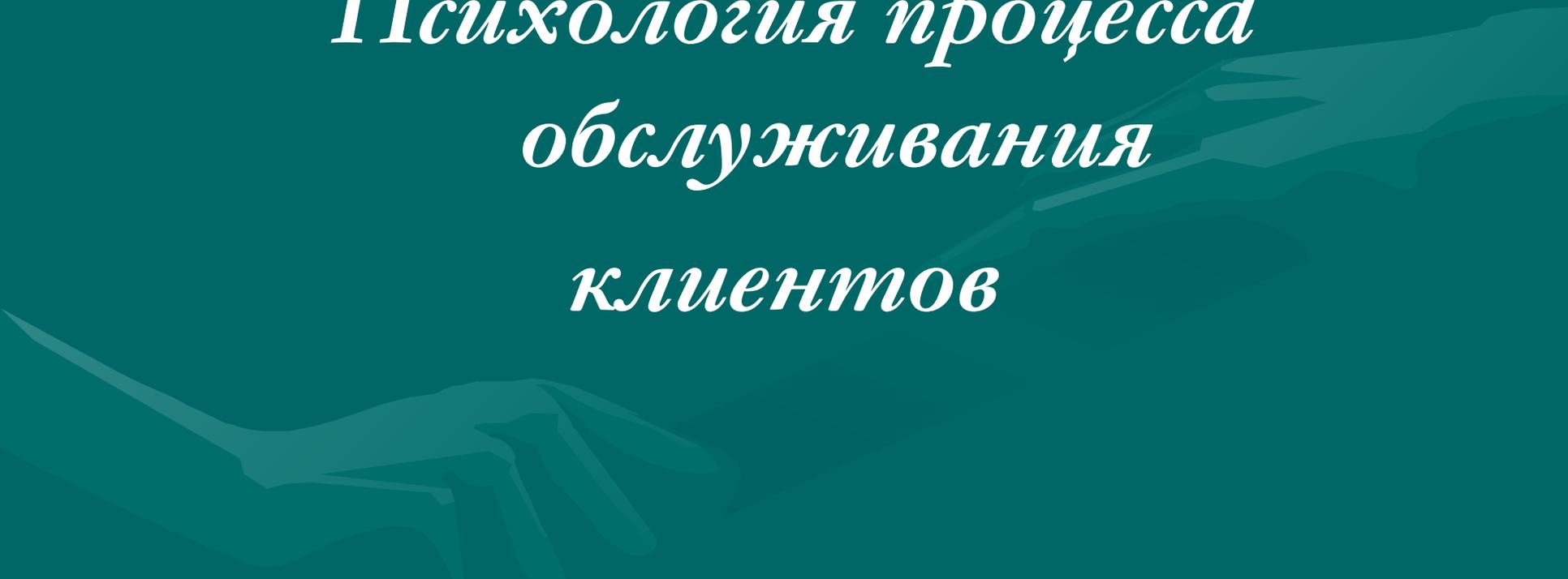


*Психология процесса  
обслуживания  
клиентов*



этапы  
процесса обслуживания:

сбор информации  
о клиенте и  
презентация услуги

принятие решения,  
работа с  
сомнениями клиента

завершение сделки

# Наблюдение

## *Специфика невербального общения*

Э

Т

а

п

И

словесное общение - менее 35%,  
более 65% информации передается с  
помощью невербальных средств



движения тела поставляют важную  
информацию для эффективной тактики  
обслуживания

невербальные  
каналы  
обмена  
информацией

пространство  
(дистанция)

мимика

взгляд

телесные  
движения

## *4 типа расстояния для общения:*

Э

- интимное (от непосредственного физического контакта до 40-45 см);

Т

- личное (от 45 до 120 см), оптимальное для ведения переговоров, если с клиентом уже установлен контакт;

а

- социальное (120 до 260 см), оптимальное для начала официальных переговоров, для сохранения статуса;

П

- публичное (от 260 см), предполагающее общение с группой людей.

І

# Специфика вербального общения

Э

Специфика вербального общения в работе с клиентом предполагает не только то, что ему говорят, но и то, как это говорят.

Т

а

## ИНТОНАЦИЯ

П

*громкость*

*тембр*

*темп*

І

*интонационное ударение*

*паузы*



# Активное слушание

Э

- слушая, чаще улыбайтесь, кивайте головой, смотрите в глаза и все время поддакивайте;

Т

- сами старайтесь в процессе выслушивания клиента ничего не говорить, сохранять открытую позицию, показывая интерес к собеседнику;

а

- слушая, старайтесь понять, а не выискивать неточности или ошибки говорящего;

П

- никогда не давайте оценок услышанного, не осуждайте клиента;

- старайтесь сопереживать клиенту, тон вашего голоса и скорость речи должны гармонировать с голосом партнера;

- в процессе слушания будьте внимательны и не теряйте тему беседы; не отвлекайтесь на специфические особенности говорящего;

І

- если вам неприятен клиент или партнер, то старайтесь сдерживать свои эмоции, сохраняйте терпение, спокойствие, приветливость и доверие;

- будьте терпеливы; не прерывайте, не смотрите на часы, не делайте нетерпеливых жестов; всегда выслушивайте клиента до конца.

- как можно чаще задавайте вопросы и постоянно уточняйте, повторяя за клиентом его собственные фразы



Вычеркните 90% закрытых вопросов из деловой беседы

# Презентация услуги

Э

*Стол состоит из ножек и столешницы,  
удочка из удилища и лески...*

Т

*И если не хватает одной из частей —  
снижается эффективность*

а

*Структура презентации*

п

І



# Презентация услуги

*Почему одним презентаторам  
удается воздействовать на умы людей,  
другие же довольствуются лишь тем,  
что клиенты что-то запомнили?*

*Содержание презентации*

Э

Т

а

п

І



# Презентация услуги

Э

*Стиль определяется атмосферой,  
которая царит в помещении*

Т

а

*Стиль и сопровождение презентации*

П

*Высокий стиль.*

*Деловой стиль.*

І

*Дружеский стиль.*

# Презентация услуги

Для эффективной презентации необходимы:

- Э
  - Т
  - а
  - П
  - И
- информация о данной услуге
  - универсальные приемы убеждения
  - ответы на вопросы:
    - зачем нужна эта услуга
    - как ею пользоваться
    - почему её выгодно купить именно у нас?

# Принятие решения

Факторы,

оказывающие влияние на принятие решения:

Э

Т

а

П

П

- соответствие товара (услуги) моде и цене
- разнообразие ассортимента (установлено, что человеку затруднительно одновременно рассматривать более трех предметов из-за сильного рассеивания внимания)
- особенности личности заказчика (бережливость, расточительность), его настроение
- четкая организация работы предприятия (деловитость, компетентность)

# Сопротивление принятию решения

- Э • Монетарный риск – «потеряю деньги»
- Т • Функциональный риск – «не получу того, что хочу»
- а • Социальный риск – «что подумает обо мне...»
- П • Психологический риск – «я буду чувствовать себя виноватым за неоправданную трату денег»

II

# *Работа с сомнениями клиентов*

Э

Общие правила:

Т

- никогда не спорьте с клиентом

а

- никогда не перебивайте

П

- не воспринимайте возражения клиента как проявление его личностных свойств

II

# *Работа с сомнениями клиентов*

Э

Алгоритм работы с возражениями:

Т

- выслушать

а

- выяснить, правильно ли вы поняли

п

- уточнить что имеет в виду клиент

п

- ответить на возражение

- проверить надежность ответа

- перейти к другой теме

# *Работа с сомнениями клиентов*

Универсальные приемы убеждения:

Э

- прием «выгодное предложение»

Т

- прием «убеждающие слова»

а

- прием «эмоциональность»

- прием «говорящие руки»

П

- прием «цифры и факты»

- прием «наглядность»

И

- прием «включение в действие»

- прием «известные имена»

# Завершение сделки

- Э  
Т  
а  
П  
III
- Тактика завершения сделки:
- подведение итогов
  - сведение принятия решения к формальности
  - не задерживать клиента при окончательном оформлении документации
  - вручение заказа аккуратно и красиво упакованным
  - грамотное одобрение приобретения, подтверждающее правильность выбора

# Завершение сделки

Э Способы завершения сделки:

- Т
- а
- п
- Естественное завершение
  - Завершение по предложению
  - Завершение на основе альтернативы
  - Завершение с уступками
  - Суммирующее завершение
  - Завершение с риском
- III
- Ошибочное завершение
  - Завершение по предположению

# Завершение сделки

Э

Т

а

п

III

Поддержание отношений с клиентом

