

Приёмы ведения диалога с клиентом_**new**

Для сотрудников Контактного Центра

ПРИВЕТСТВИЕ

Цель: Клиент точно знает что попал в М.Видео и ему готовы помочь

- *Здравствуйте, Компания М.Видео меня зовут ...
Как могу к Вам обращаться?*
- *Очень приятно!/Приятно познакомиться!*
- *Приветствую Вас! Компания М.Видео меня зовут ...
... Как могу к Вам обращаться?*
- *Очень приятно!/Приятно познакомиться!*
- *Добро пожаловать в М.Видео меня зовут ... Как могу к Вам обращаться?*
- *Очень приятно!/Приятно познакомиться!*
- *Добрый день, компания М.Видео меня зовут ...
Как могу к Вам обращаться?*
- *Очень приятно!/Приятно познакомиться!*

ЗАВЕРШЕНИЕ

Цель: попрощаться с клиентом на позитивной ноте и ещё раз обратить внимание на то что клиент сделал покупку в М.Видео.

Формула = Имя + Счастливая фраза+ Фраза- Якорь

Счастливая фраза – эмоционально пожелание клиенту:

- *Приятного пользования*
- *Наслаждайтесь покупкой*
- *Скорейшего разрешения Вашего вопроса*
- *Хороших покупок*
- *Приятного вечера*
- *Отличная покупка*

Фраза – якорь:

- *Спасибо , что выбираете М,Видео.*
- *Спасибо, что делаете покупки в М,Видео.*

Приём «Дружелюбие в диалоге»

Общайся с клиентом так, как будто общаешься со своим **лучшим другом**

Цель – создать атмосферу диалога, в которой клиенту будет приятно и комфортно с тобой разговаривать. Вызвать доверие клиента. Подготовь почву для своих предложений!

1. Эмоциональная окраска разговора:

На протяжении всего разговора речь интонационно окрашена, доброжелательна, демонстрируется заинтересованность, приветливый тон, энергичный голос, отсутствие раздражения, монотонности

2. Улыбайся – ведь улыбка слышна на другом конце провода

3. «Я с Вами» – когда клиент рассказывает о неприятном опыте поддержки его, показав, что **нам не все равно!**

Цель - остановить зацикливание клиента на негативной эмоции, предоставить эмоциональный отклик + перевести на решение ситуации/озвучить готовность решить вопрос клиента

Формула = Фраза – поддержка + Призыв к решению

Приём «Комментируй всё*»

Цель – удерживать внимание клиента, заполнять паузы, поддержать диалог

Например:

- Сейчас я уточню информацию по этому телевизору. А пока данные загружаются, скажите, пожалуйста, чем он вас заинтересовал?
- Да, сейчас я узнаю информацию о ваших бонусных рублях. На что планировали потратить?
- Прямо сейчас я загружаю информацию по вашему заказу
- Ищу самую выгодную цену для вас

Важно!

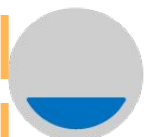
Проговаривай всё, что делаешь. Какие данные загружаешь, какие товары сравниваешь и так далее. Так **инициатива будет у тебя.**

/*
*
* Don't forget
* to comment
*
*/

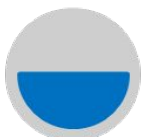
* Не стоит комментировать внутреннюю кухню (название используемого ПО)

Приём «Извинение»

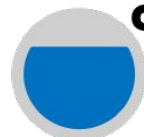
Цель – продемонстрировать клиенту, что мы готовы взять ответственность : случившиеся, показать уважение к чувствам клиента, тем самым снизить эмоциональный накал, перевести диалог в конструктивное русло.



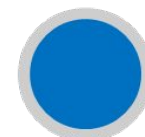
Приём
«Имя»



Извинение



Факт, за что
извиняемся



Приём
«Я с Вами»



Выкинуть из общения с клиентами:

- Чтобы решить проблему, ...
- Ваша проблема вызвана...
- Мы понимаем Вашу проблему...
- Предоставленные неудобства
- Доставленные неудобства
- Ваши неудобства



«Проблема» заменяется синонимами:
накладка , сбой, ошибка, трудность, сложность,
нейтральным «ситуация»

«Неудобства» конкретизируем, называем вещи своими именами.
Неудобство – когда неудобно физически:

- ✓ Клиенту приходится пользоваться полной версией сайта вместо привычного приложения– это неудобство
- ✓ Висит сайт, невозможно самостоятельно сделать заказ– это не неудобство, это неработающий сайт
- ✓ Курьер опоздал – это не неудобство, это опоздание курьера

Приём «Наведи мосты»

Цель: плавно перейти непосредственно к вопросу клиента, прокинуть «мост» от вопроса к решению.

Формула: «мост» + «вопрос/просьба»



Фраза - мост

- Я понял ваш вопрос, сейчас со всем разберёмся
- Конечно, это можно сделать за несколько минут
- Конечно, я помогу вам с этим



Вопрос/просьба

- Скажите, пожалуйста...
- Для этого я задам вам несколько вопросов, хорошо?
- Прошу вас...

Важно!

Дай клиенту время высказаться, не перебивай. Если что-то не услышишь, не стесняйся уточнить. Этот приём позволит тебе лучше устанавливать контакт с клиентом и увеличить продажи

Построй мост для клиента, чтоб он не упал в
ХОЛОДНУЮ ВОДУ!

Приём «ПРОВЕРЬ, ЧТО ВЫ ПОНЯЛИ ДРУГ ДРУГА»

Цель – дать ту информацию клиенту, которая ему действительно нужна, а НЕ твои домыслы. Прежде, чем ответить, проверь своё понимание сути вопроса клиента. Дай понять клиенту, что вы внимательны, интересуетесь его ситуацией. Проверь, что Клиент тебя понял.

✓ Проверь, **ЧТО** ты понял - получи развёрнутую информацию, проясни детали:

✓ Проверь, что ты **ПОНЯЛ** – убедись в правильности своего понимания

✓ Проверь, что вы с клиентом поняли **ДРУГ ДРУГА** – резюмируй договорённости

- Поясните, пожалуйста, следующий момент ...
- Что Вы имеете в виду, когда говорите ...
- Как?.. Когда?.. Для кого?.. Почему?..

- Вас интересует ... / Вы заинтересованы .../Иными словами, вас интересует.../ Таким образом, вас интересует...
- Для вас важно (главное, основное) .../Я понял, что для вас главное
- Вас заботит (смущает) .../Я вас правильно понял, что вас смущает ...
- Вы выбираете (ищите) ...

- Итак, в нашем заказе...
- Мы договорились с Вами о...
- Давайте я ещё раз проговорю к чему мы пришли...

Приём «ПЛАН Б»

Цель – **НЕ говорить** клиенту **«НЕТ»**, а **сразу предоставить ему возможные варианты** решения его вопроса. Предвосхищает вопрос клиента: «А что мне делать?»

**Не говори клиенту, чего он НЕ МОЖЕТ!
Скажи ему, что ОН МОЖЕТ!**

Запрос клиента: Хочу смартфон чёрный забрать сегодня в моём «любимом» магазине. В этом магазине нет черных, есть только синие, черные есть в ближайшем.

Говори, что есть, а НЕ то, чего нет:

В вашем «любимом» магазине эта модель есть только в синем цвете.



Предложи альтернативные варианты:

На чёрный можно оформить доставку на завтра. Или сегодня забрать из ближайшего к вам магазина в Кузьминках

Приём «Предлагай и поясняй ЗАЧЕМ»

Цель: сделать предложение клиенту и пояснить, ЗАЧЕМ ему стоит это купить или сделать

Предлагай, а не спрашивай:

- Предлагаю вам приобрести сертификат «Быстросервис» сроком на 2 или 3 года
- Рекомендую вам этот сетевой фильтр
- Очень удобно использовать этот товар вместе с...
- Да, эта модель есть в магазине N. Давайте прямо сейчас я зарезервирую её для вас!
- Сейчас цена на этот товар снижена, рекомендую вам оформить заказ прямо сейчас.



Поясни ЗАЧЕМ это ему:

- Это позволит вам не только увеличить срок заводской гарантии, но и существенно её расширить и обезопасить себя от любых возможных неприятностей с техникой
- В нём есть предохранитель, он защитит вашу технику от скачков напряжения, а также позволит подключать больше устройств.
- Так вы будете уверены, что он не закончится и сможете забрать его в удобное время
- и уже сегодня/завтра/через несколько дней вы сможете ей пользоваться

Не дай клиенту возможности сказать НЕТ!

Приём «ОТ КОНСУЛЬТАЦИИ К ПРОДАЖЕ»

Цель – перевести запрос клиента на **справочную информацию** в **оформление/резерв** товара. Помочь клиенту купить.

Клиент хочет:

- Узнать время работы магазина
- Узнать телефон магазина
- Узнать адрес магазина
- Узнать про акцию
- Узнать количество бонусных рублей на его карте
- Узнать, как он может применить скидочные средства



Оператор применяет приём:

- Да, сейчас посмотрю. А что хотите посмотреть в магазине?
- Что хотите узнать по телефону в магазине, я могу посмотреть информацию.
- Да, сейчас проверю адрес. А что хотите там посмотреть, я проверю наличие товара.
- Проверяю ваши бонусные рубли. На что планируете их применить?
- Проверяю условия акции, какой товар выбрали? Я сразу посмотрю его участие в акции.

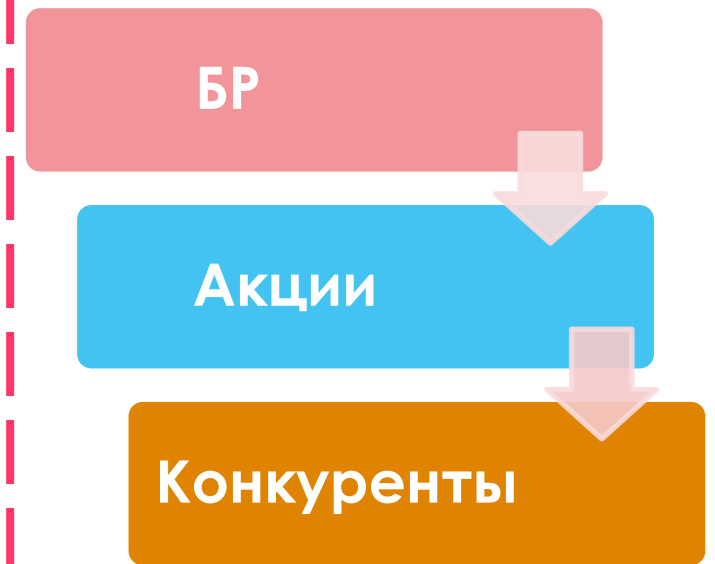
Первым делом – УЗНАЙ ТОВАР!

Приём «Лучшее предложение»

Цель: дать понять клиенту, что ты действительно всё проверил и предлагаешь ему самый выгодный вариант по цене

Например:

- Эта микроволновка участвует в акции, цена на неё снижена. Также вы получите купон на следующую покупку. Заинтересовало?
- Мы проверили цены среди наших конкурентов и нашли самое выгодное предложение. Оформляем?
- У вас есть персональное предложение на «товар».
- На вашем счету N бонусных рублей. Хотите их использовать прямо сейчас? Стоимость будет ...
- Покупая смартфон вместе с чехлом, стеклом и активацией, вы экономите N рублей и ваше время. Ваш телефон будет сразу готов к работе и защищён. Удобно, правда?
- Применю промокод «Просто»
- Лично от себя сделаю скидку
- Цена оправдана до каждой копейки
- Самое выгодное предложение на рынке



Приём «Отложенный звонок»

Цель – оформить/зарезервировать заказ, помочь клиенту определиться с выбором и оформлением заказа. В каких ситуациях?

1. Клиент просит время на подумать
2. Оборвался звонок
3. Клиент не может говорить

- *Иван, конечно, возьмите паузу на подумать и всё взвесить. Когда вам перезвонить, чтоб помочь оформить покупку?*
- *Да, конечно, решение требует время. Когда вам перезвонить, чтоб проверить наличие и сроки доставки?*
- *Иван, понимаю, что вам надо подумать. Скажите, когда перезвонить, чтоб ещё раз обсудить и оформить вашу покупку?*
- *Да, посмотрите модели на сайте М.Видео. Когда вам перезвонить, чтобы обсудить ваш выбор и проверить наличие и сроки доставки?*
- *Иван, это Татьяна из М.Видео, у нас оборвался звонок. Мы с вами остановились ...*
- *Да, конечно, понимаю, что вы спешите. Когда вам удобно перезвонить?*

Приём «Возражения ≠ «НЕТ»



Хотят сравнить предложение с другими



Озвучь преимущества и выгоды нашего предложения, возможные риски предложения конкурентов

Ограниченные финансовые возможности



Используй акции, персональные предложения, бонусные рубли, предложи альтернативу по более низкой цене

Почему клиенты возражают

Что с этим делать

Мимо потребности



Вернись на этап выявления потребностей, задай вопросы на прояснение ситуации клиента

Хотят посоветоваться с кем-то кто по мнению клиента является экспертом



Продемонстрируй свою экспертизу в знании товара, нюансах предложений конкурентов

Нет мотивации купить здесь и сейчас

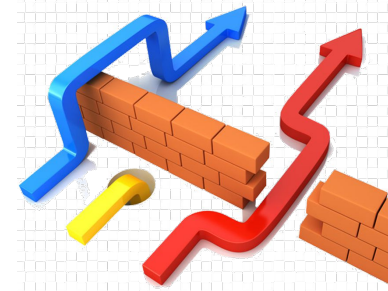


Создай искусственный «ажиотаж», срочность: цена изменится, товар закончится



Работа с возражением «Я ПОДУМАЮ»

Цель – продолжить диалог, удерживая инициативу в его ведении в своих руках.



Ситуации, в которых клиент говорит «Я ПОДУМАЮ»

На какой модели остановимся?



Оформляем?



1. Техника «Вопрос об актуальности + альтернатива»

«Имя клиента», Вы же собираетесь/для Вас актуальна покупка? Тогда давайте зарезервируем товар, у Вас будет время подумать/обсудить/сравнить, а товар Вас гарантировано дождётся

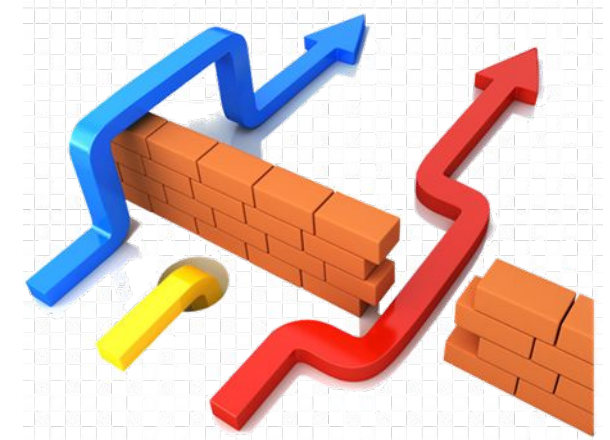
«Имя клиента», Вы же всё равно собираетесь/планируете покупку? Тогда давайте уже сейчас посчитаем/сравним/зарезервируем, чтобы ... *(выгода)*

4. Техника «Потерянное время»

«Имя клиента», можно и позже вернуться к этому вопросу, но, если честно, здесь есть некоторые риски. Смотрите ... (используем техники срочности: цена изменится, товар закончится и т.д.)

5. Техника «Такое чувство, что...»

Конечно, надо всё взвесить, только у меня такое чувство (ощущение), что Вас что-то смущает. Что мы можем изменить, улучшить, добавить?



Скрипты реагирования на возражение «МНЕ НИЧЕГО НЕ НАДО»

Ситуации, в которых клиент говорит: «Мне ничего не надо»
Предложен

ие ГР



Не вижу
связи с
моими
потребностями

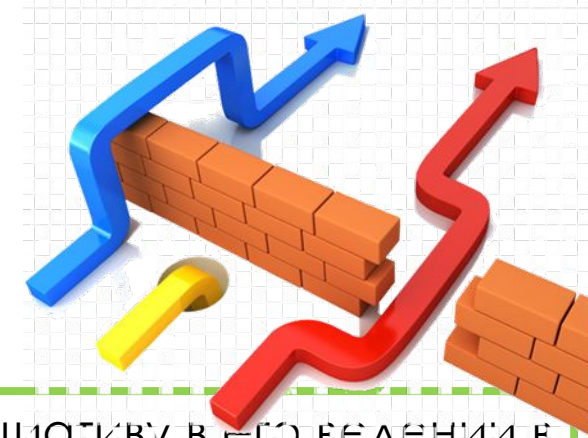
ми

Ограничен бюджет

Цель – продолжить диалог, удерживая инициативу в его ведении в своих руках.

1. Не нужно на данный момент или вообще?
2. А если я расскажу, как на этом можно сэкономить?
3. Если не секрет, почему считаете, что Вам это не подойдет?
4. Скажите пожалуйста, а в чем причина отказа?
5. Не нужно потому что уже есть или вообще этим не пользуетесь? (если ответ клиента, что вообще этим не пользуется, необходимо сделать второй заход)

Скрипты реагирования на возражение «Я хочу посмотреть сначала его в магазине»



Ситуации, в которых клиент говорит: «Мне ничего не надо»
Предложен
ие ГР



Не вижу
связи с
моими
потребностями
Ограничен бюджет

Цель – продолжить диалог, удерживая инициативу в его ведении в своих руках.

1. Не нужно на данный момент или вообще?
2. А если я расскажу, как на этом можно сэкономить?
3. Если не секрет, почему считаете, что Вам это не подойдет?
4. Скажите пожалуйста, а в чем причина отказа?
5. Не нужно потому что уже есть или вообще этим не пользуетесь? (если ответ клиента, что вообще этим не пользуется, необходимо сделать второй заход)

Приём «Вы достойны лучшего»



Цель увеличить сумму заказа за счёт продажи более дорого товара и/или услуги. Вместо выбранного продукта покупателю предлагается более функциональный или более качественный, то есть имеющий более высокую ценность и стоимость.

Ситуации:



Подбор товаров



Предложение

ВАЖНО:

Использовать, когда покупатель выбрал продукт и готов его приобрести. Предлагать товар/услугу точно отвечающие потребностям клиента. Предлагать товар/услугу на языке выгод с опорой на потребности клиента
Цена предложенного товара должна быть не более, чем на 25% выше первоначального варианта

- Также хочу предложить Вам ещё один вариант ..., который возможно понравится Вам даже больше;
- У нас в наличии ещё есть вот такая модель, по отзывам клиентов она себя окупает, даже не смотря на более высокую стоимость;
- Если Вам понравился этот вариант, то Вы будете в полном восторге от ...
- Я вижу вы выбираете самое лучшее , поэтому не могу не предложить Вам ...

Приём «КОНТРОЛЬ СВОИХ ПРОДАЖ»

Цель – увеличить оборот, напомнив клиенту про резерв. Ты уже отработал эту продажу, инвестировал в эту консультацию время и знания. Помочь клиенту принять решение и сделать покупку.



Проверь зарезервированные заказ. Если он не выкуплен, проверь изменения по цене. Позвони клиенту и напомни о покупке (3 дня)

Цена не изменилась

«Иван, ваш пылесос всё ещё ждёт вас в магазине... Когда планируете забирать?»

Цена повысилась

«Иван, у меня хорошая новость. Ваш пылесос всё ещё ждёт вас в магазине ... по цене ... Эти пылесосы подорожали и сейчас они уже стоят ... Когда планируете забирать?»

Цена понизилась

«Иван, у меня для вас хорошая новость. М, Видео снизил цену на ваш пылесос, теперь он стоит... Я пересчитала ваш заказ. Когда планируете забирать?»

Товара больше нет

«Иван, Вами был зарезервирован товар, время его резерва закончится **ТОГДА-ТО**. Хочу Вас предупредить, что товар заканчивается и в случае снятия резерва?»