

Правила общения с клиентами в мессенджерах

Содержание

8 базовых принципов ведения переписки

Алгоритм продаж в переписке

1. Установите контакт
2. Уточните потребности
3. Предложите конкретный товар или разные варианты, если они есть
4. Ответьте на вопросы
5. Подтолкните клиента к покупке
6. Отработайте возражения
7. Завершите диалог

Как общаться с клиентами, которые не ответили

Как просить обратную связь и отвечать на неё

В каких случаях стоит сменить канал общения

Коротко: принципы ведения переписки

8 базовых принципов ведения переписки

- ☐ **Выберите тон общения.** Представьте своего среднестатистического клиента. Как он предпочитает общаться? Стандартный и бесприигрышный вариант — обращение на «вы» и сдержанный, вежливый тон.
- ☐ **Будьте аккуратнее с эмодзи, восклицательными знаками и заглавными буквами.** Частота использования эмодзи зависит от вашей аудитории и тональности, с которой вы хотите общаться. Но эмодзи не стоит злоупотреблять: если их много, они мешают читать текст. Восклицательные знаки и капслок — тоже: используйте их, только когда хотите подчеркнуть самое важное.
- ☐ **Пишите грамотно и чётко выражайте свои мысли.** Ошибки могут испортить впечатление о вас и вашей компании. Если вы не уверены в правильности написанного, воспользуйтесь сервисами проверки правописания, например, text.ru или «Орфограммка».
А из-за неоднозначных формулировок у вас и у клиента может сложиться разное представление о том, как должен выглядеть результат.
- ☐ **Избегайте сложных терминов.** Клиент может не знать всех тонкостей вашей работы, поэтому стоит использовать простые и понятные слова. Если без терминов не обойтись, будьте готовы объяснить их значение, когда об этом попросит клиент.
- ☐ **Соблюдайте временные рамки.** Принято считать, что идеальное время для деловых разговоров с 9–10 часов утра до 5–6 часов вечера. Также можно отталкиваться от своего режима работы и от режима работы клиента, если вы работаете в сегменте B2B. При работе с другими регионами и странами важно учитывать разницу в часовых поясах.
- ☐ **Следите за обновлениями.** В мессенджерах постоянно появляются новые функции. Например, если хотите напомнить клиенту о чём-то утром следующего дня, но сами в этот момент будете заняты, напишите сообщение сейчас и настройте отложенную отправку.
- ☐ **Регулярно проверяйте мессенджер.** Старайтесь отвечать клиентам не более чем через час, иначе они могут уйти к конкурентам.
- ☐ **Настройте бот для приёма заявок.** Рутинные задачи вроде приёма заявок или напоминания о назначенных встречах можно поручить боту в Телеграме.

Алгоритм продаж в переписке

1. Установите контакт

- ☐ **Не дробите первое сообщение.** В первом сообщении представьтесь, назовите своё имя и название компании и напишите все, что хотите сообщить клиенту. Несколько уведомлений подряд могут вызвать у получателя негативную реакцию.



Здравствуйте, Мария!

Пишу по поводу вашей записи на маникюр в салоне «Beauty».

Вы записались на 13:00, 5 сентября.
Скажите, пожалуйста, вы подтверждаете запись?



Здравствуйте, Мария!

Меня зовут Екатерина, пишу по поводу вашей записи на маникюр в салоне «Beauty». Вы записались на 13:00, 5 сентября.

Скажите, пожалуйста, вы подтверждаете запись?

- ☐ **Обращайтесь к клиенту по имени.** Важно обращаться именно так, как клиент представился или указал в форме для заявки, даже если имя записано латиницей и с использованием цифр. Обращайте внимание на написание и не путайте похожие имена, например, Софья и София, Наталья и Наталия, Эльдар и Ильдар.



Добрый день, Софья! Меня зовут Александр, вы оставили заявку на создание сайта на нашем сайте. Давайте обсудим подробности вашего заказа?

Добрый день. Давайте, конечно, только я София :)



Добрый день, София! Меня зовут Александр, вы оставили заявку на создание сайта на нашем сайте. Давайте обсудим подробности вашего заказа?

Добрый день, Александр! Да, давайте.

2. Уточните потребности

Перед началом работы с новыми клиентами необходимо как можно точнее выяснить, что именно им нужно, чтобы потом предложить самый подходящий продукт или услугу.

- ☐ **Последовательно задайте вопросы.** Выберите самые важные вопросы — на основе ответов вы сможете получить большую часть информации и понять, о чём спрашивать дальше. Не стоит заваливать клиента вопросами на разные темы в одном сообщении и сразу рассказывать о спецпредложениях.



Добрый день, Михаил!

Пишу от компании «СибирьТрейд» по поводу вашей заявки.

Какие материалы вы хотите приобрести и в каком количестве? Какой способ доставки вам удобен? Кстати, вы подписаны на нашу страницу в «Одноклассниках»? Подписка дает скидку 5% на первый заказ.



Добрый день, Михаил! Меня зовут Кристина. Пишу от компании «СибирьТрейд» по поводу вашей заявки на приобретение строительных материалов.

Как вам удобнее обсудить подробности заказа: в переписке или по телефону?

Подготовьте стандартный список вопросов. Он пригодится для выявления потребности с нуля. Для начала лучше выбрать до 2–3 вопроса и задать их в одном сообщении.

Вот какие вопросы можно добавить в список:

- ☐ **Спросите, чем руководствуется клиент при выборе товара и что для него важно.** Это поможет уточнить запрос в дальнейшем.



У нас на подарок обычно берут вот эти два набора конфет.



Из каких конфет хотите собрать: высокого, среднего или низкого ценового сегмента? Одного вида или ассорти?

- ☐ **Укажите конечную цену или вилку.** Постарайтесь как можно корректнее узнать, на какой бюджет рассчитывает клиент, чтобы ваше предложение не выходило за его границы.



У нас часто заказывают вот такой букет, стоит 15 000 ₽.



Какую сумму вы рассчитываете потратить на букет?

3. Предложите конкретный товар или разные варианты, если они есть

После того как вы задали все уточняющие вопросы и узнали, какой бюджет есть у клиента, можно предлагать конкретный товар из каталога.

- ☐ **Подробно опишите предложение.** В чём оно заключается, сколько будет стоить, что потребуется от клиента. Чтобы избежать недопонимания, важно подробно описать ключевые условия сотрудничества.



Здравствуйте, Дарья! Итоговая стоимость зависит от комплектации набора и используемых товаров. Рассчитать можем по факту сборки.



Здравствуйте, Дарья! Стоимость подарочного набора для рисования акварелью начинается от 3 000 ₽: 18 кювет акварели в деревянном кейсе, 3 кисти разного размера и 12 листов акварельной бумаги из 100% хлопка от российских производителей.
Аналогичный набор из материалов от европейских производителей будет стоить от 7 000 ₽.
Какой из вариантов вам интересен?

4. Ответьте на вопросы

После того как вы предложите товар, у клиента могут возникнуть вопросы или сомнения. Последовательно отвечайте на них.

- ☐ **Отвечайте на вопросы в той же последовательности, в которой их задали.** В противном случае клиент ещё больше запутается.
- ☐ **Не отклоняйтесь от темы.** Отвечайте чётко на заданный вопрос, не отвлекаясь на дополнительную информацию и специальные предложения.
- ☐ **Отвечайте развёрнуто.** Старайтесь избегать сухих ответов, давайте подробное и аргументированное объяснение там, где это необходимо.



Этот картридж подойдёт для принтера HP LaserJet M111a?

Да, это хороший картридж, подходит для большинства лазерных принтеров.



Этот картридж подойдёт для принтера HP LaserJet M111a?

Да, это универсальный картридж, который подходит в том числе для вашей модели. Ещё у нас есть картриджи от производителя конкретно под LaserJet M111a, он немного дороже, зато его можно будет потом перезарядить.

Отлично, тогда возьму его.

5. Подтолкните клиента к покупке

После того как вы узнали о потребностях клиента, и предложили ему конкретные товары, важно подтолкнуть человека к покупке. Сделать это можно разными способами.

- ☐ **Напомните о договорённостях, если пишете снова.** По разным причинам клиент может забыть подробности прошлого разговора. Напомните, на чём он закончился. После этого можно сообщить новую информацию или задать вопросы.

А если пишете по поводу оставленной заявки, упомяните все указанные клиентом параметры, например, дату, время, вид услуги или товара и адрес.



Доброе утро, Светлана! Скажите, пожалуйста, вы готовы оформить заказ?

Доброе утро, какой заказ?



Доброе утро, Светлана! Это Татьяна, мы с вами созванивались на прошлой неделе по поводу заказа офисной мебели. Вы оставляли заявку на 5 столов и 5 офисных кресел и сказали, что ещё подумаете по поводу стоимости. Подскажите, пожалуйста, заявка всё ещё в силе?

Доброе утро, Татьяна! Да, директора устроила стоимость и условия, заказ в силе. Готовы оплатить на следующей неделе.

- ☐ **Закончите диалог вопросом, который подведёт человека к сделке.**



Ага, я понял, спасибо.

Пожалуйста. Обращайтесь, если будут вопросы.



Ага, я понял, спасибо.

Подскажите, вам потребуется курьерская доставка? И будет ли удобно оплатить наличными при получении? Так будет скидка 5%.

6. Отработайте возражения

Обращайте внимание на сомнения клиента в ходе переписки и старайтесь сразу же их закрывать. Чаще всего они касаются гарантий, качества и цены.

Если у собеседника возникают вопросы или опасения, постарайтесь прояснить ситуацию и предложить другие варианты, например:

- ☐ **Продемонстрируйте ваши конкурентные преимущества.** Не пытайтесь внушить клиенту товар или убедить в необходимости покупки товара именно у вас. Вместо этого лучше мягко описать ваши преимущества и дать клиенту возможность принять решение покупать у вас или нет.
- ☐ **Предложите схожий, но более бюджетный товар, если в вашей линейке такие есть.**
- ☐ **Расскажите о спецпредложении.**
- ☐ **Предложите списаться чуть позже, если сумма товара сейчас не комфортна клиенту.**

7. Завершите диалог

Не оставляйте клиента в неизвестности после того, как сделка завершилась.

- ☐ **Расскажите о последующих действиях.** Клиенту может быть важно знать, что от него требуется дальше и что планируете сделать вы.



Заказ принят, всего доброго!



Спасибо за заказ! Сейчас наши флористы соберут букет и передадут его курьеру. К 15:30 цветы будут у вас.

- ☐ **Покажите, что вы готовы помочь и поблагодарите клиента за обращение.** Предложите клиенту обращаться при возникновении вопросов по поводу получения услуги.



Ваш заказ отправлен, планируемый срок доставки — 8 августа.



Спасибо за заказ! Планируемый срок доставки — 8 августа. Если возникнут вопросы по поводу доставки или использования наших наушников, пишите, мы постараемся оперативно ответить.

Совет. Не стоит продолжать общение, если клиент его уже закончил. Например, предлагать воспользоваться акцией, когда собеседник поблагодарил вас за помощь и попрощался. Это может вызвать раздражение, которое отразится на вашем дальнейшем сотрудничестве.

Как общаться с клиентами, которые не ответили

Диалог мог прерваться по множеству причин и без злого умысла, например, клиент отвлекся на звонок в дверь или другое сообщение и забыл вам ответить.

- ☐ **Вежливо напомните о себе.** Если вы только договариваетесь о сотрудничестве, можно ещё раз напомнить о себе и о том, на чём прервался разговор. В ситуации, когда даже после этого вам не отвечают, не стоит надоедать собеседнику, чтобы не вызывать у него раздражение.
- ☐ **Найдите другой способ связи,** если вас уже связывают финансовые обязательства, но клиент не отвечает. Попробуйте написать в другом мессенджере или позвонить.

Как просить обратную связь и отвечать на неё

- ☐ **Начните сообщение с напоминания о вашем сотрудничестве,** особенно если прошло больше 2–3 недель. Вежливо попросите клиента поделиться мнением об использовании купленного товара или впечатлением от услуги.



Как вам товар?



Здравствуйте, Константин! Вы заказывали наушники Marshall в нашем магазине 2 недели назад. Хотели бы узнать, как прошла доставка? Довольны ли вы качеством наушников?

- ☐ **Ответьте на положительный отзыв.** Можно поблагодарить клиента и предложить обращаться еще.



Наушники пришли очень быстро, курьер предупредил о доставке за 2 часа. Всё отлично работает, спасибо!

Хорошо!



Наушники пришли очень быстро, курьер предупредил о доставке за 2 часа. Всё отлично работает, спасибо!

Константин, спасибо за отзыв, рады, что вы довольны качеством товара. Если будут возникать вопросы в процессе использования — мы на связи. Всего доброго, хорошего дня!

- ☐ **Ответьте на негативную обратную связь.** В таком случае можно предложить компенсацию или скидку на следующий заказ, чтобы исправить впечатление.



Остался недоволен доставкой. Наушники приехали на 3 дня позже заявленного срока, а я заказывал ко дню рождения дочки. В итоге не успел подарить.

Спасибо, учтём.



Остался недоволен доставкой. Наушники приехали на 3 дня позже заявленного срока, а я заказывал ко дню рождения дочки. В итоге не успел подарить.

Спасибо за вашу обратную связь, жаль, что курьер не успел приехать вовремя. Конечно, сроки доставки должны быть более точными и мы обратим внимание на это. В качестве извинения дарим вам скидку 20% на следующий заказ.

В каких случаях стоит сменить канал общения

Если отправляете:

- ☐ **Документы.** Если у клиента по каким-то причинам пропадёт переписка в мессенджере, он сможет найти файл в электронной почте.
- ☐ **Информационные и маркетинговые рассылки.** В мессенджеры люди чаще всего заходят, чтобы пообщаться с друзьями, узнать новости или развлечься. Многие могут воспринять рассылки как спам.
- ☐ **Длинные сообщения.** Объём сообщения в мессенджере ограничен по знакам. Если вам нужно отправить длинный текст, воспользуйтесь электронной почтой.

Если хотите:

- ☐ **Сообщить срочную информацию или решить срочный вопрос.** Например, если планы резко изменились, и вы не можете прийти на назначенную встречу, лучше сообщить об этом по телефону. В мессенджере человек может не увидеть ваше сообщение вовремя.
- ☐ **Обсудить много подробностей заказа.** Если заказ «сложный», быстрее и удобнее вместо длительной переписки предложить клиенту согласовать детали по телефону. После звонка важно продублировать договорённости по электронной почте или в мессенджере.
- ☐ **Разговорить собеседника.** В переписке люди склонны давать более сжатую информацию, чем при звонке или личном разговоре. Если вам нужно получить развёрнутый ответ, лучше созвониться по видео — или телефону.

Коротко: принципы ведения переписки

Чтобы грамотно общаться с клиентом по переписке, нужно вежливо и последовательно излагать мысли, а ещё внимательно изучать пожелания собеседника.

1. В первом сообщении поприветствуйте клиента, сообщите нужную информацию или задайте вопросы. Старайтесь писать грамотно и не перебарщивайте с эмодзи.
2. При дальнейшем общении не заваливайте клиента сообщениями, а на его вопросы отвечайте в том порядке, в котором они были заданы. Желательно не задавать более трёх вопросов за раз, это может вызвать негативную реакцию.
3. Предложите конкретный товар после того, как узнаете пожелания и комфортную сумму для покупки товара.
4. Подтолкните человека к покупке. Это можно сделать наводящим вопросом, например: «Как вам будет удобнее оплатить товар: наличными при получении или наложенным платежом?».
5. Отработайте возражения, которые могут возникнуть у клиента. Как именно вы это будете делать, зависит от конкретного случая. Например, если человека не устраивает цена — можно предложить скидку или более бюджетный товар.
6. В конце не забудьте повторить достигнутые договорённости и поблагодарить клиента за уделённое время.