



Техника активного слушания

Техника активного слушания

1. Выяснение

Клиент: Мне бы хотелось побольше узнать о вас.

Вы: Позвольте у вас спросить, какая область вас больше интересует?

Клиент : Мне не нравится поисковое продвижение.

Вы: Скажите, пожалуйста, что вы имеете в виду?

Клиент заявляет, что ему "не нравится поисковое продвижение". Он, может быть, недоволен из-за негативного прошлого опыта, а вы ему про сравнение с контекстом. Дескать ПП лучше, конвертация выше и т. д. Но зачем вам говорить про сравнение этих продуктов. Клиент-то говорит вам о другом. В результате он или поймет, что вы его не понимаете, и скажет ненавистное "Я подумаю", либо и впрямь задумается о контексте. Так пеняйте на себя — сами заставили его сосредоточиться на другом виде рекламы. А вот узнав, что ему не нравится из-за того, что он боится потерять деньги, и понимая, что о контексте он и не говорит, а значит, приемлет только ПП, вы можете сосредоточиться на рассказе о качестве работ и прочем.

Техника активного слушания

2. Дословное повторение

Иногда полезно повторить то, что сказал клиент. Причем повторить дословно, слово в слово. Для чего? Для того, чтобы:

- вы грамотно заполнили паузу; паузы в реальности нет, она заполнена повторением, во время которого у вас есть несколько секунд сосредоточиться на словах клиента и решить, какой ответ будет оптимальным;
- вы вжились в картину мира клиента — зачем это делать, мы уже говорили, но повторю для непонятливых или для тех, кто начал чтение именно с этой строки: для того, чтобы лучше понять потребность собеседника и обеспечить его дополнительное доверие;
- вы предоставили возможность клиенту услышать себя со стороны; а знаете, бывает, скажешь что-нибудь, кто-то повторит, а ты понимаешь, что сморозил глупость. Но никто тебе не говорит, что это глупость. Тебе просто повторяют. Очень корректно.

Техника активного слушания

3. Пересказ слов партнера своими словами, перефразирование (перифраз).

Перефразирование не ставит вопрос столь остро, как это делает дословный пересказ. В определенных случаях имеет смысл подвести некоторый промежуточный итог высказыванию клиента, обобщить его же мысль.

Пример: Клиент: Вы знаете, я разговаривал со многими компаниями вашего уровня. Практически все они говорили одинаково сладко, но, когда дело доходило до работы, вряд ли кто-то исполнял свои обязательства. Все без исключения работают плохо: то позиций нет, то алгоритмы новые, то хостинг сломался.

Вы: *Правильно ли я вас понимаю, что вы работали с большим количеством SEO компаний и всегда оставались недовольны то тем, то этим (перифраз)?*

Клиент: Да, я про то вам и говорю, поэтому не представляю, как вас проверить, выполняете ли вы то, что обещаете.

Вы: А каким бы доводам вы поверили в первую очередь, что бы вас убедило?

Клиент: Ну, даже не знаю — если бы я понимал за что плачу.

Вы: Прекрасно понимаю на сколько это важно для вас. Каждым этапом работы занимается профессиональный сотрудник...

Техника активного слушания

4. Интерпретация слов клиента

Итак, интерпретация — это когда вы делаете некоторые выводы.

Пример: Клиент: У меня сейчас нет времени.

Вы: Верно ли я понял, что мне необходимо вам перезвонить в более удобное для вас время?

Более крутая интерпретация.

К.: У меня сейчас нет времени.

Вы: Правильно ли я вас понимаю, что вам интересно продвижение сайта, но нет времени на обсуждение?

Еще более крутая интерпретация.

К.: У меня сейчас нет времени.

Вы: Правильно ли я понял, что вы хотели бы обсудить этот вопрос, да просто нет времени?

Ну очень крутая интерпретация.

К.: У меня сейчас нет времени.

Вы: Правильно ли я вас понимаю, что вы хотели бы обсудить возможность продвижения сайта, только хотите выбрать для этого оптимальное время?

Техника активного слушания

Интерпретация, выгодная для вас, — интерпретация в положительном для вас смысле, то есть с позитивным для продавца выводом.

Пример: Клиент: Мне не нравится эффективность ПП.

Вы: Правильно ли я вас понимаю, что вы заинтересованы в более эффективных видах рекламы?

К.: Конечно.

Вы: По оценкам журнала «Форбс», ПП является самым эффективным видом интернет маркетинга. Согласитесь, возможно такое, что компания, которая занималась продвижением вашего сайта на повышение эффективности тратила мало времени?

К.: Возможно.

А теперь все, что вам осталось, — продемонстрировать высококачественный сервис нашей компании, и сделка завершена!!!

Никогда так не делайте!

Клиент: Мне не нравится ПП.

Продавец: Правильно ли я вас понимаю, что вы не желаете с нами сотрудничать?

К.: А зачем мне работать с вами? Не буду.

Техника активного слушания

5. О пользе оборота «правильно ли я вас понял».

Когда мы говорим слова: «Так вы говорите...», мы приписываем этому человеку его слова, а если он не прав?? Таким образом, фразой «Так вы говорите...» и ей подобными, мы можем загнать собеседника в ситуацию, где он почувствует себя болваном. И даже если мы в противовес его возражениям, успешно докажем преимущества товара, мы сделаем так, что человек почувствует себя не правым. А нам это не выгодно. Оборот "правильно ли я вас понял" разворачивает разговор от клиента к продавцу. Ну а если вы поняли в действительности правильно, то будьте спокойны, в этом случае клиент все припишет себе сам, ему будет приятно осознавать, что говорит он так, что остальные его понимают.

Какие есть аналоги выражения "правильно ли я вас понял"?

-«Если я правильно понял... то...». В этом случае предложение из вопросительного становится утвердительным. Применять ли утверждение или вопрос — решать вам.

-«Я так понимаю...»