, что каждый человек привыкает покупать Любимые товары в одном и том же месте, независимо от сезона. Кроме жаркого лета бывают еще новогодние и другие праздники, дни рождения, свадьбы и семейные торжества. Мы работаем круглый год и знаем, что нашу продукцию покупают круглый год, просто летом ее покупают больше. Когда настанет сезон, Ваш покупатель принесет Вам дополнительную прибыль. А если он не найдет продукта, который любит, то по привычке пойдет к Вашему конкуренту напротив, потому что там «Наша продукция» есть всегда
19. Я сама знаю что мне брать. Я продикутую	Я не сомневаюсь, что вы хорошо знаете ситуацию на вашем складе		- Отлично. Я просто хочу Вам помочь составить заказ, исходя из истории продаж в Вашем магазине, чтобы ничего случайно не упустить и не заказать чего-нибудь лишнего. - Пожалуйста, продикуйте мне остатки по каждому виду продукции, я должен занести их в вашу историю продаж. После этого мы сможем вместе составить заказ.
20. «Мы хотим скидку, т.к. нам все дают скидки»	Конечно, мы приветствуем желание клиентов получать больше прибыли.	Кто именно из поставщиков вам предоставляет скидки? Какие? На каких условиях? Отсекающий вопрос: если бы мы, то же предложили вам скидку, на определенных условиях, то тогда бы вы считали вопрос исчерпанным? Существуют ли ещё какие-либо препятствия для нашей с вами дальнейшей эффективной работы?	- У нас разработана система скидок для разных объемов продаж и типов торговых точек. Наша схема предоставления скидок предусматривает объем продаж , размещение продукции/рекомендованного ассортимента на Ваших полках в соответствии со стандартами мерчандайзинга. Мы готовы рассмотреть варианты предоставления скидки, если Вы готовы пойти на эти условия
21. «Я не пущу вас на склад»	Конечно вы правы, ведь вы хозяин в своей точке	С чем связано ваше нежелание пускать нас на склад?	- Хорошо, я не сомневаюсь, что у Вас есть информация по остаткам на складе. Я только хочу помочь Вам составить заказ, исходя из истории продаж, чтобы не заказать лишнего, и не упустить какой-то из видов продукции. Ведь одна голова хорошо, а две еще лучше! Будьте добры, продикуйте мне остатки по каждому виду — это нужно для ведения истории продаж. - Я хочу проверить сроки реализации, чтобы продукция не просрочилась, потому что мы не меняем просрочку.