

2. Как понять, что нужно клиенту?

Речевые модули:

- Для возрастной категории от 40-60 лет;
- Для женщин;
- Для мужчин;
- Для молодежи;
- Врачей;
- Косметологов;
- Спортсменов;
- Для работающих на производстве;
- Для домохозяек;
- Для пенсионеров;
- Для людей, которые ходят постоянно к врачам на прием и употребляют химические лекарства, не понимая о их вреде и не хотят слышать о пользе нашей продукции, хотя жалуются на свое здоровье;
- Скрипт для того, который получил информацию о продукте и сказал "нет".
- Для людей, которые когда-то подключались с сетевой компании, проходили обучение, пытались строить структуру, но по разным обстоятельствам отошли от сетевого и теперь хотели бы снова начать
- Для ИП, которые рассматривают расширение ассортимента

2. Как понять, что нужно клиенту?

Немного о возрасте

Возрастная категория от 20-30 лет:

- начали трудовую деятельность, амбициозны, хотят карьеру, «еще все впереди» (товар)
- Хотят семью или семья и дети уже есть (товар + бизнес)
- хотят пользоваться «модным» товаром (трендовые направления) (товар)

Возрастная категория от 30-40 лет:

- начинают задумываться о качестве жизни (товар+бизнес)
- хотят жить для себя, считают себя молодыми и полными сил (товар+бизнес)
- придерживаются ПП, ЗОЖ, хотят выглядеть хорошо (товар)

Возрастная категория от 40-60 лет:

- работают, пришли к выводу, что нужно заботиться о себе и своей семье самому (товар)
- устали работать на кого-то (бизнес)
- есть собственные ценности и не желают подстраиваться под требования работодателей (бизнес)
- рассматривают для себя альтернативные способы дохода: часть уходят в частный бизнес, часть не знают с чего начать и считают, что «наше время прошло» (бизнес+сотрудничество)
- есть разные заболевания и опыт взаимодействия с медициной (товар)
- рассматривают для себя способы нетрадиционной медицины (товар)

2. Как понять, что нужно клиенту?

Использование продукции

Знакомьтесь. Задавайте простые «человеческие» вопросы и больше слушайте. Пусть человек выскажется и начнет Вам доверять. Поддерживайте диалог. У собеседника должно сложиться впечатление, что он знает про Вас все!

Что за человек?

Какими товарами он пользуется?

Что ему нравится?

Что ему не нравится?

Какой результат от использования товарами он хочет достичь?

Только после установления доверительного контакта !!!!!!!

Предлагайте что-либо человеку, даже очень хорошее для него.

2. Как понять, что нужно клиенту?

Предложение бизнеса

Доволен ли человек своим бизнесом/работой?

Какие сложности в его бизнесе/ работе есть?

Что не нравится/ что нравится человеку?

Как Ваше предложение может сочетаться с бизнесом/работой собеседника?

Какую выгоду получит собеседник от вашего бизнес-предложения?

Не предполагайте, что Ваш кандидат сразу же бросит то, чем он занимается ради Вашего очень хорошего предложения! Человек, чем бы он ни занимался, уже вложил огромное количество сил и времени в свою деятельность!

2. Как понять, что нужно клиенту?

Шаг 1: Установление контакта

Речевые модули:

Для телефонного звонка клиенту (предложение бизнеса)

- Добрый день....., Это Майя, мы с тобой разговаривали/встречались/знакомы...
- Тебе удобно разговаривать?
- Помнишь, что ты говорил мне, что хотел бы дополнительно зарабатывать?
- Я узнала информацию про бизнес-возможность/про дополнительный заработок, разобралась в ней и она показалась мне очень привлекательной
- Поэтому звоню тебе. Нужно обязательно встретиться и я тебе все расскажу!
- Когда тебе удобно завтра или послезавтра?

Для телефонного звонка клиенту (предложение товара)

- Добрый день....., Это Майя, мы с тобой разговаривали/встречались/знакомы...
- Тебе удобно разговаривать?
- Во время нашего разговора, ты говорил, что.....
- Я нашла очень эффективное средство и вспомнила о тебе....

2. Как понять, что нужно клиенту?

Шаг 1: Установление контакта

Речевые модули:

Для телефонного звонка «холодному» клиенту с предложением бизнеса

- Добрый день....., Вам удобно разговаривать?
- Меня зовут Майя, Ваш номер телефона мне дал Петров Владимир. Помните его?
- Владимир характеризовал Вас какчеловека/рекомендовал Вас как человека.....**Именно поэтому я Вам звоню.**
- Владимир сказал, что Вы рассматриваете возможность дополнительного дохода. **Это так?**
- У меня есть отличная бизнес-возможность/я набираю людей в свою команду/у меня есть бизнес и мне как раз требуются такие люди как Вы.
- Я предлагаю нам встретиться, познакомиться и все обговорить на месте
- Вам удобно встретиться завтра или послезавтра?

2. Как понять, что нужно клиенту?

Шаг 1: Установление контакта

Речевые модули:

Для телефонного звонка эксперту, например, косметологу

- Добрый день....., Вам удобно разговаривать?
- Меня зовут Майя, Ваш номер телефона мне дал Петров Владимир/ я была у Вас на процедуре.
- Владимир характеризовал Вас какчеловека/рекомендовал Вас как человека...../ мне показалось, что Вы человек, который тщательно разбирается в профессиональных косметических средствах. Именно поэтому я Вам звоню.
- Я сотрудничаю с российской производственной компанией Реджувитал, у которой в линейке есть профессиональные косметические средства.../профессиональная косметика.
- Я хочу предложить Вам протестировать эти средства.
- В какое время я могу подъехать к Вам завтра или послезавтра?

2. Как понять, что нужно клиенту?

Шаг 1: Установление контакта

Речевые модули:

Для телефонного звонка ИП для расширения его ассортимента

- Добрый день....., Вам удобно разговаривать?
- Меня зовут Майя, Ваш номер телефона мне дал Петров Владимир/ я Ваш постоянный клиент.
- Владимир характеризовал Вас какчеловека/рекомендовал Вас как человека...../ мне показалось, что Вы человек, который тщательно разбирается в товарах для красоты и здоровья. Именно поэтому я Вам звоню.
- Я сотрудничаю с российской производственной компанией Реджувитал, у которой в линейке есть профессиональные косметические средства.../профессиональная косметика/отличные товары для красоты и здоровья, которые пользуются спросом у покупателей.
- Я хочу предложить Вам протестировать эти средства/принести Вам КП/расширить ассортимент Вашего магазина на очень выгодных условиях.
- В какое время я могу подъехать к Вам завтра или послезавтра?

2. Как понять, что нужно клиенту?

Шаг 1: Установление контакта

Речевые модули:

Для телефонного звонка бывшим сетевикам

- Добрый день....., Вам удобно разговаривать?
- Меня зовут Майя, Ваш номер телефона мне дал Петров Владимир/ мы с Вами знакомы.....
- Я знаю, что Вы работали в сетевой компании и достигли результатов. Именно поэтому я Вам звоню.
- Я сотрудничаю с российской производственной компанией Реджувитал. Именно с ней я развиваю свою сетевую организацию. (пояснить почему именно с этой компанией)
- У компании отличная продуктовая линейка и очень выгодный маркетинг.
- Хочу познакомить Вас с этой возможностью.
- В какое время мы можем встретиться завтра или послезавтра?

2. Как понять, что нужно клиенту?

Шаг 2: Выявление потребностей

Цели:

- Идентифицировать причину обращения клиента.
- При необходимости: помочь Клиенту в осознании ситуации, своих потребностей и приоритетов;
- Получить подтверждение правильности понимания слов клиента;
- Создать надежное основание для презентации решения Клиенту, определить необходимые действия.

2. Как понять, что нужно клиенту?

Типология вопросов

Цель задавания вопросов - выяснение недостающей информации от собеседника и определение его потребностей.

Типы вопросов	Что можно достичь с его помощью	Как его задавать
Открытый	<ul style="list-style-type: none">• <i>Овладеть инициативой в диалоге и удерживать ее</i>• <i>Получать максимум информации</i>• <i>Разговорить партнера</i>• <i>Убедить партнера</i>	С помощью вопросительного слова (что, где, когда, для чего, в связи с чем и т.д.).
Альтернативный	<ul style="list-style-type: none">• <i>Перевести беседу в новое русло</i>• <i>Добиться большей определенности</i>• <i>Предоставить выбор из заготовленных альтернатив</i>	С помощью перечисления разделительных союзов «или», «либо».
Закрытый	<ul style="list-style-type: none">• <i>Добиться определенности от партнера</i>• <i>Провести собственную гипотезу</i>• <i>Уточнить слова партнера</i>	С помощью вопросительной интонации (так, чтобы ответить можно было бы только «да» или «нет»)

2. Как понять, что нужно клиенту?

5 золотых вопросов от Алана Пиза

1. Какой Ваш главный приоритет? (зачем Вам бизнес Реджувитал)
2. Это Важно для Вас? (подтверждение)
3. Почему?
4. Что сделаете, если этого не будет в Вашей жизни?
5. Почему?

Вопросы нужно задавать только в этой последовательности.