**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-

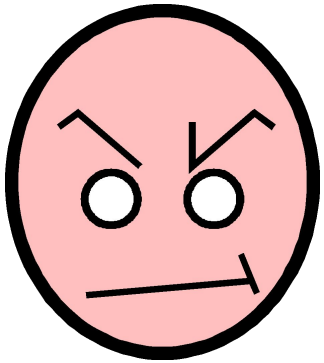
# Условия установления контакта

1.

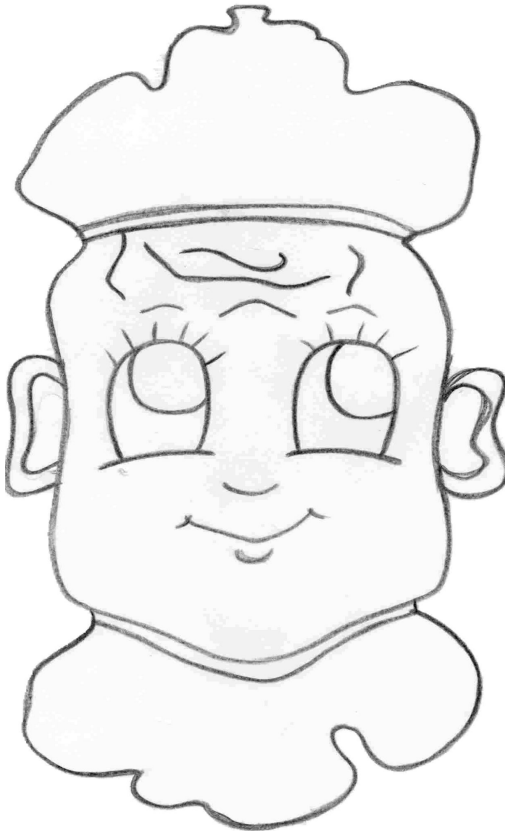
2.

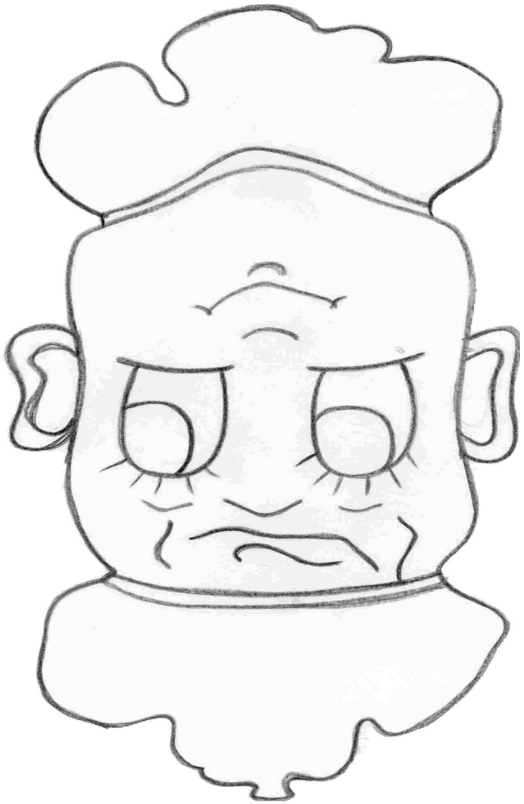
3.

# 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

# Ключевые вопросы перед переговорами.

- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 

# 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:

6

5

4

3

2

1

# 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 отказывающий.

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.

2.

- 

- 

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

**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 вам. 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:

- 
- 
- 