

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-

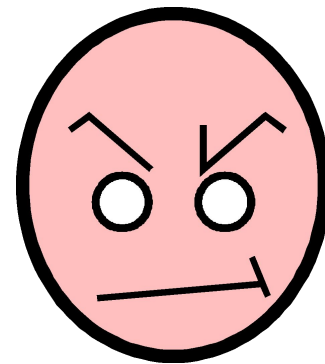
Условия установления контакта

1.

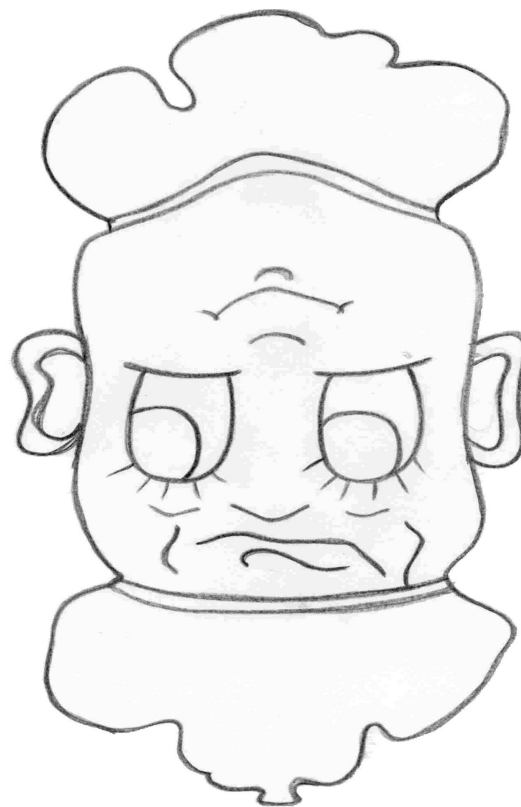
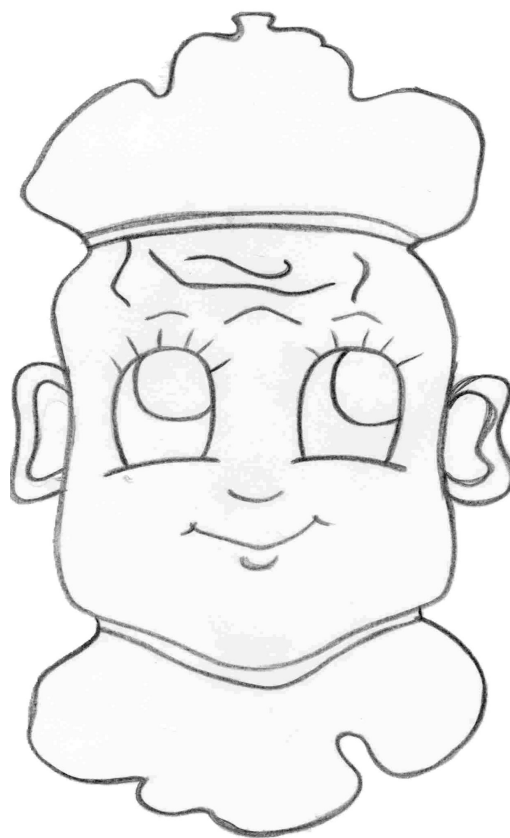
2.

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.

- «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?)

- 2.

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:

