

# Технология работы с клиентом



# В этом уроке

- Алгоритм работы с лидами типа «Лид по предзаписи»
- Демодоступ – как инструмент, который призван усилить переговорную позицию менеджера
- Технология первого звонка. Обзорная часть

# Сценарии алгоритмов работы с лидами по предзаписи

**Сценарий 1 – стандартный:** клиент выражает готовность вести переговоры, не высказывает сопротивлений и сомнений на этапах формирования лояльности и позже

**Сценарий 2:** когда клиент на этапе формирования лояльности проявляет сигналы неготовности и нежелания продолжать переговоры без просмотра и участия в марафоне

**Сценарий 3:** когда у клиента остались сомнения, состояние информационного «голода», даже после того, как менеджер первично отработал возражения клиента

# Алгоритм работы с лидами по предзаписи

## Сценарий 1 – стандартный

### 1 вариант — стандартный

- Установление контакта
- Формирование лояльности
- Выявление потребности клиента
- *Приглашение клиента на этап презентации – клиент проявляет сигналы интереса и готовности*
- Проводим этап ПРЕЗЕНТАЦИИ
- Презентуем формат обучения, программу обучения, ценность и стоимость обучения
- *Приглашаем к покупке*
- Работа с возражениями. *Успешно отрабатываем возражения: не остается сопротивления, и клиент дает сигнал готовности к покупке – закрываем клиента в продажу*

# Алгоритм работы с лидами по предзаписи

## Сценарий 1 – стандартный

Установление контакта → Формирование лояльности → Выявление потребности →

Приглашение клиента на этап презентации – *клиент проявляет сигналы интереса и готовности*

→

**Презентация** формата, программы, ценности и стоимости обучения → *Приглашаем к покупке*

→

**Работа с возражениями.** Успешно обрабатываем возражения: *не остается сопротивления, и клиент дает сигнал готовности к покупке* → **закрываем клиента в продажу**

## 2 вариант

- Установление контакта
- Формирование лояльности
- Выявление потребности клиента

- В случае, когда после этапа формирования лояльности клиент говорит: «Ну, да, интерес есть, поэтому хочу еще марафон посмотреть» потому что...
- *Понять хочу, мое или не мое, убедиться, что смогу делать проекты (= «хочу знать, что это несложно»)....*
- *Присматриваюсь еще к вашей школе... (= «сравниваю вот по цене, выбираю спикера, собираю информацию, а то вот знаете сейчас так много предложений и даже мошенники попадаются...»)*
- **В случае получения от клиента такого рода сигналов – ставим продажу на «СТОП»**

# Алгоритм работы с лидами по предзаписи

## Сценарий 2

Установление контакта → Формирование лояльности →

**Выявление потребности:** сопротивление на этом этапе, например, клиент говорит:

«Ну, да, интерес есть, поэтому хочу еще марафон посмотреть, потому что...»

«Понять хочу, мое или не мое, убедиться, что смогу делать проекты (= «хочу знать, что это несложно»)...»

«Присматриваюсь еще к вашей школе... Сравниваю вот по цене, выбираю спикера, собираю информацию, а то вот знаете сейчас так много предложений и даже мошенники попадаются...»

**В случае получения от клиента такого рода сигналов – ставим продажу на «стоп»**

# Сценарий 2

## Алгоритм действий менеджера

1. Уточни, какую именно информацию клиент желает получить в рамках «просмотра марафона»
2. Пригласи клиента посмотреть марафон сегодня. Убедись, что у него есть доступ и открываются ссылки, или пришли повторно ссылку и вновь убедись, что она активна)
3. Уточни преимущества просмотра марафона
4. Напомни клиенту о том, что после каждого дня просмотра марафона и выполнения домашнего задания есть бонусы для участников. *Это позволит тебе усилить коммуникацию с клиентом*
5. Договорись на следующий звонок с клиентом: обозначь цель и выгоду от этого звонка для клиента.  
Перерыв между коммуникациями должен быть не более 24 часов.

**Бонусы по марафону:** [вся информация тут](#)

# Бонусы по марафону:

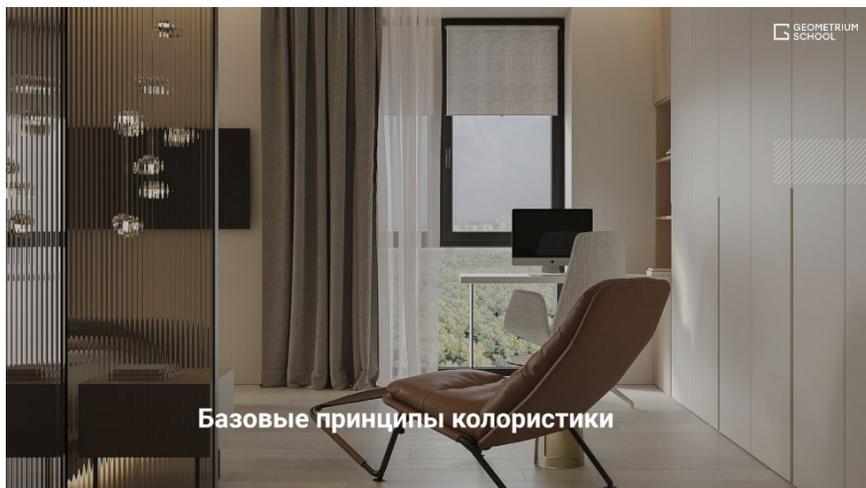
- После 1 дня (доступен 4 дня):
  - Ссылка на тренинг с бонусами  
<https://edu.geometrium-school.com/pl/teach/control/lesson/view?id=252518636&editMode=0>
  - 
  - Урок "История, стили и тренды дизайна интерьеров" + Профессии в сфере организации пространства для жизни  
<https://drive.google.com/file/d/1LGW42mZI7WMzIzESnewbMdIK2knWRJPQ/view?usp=sharing>
  - 
  - Ссылка на шаблон-презентацию для выполнения ДЗ  
<https://docs.google.com/presentation/d/11xd-oldb67E8A6u9E0bKEtyO6SAMvR4w/edit?usp=sharing&oid=102588026797052562437&rtpof=true&sd=true>
- После 2 дня (доступен 4 дня):
  - Ссылка на тренинг с бонусами  
<https://edu.geometrium-school.com/pl/teach/control/lesson/view?id=252518683&editMode=0>
  - 
  - Даём доступ к уроку по планировке кухни (из мини-курса по кухням) + Планировочное решение и итоговые документы  
<https://drive.google.com/file/d/1y2cNlluD65kCwnlWqER9PAqybqK9SZVQ/view?usp=sharing> + Базовые принципы планировочных решений  
<https://drive.google.com/file/d/1JlBaGpHvBxkEaZFe8G2528vgIseXYCfw/view?usp=sharing>
  - 
  - Ссылка на шаблон-презентацию для выполнения ДЗ:  
[https://docs.google.com/presentation/d/1IXuPJFXpunIM5vK6AipnQTaLLV\\_t6mYi/edit?usp=sharing&oid=102588026797052562437&rtpof=true&sd=true](https://docs.google.com/presentation/d/1IXuPJFXpunIM5vK6AipnQTaLLV_t6mYi/edit?usp=sharing&oid=102588026797052562437&rtpof=true&sd=true)



# Бонусы по марафону:

- После 3 дня (доступен 4 дня):
  - Ссылка на тренинг с бонусами  
<https://edu.geometrium-school.com/pl/teach/control/lesson/view?id=252523401&editMode=0>
  - Даём видео по цветовым сочетаниям из БК + Базовые принципы колористики  
<https://drive.google.com/file/d/1CWRWQzmlcpiL5fqBn-nKQAttp-bxTBoL/view?usp=sharing>
  - 
  - Ссылка на шаблон-презентацию для выполнения ДЗ:  
[https://docs.google.com/presentation/d/1AsPO\\_WYLZx3pz7h2Bmb59-Ma6bDWaoBi/edit?usp=sharing&oid=102588026797052562437&rtopof=true&sd=true](https://docs.google.com/presentation/d/1AsPO_WYLZx3pz7h2Bmb59-Ma6bDWaoBi/edit?usp=sharing&oid=102588026797052562437&rtopof=true&sd=true)
- После 4 дня (доступен 4 дня)
  - Ссылка на тренинг с бонусами  
<https://edu.geometrium-school.com/teach/control/stream/view/id/628535710>
  - - Базовый SMM для дизайнера интерьера  
[https://drive.google.com/file/d/1SUIW0XTEXWatF-ZxUw1u8ObNBSgz\\_rYn/view](https://drive.google.com/file/d/1SUIW0XTEXWatF-ZxUw1u8ObNBSgz_rYn/view)
  - - документ "Портфолио, клиенты и нетворкинг"  
<https://docs.google.com/document/d/1REa8iFAY8pWyr1v6k7C6-u0bl9Ahpqdfk5Y-Shqfto/edit>
  -

# Бонусный урок «Базовые принципы колористики»



## Проверенные цветовые сочетания в интерьерах

GEOMETRIUM SCHOOL

Среди серо-коричневых тонов, мягкий рыжий оттенок словно освещает всю палитру, наделяя ее приятной солнечной теплотой

Подобная гамма, включающая бежево-серые цвета, коричневый и черный, станет отличной основой для любого интерьера



## Базовые принципы колористики

GEOMETRIUM SCHOOL

### Комплиментарные цвета

За основу палитры выбираются два цвета, расположенные на противоположных сторонах круга



# 3 вариант

- Установление контакта
- Формирование лояльности.
- Выявление потребности клиента.
- *Приглашение клиента на этап презентации – клиент проявляет сигналы интереса и готовности*
- Проводим этап ПРЕЗЕНТАЦИИ
- Презентуем формат обучения, программу обучения, стоимость обучения.
- ***Приглашаем к покупке***
- Работа с возражениями.
- ***В случае, если после отработки возражения по алгоритму у клиента сохраняются сомнения в формате:*** ну, мне все же надо посмотреть еще марафон, давайте вот я посмотрю\послушаю и потом дам ответ...
- **В случае получения от клиента такого рода сигналов – ставим продажу на «стоп»**

# 3 вариант

- Алгоритм действий менеджера
  - 1. Уточни, какую именно информацию желает получить в рамках «просмотра марафона» клиент?
  - 2. Пригласи клиента посмотреть марафон сегодня: убедись, что у него есть доступ (открываются ссылки или пришли повторно ссылку и, вновь убедись, что она активна)
  - 3. Уточни преимущества просмотра марафона.
  - 4. Напомни клиенту о том, что после каждого дня просмотра марафона и выполнения домашнего задания есть бонусы для участников - *это позволит тебе усилить коммуникацию с клиентом*
  - 5. Договорись на следующий звонок с клиентом: обозначь цель и выгоду для клиента от звонка. Перерыв между коммуникациями должен быть не более 24 часов.
- \* рекомендация:
  - Если у клиента были «сомнения\вопросы» по содержанию уроков, формату обучения, сомнения из категории «сложно это для меня или нет» - дополнительно рекомендую в качестве аргумента в работе с данными сомнениями\сопротивлениями использовать ДЕМОДОСТУП
  - Выдай его в соответствии с рекомендациями
  - <https://docs.google.com/presentation/d/1my66dfON0COW7VBV7D0pB5meBKIK7hTp/edit#slide=id.p1>



# **Демодоступ – это инструмент, который призван усиливать переговорную позицию менеджера**

- К нему точно должен быть инструктаж:
- Каким образом с ним работать нашему потенциальному покупателю.
- Даем его в качестве «домашнего задания».

# Инструктаж:

- Имя клиента, демо-доступ Вам отправлен, можете уже проверить в своей почте, если не нашли в папке «входящие», посмотрите, пожалуйста, папки «рассылки» и «спам», «промоакции».
- Имя клиента, давайте договоримся, что Вы найдете возможность посмотреть каждый из уроков демо-доступа.
- Обратите внимание, что в демо-доступе Вам будут доступны уроки по следующим темам....
- Уточните, пожалуйста, в какое время будет удобно мне Вам набрать?

# Цель, которую должен выполнить ДД

- 1. Узнали наполнение уроков, объем информации
- 2. Познакомились с педагогами
- 3. Познакомились с форматом и длительностью уроков
- 4. **Убедил клиента в том, что учиться стоит только в Geometrium School**

# **Когда совершаем звонок после выдачи ДД нам важно понять:**

- 1. Открыл ли доступ клиент?  
Смотрел ли он в действительности уроки?
- 2. В чем он увидел пользу от просмотра данных уроков?
- 3. Какие преимущества нашей программы он для себя определил?

# Вопросы на получение ом от клиента после выдачи ДД

- 1. Какое количество уроков Вам удалось посмотреть?
- 2. Какой из уроков Вам показался наиболее интересным?
- 3. Насколько комфортна Вам такая длительность уроков?
- 4. Возникали ли у Вас какие либо сложности в работе с нашей учебной платформой?
- 4. Какие вопросы Вы бы хотели задать кураторам\преподавателям нашей школы после просмотра данных уроков?



# Польза полученной информации для менеджера :



- 1. Узнаем о страхах, сопротивлениях клиента
- 2. Можем заранее профилактировать возражения (сложно учиться, может в другой школе «лучше»)
- 3. Можем таким образом более детально уточнить потребности клиента и сделать мягкий переход к этапу предложения



Елена Зверева:

Елена вот ссылка на нашу платформу еще раз:  
<https://edu.geometrium-school.com/>

Заходите под логином (ваша почта) пароль тот, что придумывали недавно)

Уроки сразу порекомендую к просмотру -

"Начало работы над обмерным планом и планом инженерных сетей" - тут говорим про чертежи - все доступно и знакомит с тем как произвести обмерный план.

"Инструменты работы на плоскости"

Тут рассказывается о работе в программе SketchUp - уже вторая ступень обучения. Вы уже овладеете базовыми навыками и вам будет все понятнее чем сейчас)

Скрыть текст

Комментарий 11:36



Елена Зверева:

Главное обратите внимание, что есть видео, есть пояснения текстом, дополнительно презентации, плюс все вопросы можно задавать вашему куратору) /



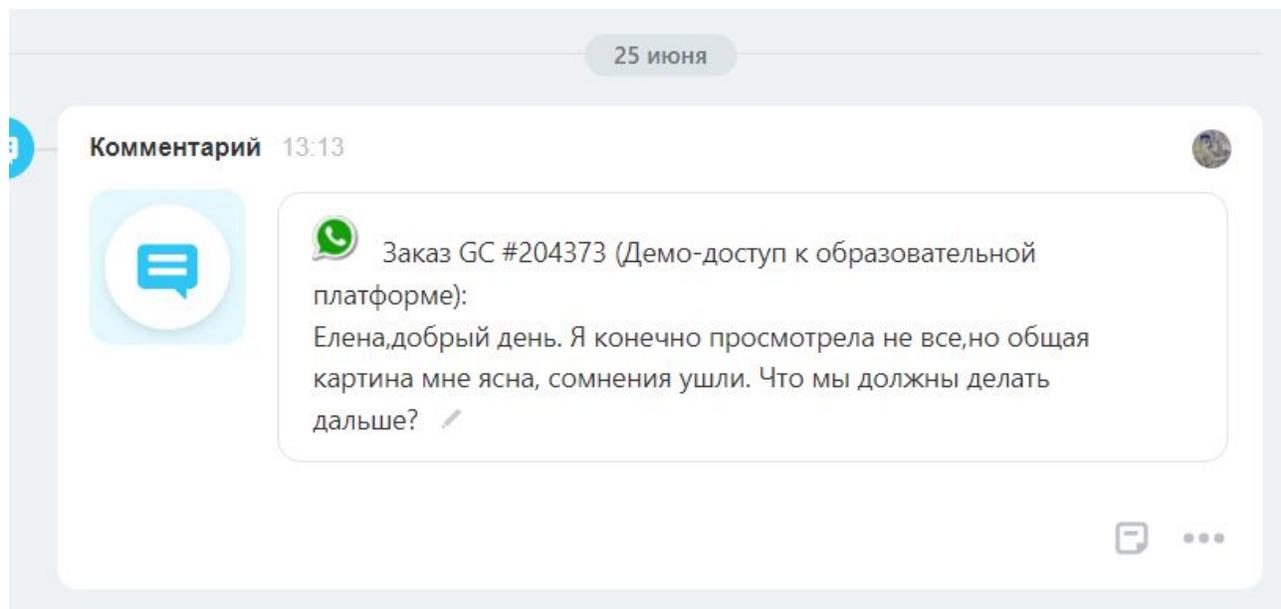
Комментарий 11:35



Елена Зверева:

Елена, сразу предупрежу, что это не последовательные уроки, а из разных модулей и ступеней обучения) /

# Ура!!



# Технология первого звонка



# Установление контакта

- ИМЯ КЛИЕНТА, добрый день!  
Меня зовут ИМЯ, специалист онлайн школы Геометриум.
- Я буквально на несколько минут звоню, по двум поводам. Первый повод: познакомиться с Вами, а второй - уточнить что полезного и интересного Вы узнали в рамках марафона, а также уточнить : чем можем быть полезны еще?
- Я правильно понимаю, что у Вас есть несколько минут?



# Формирование Лояльности



- Определяет уровень информированности клиента о компании открытым вопросом.- "Подскажите, пожалуйста, Вы слышали о нашей онлайн школе что либо до марафона?"
- Важное о школе:
  - нашей школе 5 лет (07.07.2018 г.с.), и она функционирует при студии Geometrium, в этом году студии исполнилось 10 лет
  - специалисты и преподаватели в нашей школе, в первую очередь, практикующие дизайнеры
  - формат обучения наших студентов : 80% практика, а 20% теория
  - студия (то есть производственная база школы) создает интерьеры мечты с 2013 года по всему миру
  - более 300+успешно реализованных проектов • Победители международной премии London Property Awards
- **Клиент дает позитивную обратную связь по полученной информации.**

# Этап выявления потребности

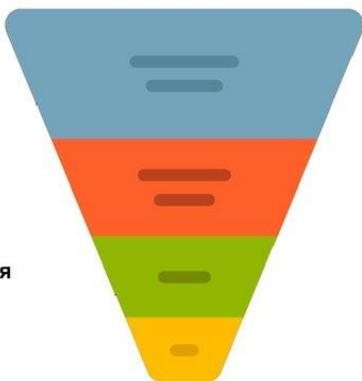
## Выявление потребностей

Открытые вопросы

Уточняйте

Зарытые вопросы для получения согласия

Взаимопонимание



Слушай и запоминай



# Этап предложения

## Формат обучения

- Отлично, давайте расскажу про формат нашего обучения
- материал выстраивается от простого к сложному, мы с вами пошагово и постепенно погружаемся в изучение программ
- напомню, что соотношение: 20% теории и 80% практики на обучении
- теория в формате записанных видео
- вы занимаетесь в любое комфортное время для себя
- после каждого урока у вас будет домашние задание
- домашнюю работу вы сдаете на проверку преподавателю, он ее проверяет и дает обратную связь по правильности выполнения
- Вы можете проходить обучение экстерном- если вам удобно, можете сразу изучить несколько тем.
- Вам будет доступен телеграмм-чат, где находятся студенты Вашего потока и преподаватель, который поможет вам в случае возникновения вопросов.
- каждую неделю будет проходить встреча с преподавателем с разбором домашних заданий, на которой присутствуют студенты потока.

Запрос обратной связи у клиента



# Этап предложения



- **Обязательно используем алгоритм презентации продукта: Свойства, преимущества, выгоды.**
- • Свойства описывают факты, данные, характеристики продукта. • Преимущества показывают, как образовательная программа работает, как данная услуга может использоваться клиентом или помочь ему.
- • Выгоды показывают, получение нашей образовательной услуги удовлетворят явные потребности, высказанные клиентом.
- **После того, как мы перечислили свойства и преимущества нашей программы обучения, используем форму «упаковки выгоды»:**
- • Имя клиента, таким образом Вы можете зарабатывать на проектах после получения новой специальности от 80 тысяч рублей, Вы же именно на такой уровень дохода планировали «выйти»? • Имя клиента, освоив успешно программу дизайнера- визуализатора Вы сумеет не только сэкономить семейный бюджет (заранее считаем сумму экономии в валюте) не обращаясь за данной услугой к стороннему дизайнеру, а еще создать максимально уютное и функциональное пространство у себя дома, Вы же именно этого хотели? • Имя клиента, выбрав нашу школу для получения новой профессии, Вы сможете осуществить свою мечту работать без отрыва от деток, после выхода из декретного отпуска и трудиться в формате фриланс- сам себе начальник, я правильно понимаю, именно такая цель у Вас сейчас?
- **Клиент подтверждает соответствие предложения потребности.**

# Этап предложения

## Презентация стоимости

- Называем продолжительность программы по определенной степени обучения и ее полную стоимость.
- Запрашиваем обратную связь у клиента по предложению: Готовы ли начать обучение с такого-то числа? (приглашение к сотрудничеству)
- В случае согласия – отправляем ссылку на оплату или вручную вносим оплату в заказ.
- В случае возражения клиента работаем по алгоритму «Работа с возражением»



# Работа с возражениями



- **Алгоритм работы с любым возражением:**
- Выявляет единственность/истинность возражения.
- Присоединяется к клиенту (высказывание понимания).
- Выявляет суть возражения (что клиент имеет в виду) с помощью уточняющих вопросов.
- Применяет аргумент, связанный с возражением.
- Запрашивает обратную связь по снятию сомнений/возражения.

**Результат:** • 1. Менеджер выяснил суть возражений клиента (При их наличии). • 2. Истинные возражения отработаны, клиент подтверждает, что у него нет больше возражений.

# Завершение

- Распознает сигналы готовности к покупке и использует их для завершения презентации.
- Применяет подходящую технику завершения.
- Обобщает итоги — перечисляет клиенту достигнутые за контакт договоренности.
- Призыв к оплате курса:
- 100% предоплата;
- Оформление рассрочки в звонке.
- Информировует клиента о целях, дате и времени следующего контакта.

# Отчетность/анализ

- Своевременно и достоверно заносит данные в CRM в соответствии со стандартом работы с CRM:
- 1) после звонка заносит в CRM результаты и ставит цели по SMART на очередной контакт с данным клиентом;
- 2) закрывает совершенные действия в CRM, создает новое действие/закрывает работу.

