

на замеры

# ПРОДАЖИ ЧЕРЕЗ ДИАГНОСТИКУ

*По всей презентации:*

*Собеседник поменять на Клиент*

*Фон убрать – сделать белым. Или  
заменить на фото балкона (также с  
большой прозрачностью)*



хорошие-балконы.  
рф

# САМЫЙ КОРОТКИЙ ПУТЬ К ДЕНЬГАМ

ДОНЕСТИ ЦЕННОСТИ  
СВОЕГО ПРОДУКТА

Через боли  
клиента

ПРЕЗЕНТОВАТЬ СЕБЯ



ВЫЯВИТЬ  
боли



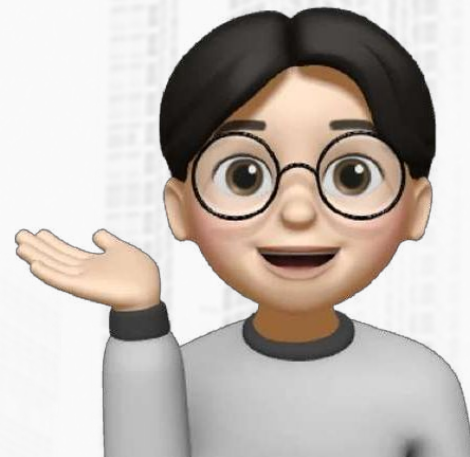
# СЦЕНАРИЙ ДИАГНОСТИКИ

- УСТАНОВКА КОНТАКТА
- ВЫЯВЛЕНИЕ ЗАПРОСА
- Т.Б
- Т.А
- ВЫЯВЛЕНИЕ БОЛИ
- ПЛАН РЕШЕНИЯ
- ПРЕДЛОЖЕНИЕ
- ОБРАБОТКА ВОЗРАЖЕНИЙ
- ПРОДАЖА

# УСТАНОВКА КОНТАКТА

В ДАННОМ ПУНКТЕ, МЫ УСТАНАВЛИВАЕМ КОНТАКТ С НАШИМ СОБЕСЕДНИКОМ И СНИМАЕМ НАПРЯЖЕНИЕ СТОРОН, ЧЕРЕЗ ТЕМБР И СКОРОСТЬ, СХОЖУЮ С СОБЕСЕДНИКОМ.

ВАЖНО! УЛЫБАТЬСЯ И БЫТЬ ДОБРОЖЕЛАТЕЛЬНЫМ!



*Важно: Замерщик приходит ровно ко времени за 5-10 мин, выглядит опрятно, пахнет от него хорошо, в фирменной одежде с логотипом, с бахилами и необходимым инвентарем для замеров и просчетов*

# ВЫЯВЛЕНИЕ ЗАПРОСА

**ЭТО ОЧЕНЬ ВАЖНЫЙ ПУНКТ!** ПОТОМУ ЧТО ИЗ ОТВЕТА В НЕМ, ВЫ БУДЕТЕ ПРОСТРАИВАТЬ ПОСЛЕДУЮЩЕЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ С СОБЕСЕДНИКОМ. ВАМ НЕОБХОДИМО ПОНЯТЬ, ЧЕГО ХОЧЕТ ОТ ВАС ЧЕЛОВЕК И С КАКИМ ОТВЕТОМ ИЛИ РЕШЕНИЕМ ОН ХОЧЕТ УЙТИ ПОСЛЕ ВАС

получить клиент от ремонта балкона

~~КАКОЙ У ВАС ОСНОВНОЙ ЗАПРОС НА ДИАГНОСТИКУ?~~

~~КАКОЙ МОМЕНТ ХОТЕЛИ БЫ ПРОРАБОТАТЬ ВМЕСТЕ СО МНОЙ?»~~

Записывать ответы=боли, ключевые слова клиента в опросный

ЛИСТ

~~ЕСЛИ ЧЕЛОВЕК НЕ ЗНАЕТ — СТАРАЕМСЯ ЕМУ ПОМОЧЬ НАЙТИ ЗАПРОС.~~

ЗАДАВАЯ НАВОДЯЩИЕ ВОПРОСЫ:

точнее сказать все свои

пожелания  
“А ЧТО ЕЩЕ ВАЖНО?” Важно, чтобы в шкаф на балконе помещалась елка...

“А ЧТО ЕЩЕ БЕСПОКОИТ?” Шум, свет, холод, сквозняки, отсутствие свежего воздуха, света, есть влажность, протекает...

сейчас не устраивает?»  
«А что еще хотели бы изменить на балконе?»

# Т.Б или К ЧЕМУ ХОТИТЕ ПРИЙТИ?

После озвученного запроса, нам необходимо узнать, а к какой финальной цели хочет прийти человек и что он видит в точке Б?

~~“А к чему хотите прийти, если получите ответ или план на данный запрос?”~~

~~“Какой результат хотите получить через 3-6 месяцев?”~~

Это могут быть:

Используемые материалы  
(глянец, матовый), цвета

Перечень мебели

Свет

Расширение комнаты

Чистота, порядок

...



Записывать ответы, ключевые слова клиента в опросный лист

# Т.А или ЧТО ЕСТЬ СЕЙЧАС?

После того, как мы узнали к чему хочет прийти человек, нам важно ~~понимать, что у него есть сейчас и с чем он к вам пришел.~~

Описать ему его точку А – где он находится сейчас

~~Другими словами мы узнаем его стартовые возможности и куда он целится на пути к своей цели.~~

~~“А что у вас уже есть сейчас?”~~

~~“А что уже пробовали?”~~

Описать его балкон с точки зрения недостатков (РЕАЛЬНЫХ, не выдуманных), которые есть сейчас:

- Минусы остекления,
- Минусы эргономики пространства,
- Минусы материалов (возможно, есть вредные)

Суть в том, чтобы подвести его к тому, чтобы он не хотел больше находиться в т.А

# ВЫЯВЛЕНИЕ БОЛИ

После данного пункта, человек начнет рассказывать все, что он хотел бы получить от вас

**- ЭТО ЕГО БОЛЬ!**

И ее важно помочь закрыть человеку, которые пришел к вам на диагностику, через наставничество или консультацию.



# Презентация компании Хорошие балконы

## ВАЖНО РАССКАЗАТЬ О СЕБЕ И ЭКСПЕРТНОСТИ

(НАЗВАТЬ 1-3 ОСНОВНЫХ ФАКТА, КОТОРЫЕ ПОКАЗЫВАЮТ ВАШУ КОМПЕТЕНЦИЮ В ДАННОМ НАПРАВЛЕНИЕ)

### НАПРИМЕР:

- Привести примеры подобных работ, показать фото. Привести какие-то цифры по монтажам в неделю
- Рассказать про виды работ, которые проводит компания – от покраски стен до пром.альпинизма

Подтвердить правильность выбора клиента – нужно работать со специалистами по балконам, а не просто с ремонтниками или оконщиками

Объяснить, что балкон – это помещение с большим перепадом температур и что здесь нужно применять совсем другие материалы, чем во внутренних помещениях

Сказать, что у нас несколько объектов постоянно в работе и запись на новый объект нужно делать заранее. Так как все бригады всегда заняты

# ПЛАН РЕШЕНИЯ

К данному этапу, Вы уже понимаете, чем можете помочь человеку, т.к. вы получили его основной запрос и боли, которые он хотел бы проработать.

**И теперь важно перейти к следующему этапу - ПРЕДПРОДАЖА.** Но будем мы его проходить, через построение пошагового плана решения боли будущего клиента

## Даем план:

**1-2-3** Делаем раз, два, три – рассказать об основных этапах и сроках

Показать основные материалы, их отличия и цены

Использовать метод трех коробочек

# ПЛАН РЕШЕНИЯ

Далее рассказываете человеку детально, как можно закрыть его боль, ~~через триггеры вашего продукта~~

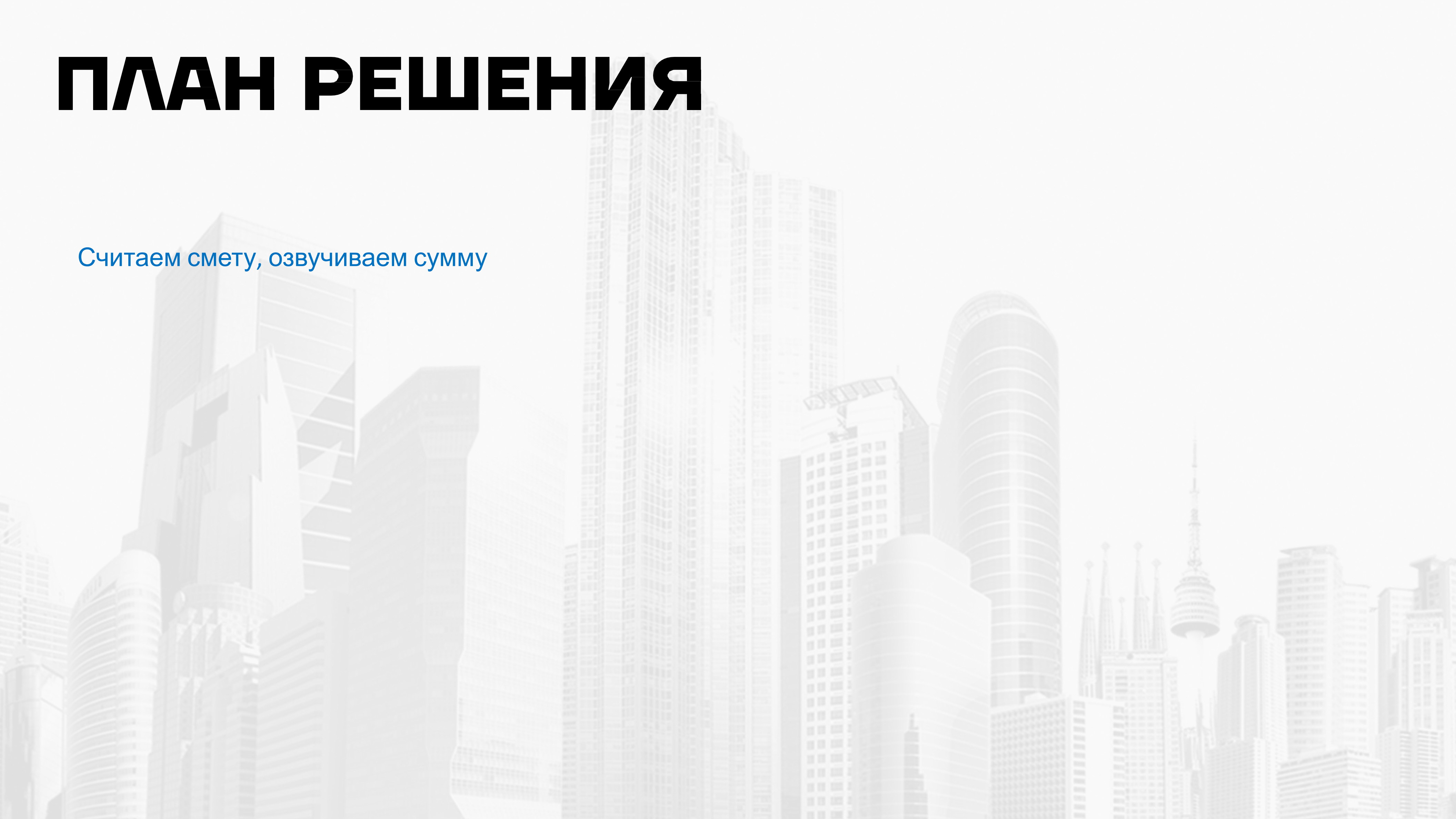
~~“Вам необходимо проработать **УПАКОВКУ** (это есть в вашем продукте), а также через **ПРИВЛЕЧЕНИЕ КЛИЕНТОВ** (это есть в вашем продукте)..”~~

~~**ВАЖНО!** Не давать план максимально подробно, иначе это займет 1-2 часа. Вам необходимо погрузить человека в план и показать, как через ваш продукт он может прийти к цели!~~

Говорим словами клиента, который записали на этапе выявления потребности  
Говорим о том, что клиент получит в будущем, когда он уже сделает ремонт балкона (тепло. Уют, чистота, безопасность, тишина, удобство и прочее). Здесь вам нужно рассказать как он себя будет **ЧУВСТВОВАТЬ** во время эксплуатации отремонтированного балкона

# ПЛАН РЕШЕНИЯ

Считаем смету, озвучиваем сумму



# ОБРАБОТКА ВОЗРАЖЕНИЙ

Чаще всего, у человека возникнут возражения о работе с вами. И вам необходимо их выслушать. Возможно, что клиенту их достаточно произнести вслух и понять, что они беспочвенны. Выслушивая, вы тем самым показываете клиенту, что не боитесь их.

Чтобы точнее определить истинную причину возражений клиента, необходимо задавать уточняющие вопросы. Соглашайтесь с его возражениями, а потом **ОПРОВЕРГАЙТЕ**, показывая что продукт поможет ему решить запрос.

# ВОЗРАЖЕНИЕ “ДОРОГО”

- “Скажите, а с чем сравниваете?”
- “Возможно цена не маленькая, но с другой стороны, она обоснована тем, что.. (ценность)”
- “Предлагаю оформить в рассрочку, это всего ... в месяц”
- “Да, цена выше.. Но цена складывается из.. (ценность)”
- “А сколько вы готовы заплатить за.. ?”
- “Что вы ждете от нашего продукта или услуги?”
- “Деньги – как правило – вопрос технический. Мне сейчас важнее понимать, что вам принципиально интересно?”

# ВОЗРАЖЕНИЕ “Я ПОДУМАЮ”

- “Вас что-то конкретно не устраивает?” (узнаем истинное возражение человека)
- “Да, конечно! Это единственное, что вас останавливает?”
- “А что прямо сейчас останавливает начать работу?”
- “Чаще всего наши клиенты думают над.. (перечислить). Вас тоже это смущает или что-то еще?”
- “Скажите в чем сомнения? Может вам бы подошло..”
- “Да, конечно! А скажите что именно вам в продукте нравится и не нравится?”

# ВОЗРАЖЕНИЕ “НЕТ ВРЕМЕНИ”

- “Наша работа не займет много времени! Потребуется всего.. (перечислить время) чтобы получить результат, который вы хотите. Вы же смогли бы выделить это время на изменения в вашей жизни?”

Комфорта

- ~~● “Некоторые мои клиенты тоже также говорили, однако когда мы начали работу и получили первые результаты, сомнения отошли на второй план”~~

- “Давайте его найдем вместе?”

Постараемся подстроиться под ваш график



# ПРОДАЖА

Мы на финальной стадии, на которой уже дали пошаговый план вашему потенциальному клиенту и рассказали, как он мог бы поработать с вами.

**Готовы начать работу ~~со мной?~~ нами**

Если человеку что-то не понятно ~~в программе~~, то рассказываем еще раз более подробно и предлагаем:

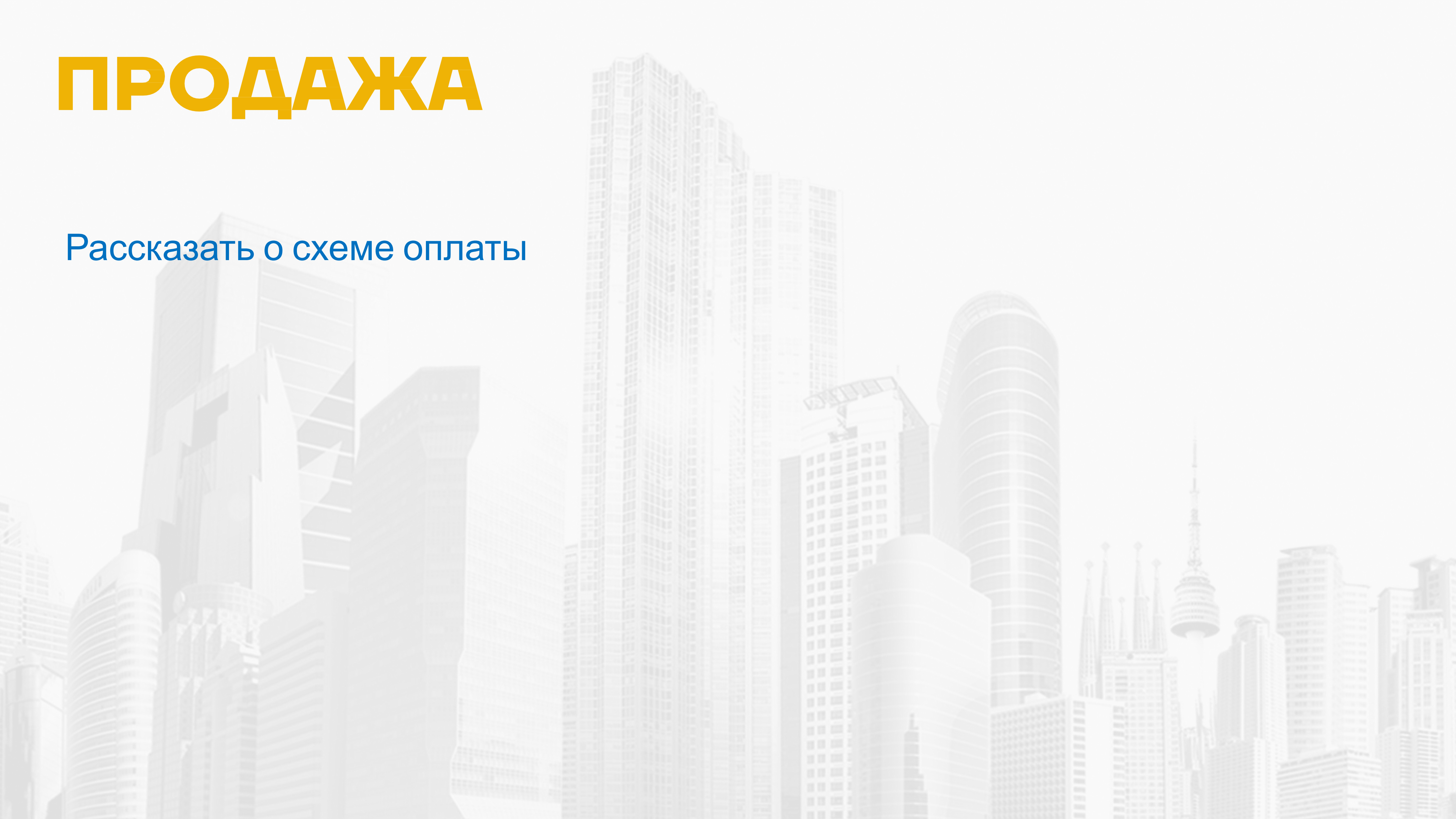
~~или оплатить, или~~ отправить предоплату.

**Сделать предоплату прямо сейчас. В любом размере от 5000р**

**И мы сможем поставить вас в график. Договор заключаем сегодня и там же пропишем когда вы внесете оставшуюся часть до 50% для начала наших работ**

# ПРОДАЖА

Рассказать о схеме оплаты



# ПРОДАЖА

“Я на самом деле не нормирую количество встреч, а делаю столько, сколько тебе необходимо, чтобы сделать со мной результат.

В течение первых 2-х недель действует гарантия, на то что, если тебе не понравится программа, вернем деньги.

Плюс мы начинаем выполнять задачи так, чтобы дойти до результата 100% + **РАССКАЗЫВАЮ О ПРОДУКТЕ, КЕЙСАХ, ПРИМЕРАХ**

# Наша конверсия

*Привести примеры конверсии из CRM,  
например*

**4 ИЗ 10 ПОКУПАЮТ**

**В САМОМ ХУДШЕМ СЛУЧАЕ  
КУПИТ 1 ИЗ 10**

**ЭТО 100%**

10 встреч = 1 продажа = 10000р.  
Каждая встреча тебе приносит  
1000р. (не важно продал или нет)



**ДАЖЕ ЕСЛИ ВЫ НЕ УМЕЕТЕ  
ПРОДАВАТЬ, ВСЁ РАВНО  
КУПИТ 1 ИЗ 10!**

**Делайте всё по шагам**



**У ЧЕЛОВЕКА ВСЕГДА ЕСТЬ  
ЗАПРОС В ЧЕМ-ТО**



Наши балконы закрывают

~~Ваш продукт должен закрывать~~

**БОЛЬ и ЗАПРОСЫ** ~~аудитории~~

КЛИЕНТОВ

ЗАПРОС  
ЗАПРОС  
ЗАПРОС





**БОЛЬ  
ЗАПРОС** = **ПРОДУКТ С  
РЕШЕНИЕМ**

Не вызывают вас просто так

~~ЛЮДИ НЕ ПРИХОДЯТ ПРОСТО  
ТАК НА ДИАГНОСТИКУ~~

ОНИ ПРИХОДЯТ РЕШИТЬ ЗАПРОС



# Можно привести примеры, которые уже закрыли такие же боли у других клиентов

- Балконная дверь продувала и постоянно мерзли ноги. Теперь она ходит босиком

...