



CDEK *логистические
решения*

ВЫЯВЛЕНИЕ ПОТРЕБНОСТЕЙ.
Посттренинг.

Директор по продажам
Аверина Светлана Владимировна
Москва, июль 2014

ВЫЯВЛЕНИЕ ПОТРЕБНОСТЕЙ



Цели ТРЕНИНГА :

Научить МОП выявлять существующие скрытые и формировать новые потребности клиента

Повысить эффективности МОП по привлечению клиентов

Как следствие: «Укрупнение клиентской базы СДЭК.»

План тренинга

1. Компетенции менеджера

2. Основные определения: ценности потребности и требования.
Учимся распознавать.

3. Правильные вопросы – путь к свершению сделки.

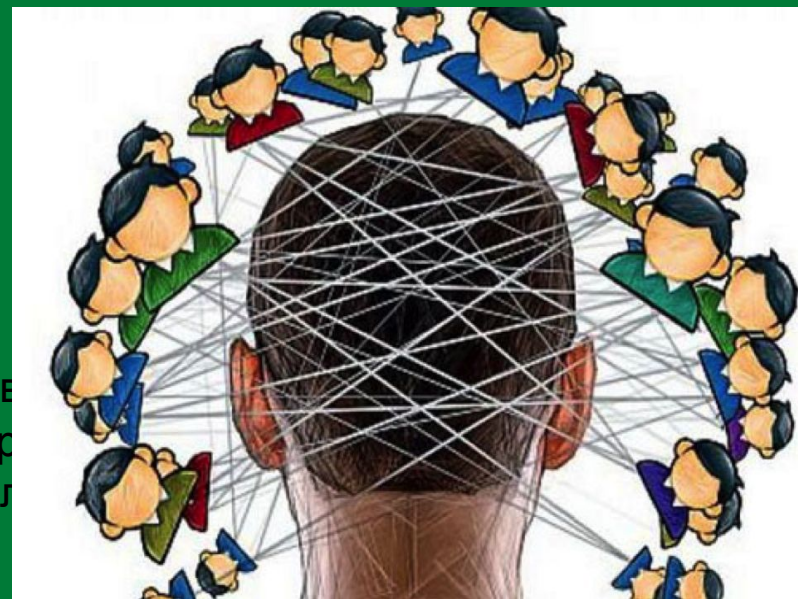


КОМПЕТЕНЦИИ МЕНЕДЖЕРА : раз

Влиятельность : Убеждение в своей точке зрения, при этом аргументация и учет потребности мнения других.

Индикатор «+» Отстаивает свою точку зрения, Приводит убедительные аргументы, Уважительно выслушивает мнение клиентов, коллег и адаптируется к интересам собеседника, Приводит аргументы в защиту своей идеи. Заручается поддержкой других людей для убедительности своих слов и действий.

Индикатор «-» Легко сдается в споре, не умеет обосновать свое мнение, отказывается от своего мнения, не приводит убедительных аргументов, игнорирует мнение клиентов, коллег, повышает голос.



КОМПЕТЕНЦИИ МЕНЕДЖЕРА: два

Межличностное понимание: *Умение коммуницировать с клиентами и коллегами, построение взаимоотношений, понимание целей, мыслей, личностных черт партнеров, клиентов, коллег.*

Индикатор «+» Стремится к пониманию клиентов

Внимательно слушает клиентов

Демонстрирует внимательное отношение к чувствам и потребностям клиентов

Общается с клиентами и коллегами в дружелюбной манере создает доверительную атмосферу.

Стремится к принятию ситуации как положительной, так и отрицательной в работе с клиентами, коллегами.

Индикатор «-» Нет понимания позиции клиентов, коллег, их намерения, реакцию клиентов, коллег. Отсутствия внимания к потребностям клиентов, коллег. В конфликтах не ведет конструктивный диалог. Не интересуется точкой зрения клиентов, коллег



КОМПЕТЕНЦИИ МЕНЕДЖЕРА: три

Клиентоориентированность: Стремление все свои действия направлять на потребности клиентов учитывая цели компании, и свои цели.

Индикатор «+» Использует техники эффективных продаж
Все свои действия направляет на выявление потребностей клиента
Внимателен к деталям в общении с клиентом
Обязателен в обещаниях данных клиентам
Проявляет гибкость в переговорах
Устанавливает долгосрочные партнерские отношения с клиентами
Всегда выявляет и удовлетворяет скрытые потребности клиента.
Положительно реагирует на претензии и жалобы клиента
Находит лучший вариант для клиента в зависимости от ситуации и его

Индикатор «-» Не использует техники эффективных продаж, Не слушает клиента на потребности клиентов, Не выявляет потребности клиента, Не внимателен к деталям, Постоянно продавливают клиентов в переговорах, Навязывает свое мнение, Не интересуется проблемами клиента, Не сдерживает данные клиенту обещания.

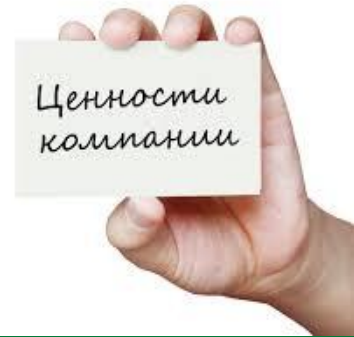


ЦЕННОСТИ ПОТРЕБНОСТИ ТРЕБОВАНИЯ

Ценности/Ценность — описание того,
что в актуальный момент важно.
Ценность не требует объяснения, а сама является объяснением.

Ценности не равны потребностям!

Ценности — это то, что важно для клиента, а потребности — это то, что ему нужно.
Потребности удовлетворяются и/или меняются, а ценности остаются актуальными
более длительное время.



ЦЕННОСТИ ПОТРЕБНОСТИ ТРЕБОВАНИЯ

Для клиента могут быть ценными:

престиж, статус, выгода, экономия, надежность, безопасность (физическая, физиологическая=здоровье, юридическая, экономическая, социальная, эмоциональная), стабильность, уверенность, спокойствие, комфорт, простота, не требует усилий, комфорт эмоциональный=ощущение комфорта, приятность, интересность, оригинальность, красота, общение, дружба.

Слушайте, что говорит ваш собеседник. Ценности чаще всего ярко проявляются тогда, когда человек говорит о том, что он хочет сделать. Поэтому, вы должны задавать ему вопросы о целях, задачах или планах. Так же ценности могут транслироваться когда человек говорит о причинах. Поэтому, вы должны задавать вопросы о причинах, которые побудили человека принять какое-либо решение.

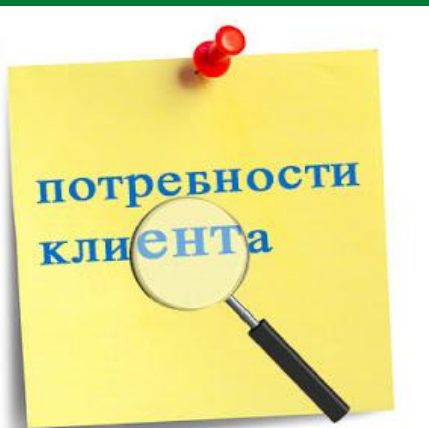
ЦЕННОСТИ ПОТРЕБНОСТИ ТРЕБОВАНИЯ

Потребность, нужда — внутреннее состояние психологического или функционального ощущения недостаточности чего-либо, проявляется в зависимости от ситуационных факторов.

В данном определении важны два словосочетания: «ощущения недостаточности» и «проявляется в зависимости от ситуационных факторов»

Потребность это всего навсего — ощущение, то есть величина не постоянная и потребности меняются в зависимости от ситуации

Требование -
выраженная в решительной, категорической форме просьба.



ЦЕННОСТИ ПОТРЕБНОСТИ ТРЕБОВАНИЯ

Потребности клиентов:

Физ. Лицам:

- Подешевле, экономичнее,
- Понадежнее,
- С гарантией,
- Удобно, комфортно,
- А поговорить?

Юр лицам:

- Побольше заработать, сэкономить,
- Понадежнее, стабильнее, не рисковать при этом,
- Быстро, легко, удобно, прилагая минимум усилий, при этом получить удовольствие,
- Не вникать в детали, пусть все решает мой менеджер.



Правильные вопросы – путь к совершению сделки

Продавать это не говорить,

***Продавать это задавать
правильные вопросы!***



Правильные вопросы – путь к совершению сделки

Задавая вопросы, мы вызываем в голове клиента что? Мыслительный процесс!

Т.о. тот, кто задает вопросы – управляет диалогом. А значит и мышлением собеседника.



Правильные вопросы – путь к совершению сделки

Задание: примеры вопросов, каждого вида не менее 10-ти.

Открытые вопросы

Уточняющие вопросы

Наводящие вопросы

Альтернативные вопросы

Закрытые вопросы

ВСЕМ УДАЧИ!!!

Спасибо за внимание.

