

**Коммерческая тайна. Разглашения этой информации влечет за собой дисциплинарную, гражданско-правовую, административную или уголовную ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации.**

# Обучение менеджеров

Деловое общение

И

Телефонные переговоры

1 и 2 темы

# Стандарты работы с клиентом

- 

- 

- 

- 

- 

-

Цель делового общения-

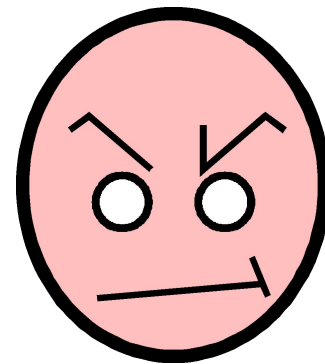
# Условия установления контакта

1.

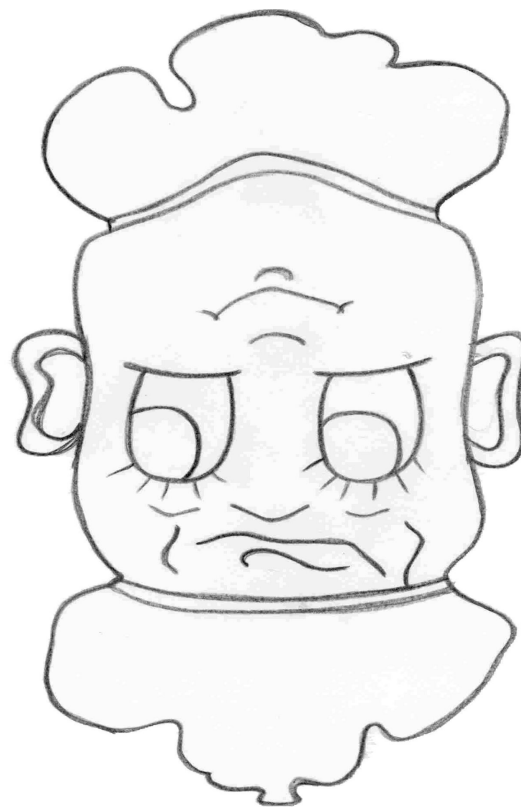
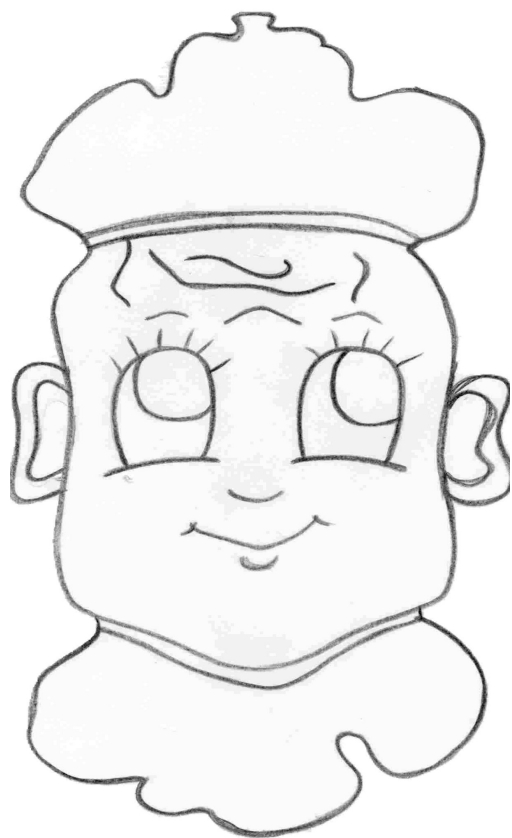
2.

3.

С какими трудностями вы сталкиваетесь при первой встрече ?



В жизни только 2 маски!!!





# Барьеры непонимания





# Признаки барьеров в общении.



# 6 эффективных способов общения (шторки)



# Внутренний настрой



# Убеждения сбываются...



Техники, которые помогают  
установить единое эмоциональное  
состояние и смысловое понимание.



# Амортизация



# Рефрейминг



Техника подчёркивания  
общности (целей, личностных  
характеристик и т.п.)



Техники подчёркивания значимости партнёра, его мнения, вклада в общее дело и т.п.

# Техника вербализации чувств



# Комплименты

—

—

—

# Техника отражения реальности



Преодоление эмоционального барьера позволяет перейти к смысловому уровню – переговорам.



СВОЙСТВА,  
ОТЛИЧИЯ,  
ВЫГОДЫ!

# Заказчик, потребитель, покупатель



# Что такое СВОЙСТВА?



Желтый

Из металла и болони

Женский фасон

Цена 10000 рублей.

ЗОНТ



# Отличия



(Отличия – это те свойства, которые нас отличают от других СМИ/проектов)

# Что такое ВЫГОДЫ?

- Выгоды - это то, что товар может сделать для заказчика
- Причина, по которой заказчик покупает наши товары
- Заказчик ищет выгоды от товара для достижения своих бизнес-задач
- То, как заказчик видит свои выгоды, зависит от того, как он формулирует для себя бизнес-задачи

# ВЫГОДЫ

## Примеры



Привлекательная раскраска

Надёжная конструкция

Целевая аудитория

Цена на 2000 дешевле

Заказчик

Что делают профессионалы.



# Примеры:

- 
- 
- 
- 

**Свойства**

- 
- 
- 
- 

**Выгоды**

Что делает наши переговоры  
эффективными, а предложение  
привлекательным для клиента?

потребностям

и мотивам

# Какие потребности и мотивы движут клиентами?

- 

- 

- 

- 

- 

- 

- 

- 

- 

-







Как отличить выгоды от свойств?

# Выгоды могут отличаться для разных покупателей

- Поэтому мы должны определить, какие выгоды наиболее важны для определенного клиента (на основе наших знаний о нем!)
- Для этого мы должны собирать как можно больше информации о каждом клиенте

# Первый важный этап работы с клиентом.

- Предварительный сбор информации о клиенте:
- Другие СМИ, коллеги, клиенты

-

-

-

-

-

-



# Итак:



1.

2.

3.

4.

5.

# Правила установления контакта.

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.
- 6.
- 7.
- 8.
- 9.
- 10.
- 11.

# ЦЕЛЬ встречи



# ПРАВИЛА встречи



Вы согласны?



Цель – перевести клиента в тип «нейтральное отношение», придти к соглашению разговаривать о рекламе.

Цель: Поиск основной Бизнес-задачи. Вовремя переключиться на неё и собирать БАРСК по ОБЗ в соответствии с СИМВЛ.

Цель: Собрать максимум информации по ОБЗ, в соответствии с СИМВЛ.

**Итак, мы подготовились к звонку и встрече с клиентом,  
мы знаем цель встречи, знаем типы клиентов,  
умеем грамотно общаться с клиентом.  
Следовательно, мы готовы к телефонному звонку.**

9

8

7

6

5

4

3

2

1

телефонный звонок

подготовка к работе с клиентом

Когда договариваемся на встречу по телефону держим в голове все этапы встречи и цель встречи:



# Телефонные переговоры

- 
- 
- 
- Главная цель – встреча лично.



# Типичные ошибки телефонного разговора.





# Правила телефонного разговора.



# Как прорваться через секретаря.



# Как выйти на нужного человека.

- Стандартная стратегия
- Обходная стратегия
- «Эффективная» стратегия
- Стратегия «взять в союзники»

# Как выйти на нужного человека.

- Стратегия «крутого»
- Стратегия «анкетирования»

Слова и фразы ,которых следует избегать.



Что такое  
возражение?





# Тактика работы с возражением по телефону:



# Телефонные переговоры



Узнаём имя собеседника, должность, полномочия

Уточнение, кто решает вопрос рекламы (узнаем имя, должность, полномочия)

полномочия)



# Пример разговора



# Нам не нужна реклама!

- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
-



# Телефонные оппоненты.

- 1). Болтливый.

наше поведение:

# Телефонные оппоненты.

- 2). Вежливо отказывающийся.

наше поведение :

# Телефонные оппоненты.

- 3). Крутой.

наше поведение



# Телефонные оппоненты.

- 4). Посылающий.

наше поведение :

- 
- 
-

# Телефонные оппоненты.

- 5). Занятый.

наше поведение :

# Телефонные оппоненты.

- 6). Недовольный.

наше поведение :

# Телефонные оппоненты.

- 7). Недоверчивый.

наше поведение :

# Телефонные оппоненты.

- 8). Нерешительный.

наше поведение :

недоверчивого

вежливо отказывающего

# Телефонные оппоненты.

- 8). Нерешительный.

наше поведение :

недоверчивого

вежливо отказывающего

# Телефонные оппоненты.

- 9). Вечно бедный.

наше поведение :

# Телефонные оппоненты.

- 10). Коварный.

наше поведение :



# Телефонные оппоненты.

- 11). Скрывающийся.

наше поведение :

# Телефонные оппоненты.

- 12). Слишком умный

Тактика общения:



# Работа с сопротивлением.

- Тип защиты:



- Метод снятия:

- 1.

- 2.



**«Мы вам звоним, потому, что слышали о вас как о серьёзном учреждении. Мы тоже серьёзное учреждение и поэтому будем вам полезны». (подтекст – да, ты лучший, поэтому я и звоню)**

# Работа с сопротивлением.

- Тип защиты:



- Метод снятия:

1.

- «Конечно важно подумать. Скажите, а что в рассказанном мной было для вас особенно интересно? Чтобы вам ещё хотелось услышать?

2.

- подтекст (ты ведь меня выслушал, теперь я имею право тебя послушать, верно?)

# Работа с сопротивлением.

- Тип защиты:



- Метод снятия:

- 1.

- 2.



«Я понимаю, что вы заняты. Ещё я понимаю, что этот вопрос важен для вас. Я готов подстроиться под вас. Как вам удобнее: вы поговорите со мной позже сами или поручите мне поговорить с кем-то из ваших подчинённых?». (да, причины весомые, чем тебе помочь?)

# Работа с сопротивлением.

- Тип защиты:



- Метод снятия:

1.

2.

3.



«Эксклюзив? Для вас что угодно!  
Нас в долю прибыли возьмёте?  
У нашей компании возможности  
неограниченны». (так  
пошутили-посмеялись, что  
захотелось в серьёз и надолго)

# Признаки того, что защита клиента снята:

