



МИНИСТЕРСТВО ЭКОНОМИЧЕСКОГО  
РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

# МОЙБИЗНЕС

АКСЕЛЕРАЦИОННАЯ ПРОГРАММА  
ЦЕНТРА ИННОВАЦИЙ СОЦИАЛЬНОЙ СФЕРЫ

ТЕМА ВЫСТУПЛЕНИЯ: Управление  
взаимоотношениями с клиентами.

Спикер: Налбандова Виктория Владимировна

Санкт-Петербург 2020 г.

# Клиент



1. Говорите с ними об их жизни, а не о вашей идее.
2. Спрашивайте о конкретных вещах, которые происходили в прошлом, а не о взглядах или мнениях на перспективу.
3. Меньше говорите, больше слушайте.

*Ваши самые недовольные клиенты — ваш самый большой источник обучения. Билл Гейтс*







# Вопросы ●



- «Как вам кажется, это хорошая идея?»
- «Вы купили бы продукт, который выполняет задачу X?»
- «Сколько вы заплатили бы за X?»
- «Какими функциями должен обладать продукт вашей мечты?»
- «Почему вас это беспокоит?»
- «Каковы последствия этой ситуации?»
- «Расскажите мне поподробнее, что произошло в последний раз?»
- «Что еще вы пытались сделать?»
- «Как вы решаете эту проблему сейчас?»
- «Кто будет финансировать покупку?»
- «С кем еще мне следует переговорить?»
- «Есть ли еще вопросы, которые мне следовало бы задать?»

*Клиенты не ждут от вас идеала, но они хотят, чтобы вы могли исправить то, что пошло не так. Дональд Порте, вице-президент British Airways*

# Правила ●

-  «Как вам кажется, это хорошая идея?»
-  «Вы купили бы продукт, который выполняет задачу X?»
-  «Сколько вы заплатили бы за продукт X?»
-  «Какими функциями должен обладать продукт вашей мечты?»
-  «Почему вас это беспокоит?»
-  «Каковы последствия этой ситуации?»

**Золотое правило:** мнения бесполезны.

**Золотое правило:** любые прогнозы на будущее – это ложь, причем чересчур оптимистичная.

**Золотое правило:** люди будут лгать вам, если они полагают, что вы хотите услышать ложь.






**Золотое правило:** люди знают, в чем заключаются стоящие перед ними проблемы, но не знают, как их решить.

**Золотое правило:** пока вы не поймете, каковы цели собеседника, вы будете «стрелять вслепую».

**Золотое правило:** некоторые проблемы фактически не являются проблемами.

*Самая главная формула успеха – знать, как общаться с людьми. Теодор Рузвельт, 26-й президент США*

# Правила ●

-  «Расскажите мне поподробнее, что произошло в последний раз?»
-  «Что еще вы пытались сделать?»
-  «Как вы решаете эту проблему сейчас?»
-  «Кто будет финансировать покупку?»
-  «Есть ли еще вопросы, которые мне следовало бы задать?»

**Золотое правило:** наблюдая за тем, как клиенты справляются с задачами, мы видим реальные проблемы и ограничения, а не то, как они воспринимаются клиентами.

**Золотое правило:** если потенциальные клиенты не пытались найти решение проблемы самостоятельно, они не обратят никакого внимания на решение, предложенное вами (и не купят его).

**Золотое правило:** хотя люди редко готовы сказать вам со всей определенностью, сколько они вам заплатят, они часто могут показать, что представляет для них ценность.

**Золотое правило:** знания о том, как принимаются решения о закупках, вы всегда потом сможете превратить в алгоритм повторных продаж.

**Золотое правило:** люди хотят вам помочь, но делают это редко, если вы не предоставляете им уважительную причину.

*Прошли те времена, когда было достаточно просто хорошего сервиса. Сегодня клиентов нужно удивлять — и удивлять постоянно. Джон Шоул, специалист в области сервиса*

# Клиент



Вопросы должны быть посвящены жизни **ваших клиентов**: их проблемам, заботам, целям, ограничениям. Вы должны добросовестно и скрупулезно собрать как можно больше информации о них, а затем придумать решение собственными силами.

*Мало решить проблему, нужно еще и предложить клиенту компенсацию, чтобы он ушел счастливым. Джон Шоул, специалист в области сервиса*

# Как оградить себя от вводящей в заблуждение информации



**3** вида ложной информации, на которую нужно обращать пристальное внимание:

1. Compliments.
2. Chatter (general phrases, hypothetical reasoning, conversations about the future).
3. Ideas.

*Quality – it is when the customer returns – and not the goods. Benjamin Franklin, American politician*



# Как оградить себя от вводящей в заблуждение информации



## КОМЛИМЕНТ

Тревожные реплики (после возвращения в офис):

- «Встреча прошла прекрасно»;
- «Мы получаем множество положительных откликов»;
- «Все, с кем я говорил, в восторге от этой идеи».

**Золотое правило: комплименты, которые вы слышите от клиентов, сродни самоварному золоту – они блестят, отвлекают ваше внимание и не имеют ни малейшей ценности.**

*Клиентское обслуживание — это не отдел, это работа каждого*



# Как оградить себя от вводящей в заблуждение информации



## БОЛТОВ НЯ

Есть три распространенные формы болтовни:

- расплывчатые утверждения («Я обычно», «Я всегда», «Я никогда»);
- обещания на будущее («Я, пожалуй, это сделаю», «Я поступлю так»);
- гипотетические рассуждения («Я могу», «Я мог бы»).

**Золотое правило:** Верните собеседников из гипотетического будущего в конкретное прошлое. Спросите их, когда интересующая вас ситуация возникала в последний раз, попросите рассказать поподробнее, что именно произошло, как они с этим справились и что еще они пытались предпринять.

*Клиент всегда должен быть на первом месте, на втором сотрудники и только на третьем акционеры. Джек Ма, основатель Alibaba*

# Как оградить себя от вводящей в заблуждение информации



## ИДЕ И

Запишите новую информацию, но не слишком торопитесь внести ее в свой список задач. Стартапам следует сосредоточиться на одной масштабируемой идее и реализовывать ее, а не хвататься за каждую интересную возможность.

**Золотое правило:** идеи следует анализировать, а не слепо реализовывать.

*Вы должны быть постоянны со всеми. У непостоянных компаний непостоянные доходы. Джек Митчелл, американский писатель и лектор*

# Три главных вопроса



Обязательно планируйте заранее, какие три важнейших ответа вы хотите получить от любой конкретной категории людей.

Если вы предварительно сформулируете «большую тройку» вопросов, вам будет гораздо проще задавать непредвзятые вопросы.

**Золотое правило:** у вас всегда должны быть готовы три самых важных вопроса.

*Качество – это когда возвращается покупатель – а не товар. Бенджамин Франклин, американский политик*

## Ошибочный подход к организации встреч



Не пытайтесь превратить каждую возможность побеседовать с клиентами в официальную встречу, запланированную на конкретный день и час.

Так вы будете не только неэффективно расходовать время, но и заранее формировать ожидания (ведь очевидно, что вы назначаете встречу, чтобы презентовать какой-то продукт).

**Чрезмерный расчет на формальные встречи может привести к тому, что вы упустите другие хорошие возможности получить ценную информацию.**

*Лучшие продавцы придерживаются пропорции 70/30. На презентацию и вопросы оставляют 30% времени беседы, а 70% времени внимательно выслушивают клиента. Брайан Трейси, американский спикер*

## Ошибочный подход к организации встреч

### Признаки формализации:

«Прежде всего, позвольте поблагодарить вас за то, что вы согласились на это интервью. Я задам вам всего несколько вопросов, а потом вы сможете вернуться к вашим делам»;

«Если использовать пятибалльную шкалу, во сколько вы оценили бы...».



*Хорошее обслуживание позволяет забыть о цене. Дэйвид Огилви, выдающийся рекламный деятель*

## Сколько времени должна длиться встреча?

На ранних этапах общения разговоры должны быть очень короткими. Они станут длиннее по мере того, как вы перейдете от общих вопросов («Это действительно проблема?») к более конкретным характеристикам продукта и отрасли («Какие еще программы нам необходимо интегрировать, чтобы этот продукт купили?»). Достаточно **пяти минут**, чтобы понять, существует ли проблема и насколько она важна.



*«Если вы ориентированы на конкурентов, то не сможете сделать и шага до тех пор, пока его не сделают конкуренты. Если вы ориентированы на клиента, то сможете стать первопроходцами в своей отрасли»*



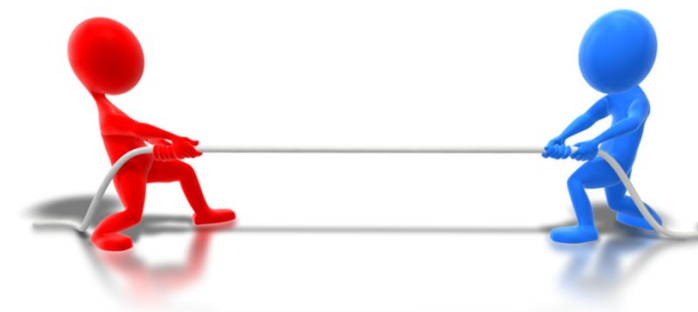
## Удачная или неудачная встреча



Если в конце звучат комплименты или ваши собеседники ведут себя уклончиво и тянут время, значит, встреча прошла неудачно.

Встреча прошла успешно, если в конце звучит **обязательство** перейти к следующему этапу.

**Золотое правило:** если после встречи, посвященной продукту или продажам, вы не знаете, что будет происходить дальше, значит, встреча оказалась бесполезной.



*«Опережайте ожидания своих клиентов. Дайте им то чего они хотят, и ещё чуть-чуть больше», Сэм Уолтон, американский предприниматель*



# Главные ценности в процессе общения

Основные ценности – это время, репутационный риск и деньги.



**Золотое правило:** чем больше ресурсов ваши потенциальные клиенты вкладывают, тем с большим доверием вы можете воспринимать те приятные слова, которые они вам говорят.

*«Вы не можете просто спросить клиентов о том что им нужно, ведь к тому моменту пока вы это сделаете — они будут хотеть что-то новое», Стив Джобс*

# КОНТАКТЫ

## Центр инноваций социальной сферы Санкт-Петербурга

<https://fond-msp.ru/podderzhka-socialnogo-predprinimatelstva>

🏠 Санкт-Петербург, ул. Маяковского, д.42

☎ +7 (812) 777-89-87    ✉ ciss@fond-msp.ru

## Бизнес-клуб ЦИСС СПб



<http://eepurl.com/g0rWe5>



[https://vk.com/ciss\\_spb](https://vk.com/ciss_spb)



<https://fb.com/groups/ciss.spb>