

# Скрипты звонков

Примеры и шаблоны скриптов общения с клиентами на разных этапах – от первичного контакта до сбора обратной связи после покупки и реактивации

# Содержание

Скрипт приема входящего звонка .....	2
Скрипт «Исходящий холодный звонок. Активный поиск клиентов» .....	4
Скрипт звонка о назначении встречи .....	13
Скрипт звонка сбора обратной связи .....	15
Скрипт звонка с целью реактивации ушедшего клиента .....	18
Скрипт по установлению контакта с покупателем, зашедшим в магазин .....	20

# Скрипт приема входящего звонка

2-3 гудка только потом берем трубку!

На протяжении всего разговора должны слышаться «Улыбка в голосе».

НЕ СМОТРЕЯ НИ НА ЧТО!



*Добрый день! Группа компаний «ТСН - Электро», меня зовут Екатерина. Слушаю Вас!*

*Как правило, клиент сразу выпаливает информацию и ему требуется прояснение*

*Добрый день. Девушка, подскажите...*



*Если не представился*

*Скажите, как я могу к Вам обращаться?*

*Ответ клиента*



*Если хотят поговорить с конкретным специалистом*

*(имя клиента) как вас представить из какой компании вы звоните?*

*Ответ клиента.*

*(имя клиента) минуту пожалуйста сейчас я вас переведу на него (нее)*

*Если специалиста нет на месте то «(имя клиента) он (она) сейчас занят, оставьте пожалуйста ваши координаты, я передам что Вы звонили и он (она) обязательно Вам перезвонит.*

*Если по запросам*

*(имя клиента) подскажите пожалуйста какого числа вы отправляли запрос?*

*Ответ клиента.*

*(имя клиента) прошу вас продублируйте пожалуйста запрос вот на этот электронный адрес...*

*Если хотят приобрести продукцию*

*(имя клиента) скажите пожалуйста откуда вы узнали о нашей компании?*

*Ответ клиента.*

*(имя клиента) подскажите, пожалуйста какой вид продукции вас интересует.*

*Ответ клиента.*

*Спасибо я Вас поняла, (имя клиента) все менеджеры сейчас заняты, оставьте пожалуйста ваши координаты, я передам их первому освободившемуся специалисту и он с вами свяжется в течение 5 минут!*

## В ходе разговора:

- выясняем суть звонка;
- используем только правила делового этикета;
- если не знаете ответа на вопрос, то говорим «Я уточню детали данного вопроса и Вам перезвоню!»;
- не прерываем звонящего, обязательно выслушиваем;
- не использовались ли слова-паразиты («угу», «ну» и пр.);
- не «зависаем», чтобы не возникало «пауз»;
- перед тем как попрощаться задаем вопрос: «Скажите пожалуйста откуда вы узнали о нашей компании?» (кроме случаев если звонит новый клиент);
- из разговора полностью исключаем:
  - частицу «не»;
  - уменьшительно-ласкательные слова (минуточку, рассылочку, электроночку и т.д.);
  - убрать музыку с фона;
  - быструю речь (говорим средним темпом и разборчиво, окончания слов проговариваем полностью).

## Завершение



*Спасибо что обратились в нашу компанию, всего доброго, до свидания!*

*Не кладем трубку первым, всегда первый кладет звонящий.*

# Скрипт

## «Исходящий холодный звонок. Активный поиск клиентов»

### Цель звонка:

- Выявление лица принимающего решения (ЛПР).
- Уточнение контактов ЛПРа.
- Уточнение потребностей.
- Уточнение контактного телефона и удобного времени общения ЛПР.

### Каналы получения потенциальных клиентов:

- Интернет (специализированные доски объявлений).
- Размещение объявлений.
- Проработка различных клиентских баз (Желтые страницы и т.д.)

### Задача менеджера при звонке:

- Пройти секретаря.
- Выйти на ЛПР.
- Выявить принципиальный интерес.
- Договориться о следующем этапе.

## Подготовительный этап

### ШАГ 1: Сформулируйте своё УТП (Уникальное Торговое Предложение)

По сути, это то, за что клиенты будут готовы платить Вам деньги, много и часто. Это основная, конечная выгода для клиента при работе с Вами.

### Примеры УТП:

- «Компания \_\_\_\_\_ специализируется на увеличении продаж малого и среднего бизнеса»;
- «Проводим аналитику маркетинга компании, ищем проблемные места и разрабатываем инструменты для привлечения клиентов»;
- «Создаём отделы продаж под ключ, как для «стартап» проектов, так и для действующих компаний»;
- «Поставляем продукцию по прямым ценам от производителей»;
- «Осуществляем доставку еды в течении 40 минут, после заказа»;

- «Шаблоны для создания своего сайта без специальной подготовки в области программирования и дизайна»;
- «Поставки перезаправляемых картриджами для всех типов принтеров»;
- «Доставка цветов за 30 минут или бесплатно».

**Ваш вариант:**

---

---

---

---

---

## **ШАГ 2: Определите цель звонка**

Понимая своё УТП, определите, с какой целью Вы звоните.

**Примеры целей звонка:**

- Узнать Имя ЛПР (Лицо Принимающее Решение) для дальнейшего разговора;
- Назначить встречу с ЛПР;
- Отправить КП (Коммерческое предложение) по e-mail;
- Провести тест-драйв услуги

**Ваш вариант:**

---

---

---

---

---

**Этапы звонка:**

I) Проход секретаря. Выход на ЛПР:

1. Приветствие;
2. Ответы на вопросы, работа с возражениями.

II) Разговор с ЛПР:

1. Приветствие;
2. Суть звонка, повод;
3. Уточнение роли ЛПР (действительно ли он тот, кто Вам нужен);
4. Выявление потребностей. Прояснение текущей ситуации;
5. Оффер (презентация выгод своего предложения);
6. Ответы на вопросы, работа с возражениями;
7. Перевод на следующий этап;
8. Завершение.

## Примеры

### Проход секретаря. Приветствие

*Алло, добрый день, «Имя», «Компания»*



*Будьте добры, соедините меня, пожалуйста, с сотрудником, который занимается..., как к нему обращаться?*

*Будьте добры, подскажите пожалуйста, с кем можно пообщаться по поводу..., и подскажите его имя.*

*Хотел бы отправить наше предложение на имя сотрудника, который занимается..., подскажите его e-mail. Да, и будьте любезны, скажите, как его зовут?*

### Проход секретаря. Ответы на вопросы, работа с возражениями

*По какому Вы вопросу?*



*Передайте, что звонит «ИМЯ» из компании «КОМПАНИЯ», по вопросу...*

*У Вас какое-то предложение?*



*Дело в том, что будет предложение или не будет, станет известно после нашего разговора. Я думаю, что если Вы ему озвучите цель моего звонка, то ему будет интересно поговорить со мной. Кстати, он на месте?*



*Да, мы уже заключили ряд контрактов с такими компаниями, как X1, X2, X3 и сейчас хотел бы осудить этот вопрос с сотрудником Вашей компании, потому что это должно его заинтересовать. Он на месте?*

*Нам это не интересно*



*Знаете, я бы удивился, если бы Вы сказали сразу, чтобы я выставлял счёт, даже не зная о чём идёт речь. И именно поэтому я предлагаю встретиться и обсудить Ваши выгоды от нашего... (называем предложение или УТП), скажите, Вам когда удобнее будет пообщаться: сейчас/минут через 20/в понедельник или во вторник?*

*Высылайте на e-mail info@mail.ru, с Вами свяжутся*



*Я обязательно его вышлю, как только пойму, какие у вас потребности, чтобы понять, какие цены ставить, розничные или оптовые. Соедините меня с ответственным за это направление и мы обсудим варианты работы.*

## Разговор с ЛПР. Приветствие



*Алло, \_\_\_\_\_, здравствуйте, это «ИМЯ», компания «\_\_\_\_\_», удобно говорить?*

*Да, слушаю...*



*Прямая продажа встречи. Структура фразы «Имя клиента/Вводная фраза /Кто Вы?/Цель звонка»*





*Иван Иванович, дело в том, что мы занимаемся [оказанием услуг] и хотел бы с Вами встретиться, чтобы обсудить этот вопрос и понять, как мы могли бы сотрудничать в этом направлении. Что скажете?*

*Налаживание партнёрских связей «Вы-Мы»:*

*Алла Ивановна, дело в том, что...*

- Вы занимаетесь поставкой канцелярских товаров, а мы являемся поставщиками копировальной техники....;*
- Вы занимаетесь производством мебели, а Мы фурнитурой...;*
- Вы занимаетесь тканями, а Мы иглами...;*
- свой пример*

*поэтому, звоню Вам поговорить о возможном сотрудничестве. Что скажете?*

*и хотел бы с Вами встретиться, чтобы обсудить этот вопрос и понять, как мы могли бы сотрудничать в этом направлении. Что скажете?*

*Используем повод для звонка:*

*Анастасия Михайловна, впереди праздники, звоню ВАМ, чтобы поговорить о возможном сотрудничестве:*

- по поставке цветов для ваших милых дам...*
- по проведению корпоративных праздников...*
- по проведению фотосессий вашей компании...*
- свой пример*

*Скажите, как относитесь к такому предложению?*

## Разговор с ЛПР. Выявление потребностей и прояснение текущей ситуации

**Цель блока** – с помощью серии вопросов (не больше 3-5 штук) пытаемся разговаривать собеседника, чтобы вступить в диалог. Когда человек начинает отвечать на Ваши вопросы, подсознательно он постепенно продаёт сам себе Ваш товар/услугу.



*Иван Иванович, для того, чтобы понять, как мы могли бы с Вами сотрудничать, подскажите:*

- *насколько актуален вопрос с оснащением новых рабочих мест офисной мебелью?*
- *как часто заказываете подарки для своих сотрудников?*
- *какая ситуация с поставкой оборудования на текущий момент?*
- *на какие характеристики продукции «Х» Вы смотрите, выбирая поставщика?*
- *свой пример*

## Разговор с ЛПР. Возражения

*Нам это не интересно*



*Ответ с иронией:*

*Знаете, я бы удивился, если бы Вы сказали сразу, чтоб я выставлял счёт, даже не зная о чём идёт речь. И именно поэтому я предлагаю встретиться и обсудить ваши выгоды от нашего "УТП", скажите, вам когда удобнее минут 20 пообщаться, в понедельник или во вторник?*

Мы уже работаем с конкурентами



Ответ с пониманием потребностей:

Иван Иванович, тому, что вы с кем то работаете, я не удивлён. Ну раз уж работаете, значит есть потребность, а у нас есть отличные варианты её реализации. Хотел бы с вами встретиться и минут 20 пообщаться о возможных вариантах, что скажите, когда удобней сегодня после 4-х или уже завтра, могу с утра...



Ответ с пониманием важности:

Здорово, партнерство – это действительно важно. Я правильно понимаю, что если мы сделаем для вас более выгодное (хорошее, интересное) предложение, вы бы были готовы его рассмотреть?

Мы вас не знаем



Иван Иванович, согласен, действительно важно работать с партнёрами, которых знаешь и в которых уверен. Именно поэтому хотел бы с вами встретиться и минут 20 пообщаться о возможных вариантах, что скажите, когда удобней сегодня после 4-х или уже завтра, могу с утра...

Пришлите инфо на мэйл



Ответ с обязательствами:

Иван Иванович, я бы Вам обязательно всё пришлю, только вот пакет наших предложений зависит от специфики Вашего бизнеса, поэтому хотел бы с Вами встретиться и минут 20 пообщаться о возможных вариантах, что скажите, когда удобней сегодня после 4-х или уже завтра, могу с утра...

Я должен подумать!



*Иван Иванович, будучи на месте человека, который знает, что фраза «я подумаю» означает скрытый отказ, можно полагать, что Вы уточнили бы, в чем истинная причина отказа?*

*Будьте добры, уточните пожалуйста вопросы, которые у Вас возникли и я помогу Вам разобраться в них.*

*Давайте я Вам вышлю всю подробную программу на почту, Вы все посмотрите, и мы с Вами созвонимся, хорошо? Диктуйте, пожалуйста, адрес вашей эл. почты и телефон, чтобы я перезвонил(а). Когда Вам удобно будет позвонить, чтобы пообщаться по этому поводу?*

*Записываем, шлем инфо, перезваниваем без опозданий*

Дайте скидку, тогда куплю!



*Скажите, если бы Вам пришлось продавать клиенту, который просит скидку, которую Вы не можете дать, вы бы тоже старались ему это объяснить?*

*Особые условия работы мы обсуждаем при личной встрече, скажите когда мы можем с вами встретиться и все обсудить?*

*Записываем приезжаем на встречу без опозданий.*

Дорого!



*Дорого по сравнению с чем (кем)?*

*Выясняем с кем работает на текущем момент (конкуренентов)*

*Именно поэтому наши клиенты...*

*Перечисляем преимущества продукта и выгоды сотрудничества с нашей компанией*

## Разговор с ЛПР. Завершение + Фиксация договорённостей

**Цель блока** – закрепить понимание собеседника в том, что Вам действительно было интересно с ним общаться, он Вам не безразличен как клиент и Вы хотите продолжать с ним работать.

В идеальном случае от собеседника взять неявные обязательства на что-то, усиливая это тем, что в будущем или через какое-то время Вы выделите на него своё рабочее время (необходимо, чтобы потенциальный клиент не сорвался).



*Иван Иванович, всё, я записываю себе в ежедневник: в понедельник в 16:00 я у Вас... Давайте обменяемся мобильными телефонами, на всякий случай...*

*Алла Ивановна, спасибо за разговор, жду Ваших реквизитов для выставления счёта на пробную партию...*

*Анастасия Михайловна, спасибо за разговор. Итак, наш менеджер подъедет к вам завтра, во вторник к 16:00...*

**В конце разговора независимо от исхода переговоров!**



*Спасибо за то, что уделили время, хорошего Вам дня (ИМЯ), всего доброго!*

# Скрипт звонка о назначении встречи

## Начало разговора



*Добрый день, это Пономарев Олег, компания [«Название компании»]. Соедините, пожалуйста, с Николаем Ивановичем Петровым.*

*Как правило, секретарь сразу спрашивает по какому вопросу Вы звоните. В данном случае цель звонка будет «договорится о времени встречи».*

*Я звоню, чтобы договорится о времени встречи с Николаем Ивановичем на этой неделе.*

## Цель звонка



*Николай Иванович, добрый день! Меня зовут Олег, компания [«Название компании»] занимаемся...*

*Николай Иванович, звоню Вам, чтобы договорится о времени, в которое Вам будет удобно встретится и обсудить возможное сотрудничество. Скажите, минут 20 когда сможете уделить: в среду или четверг? В первой или второй половине дня?*

*Спасибо, нам не интересно.*



*Николай Иванович, полностью с вами согласен. Интерес возникает тогда, когда видишь конкретные выгоды, которые можно получить от предложения.*

## Выявление потребностей



*[ИМЯ], тогда давайте поступим следующим образом:*

*Сейчас расскажу Вам о нас, что Вы можете получить от сотрудничества с нами.*

*Вы зададите все интересующие Вас вопросы.*

*Затем, с вашего позволения я задам Вам несколько уточняющих вопросов и обсудим варианты, которые Вам больше всего подходят.*

*Сориентирую Вас по цене.*

*И после того, как уладим формальности, обсудим, каким будет следующий шаг. Договорились?*

## Подведение итогов



*В вашей ситуации больше всего берут...*

*Называем группу товаров которые подходят под потребность клиента.*

*Выгоды. Это Вам даст (В результате вы получите)... + долларизация.*

*Стоимость варьируется в зависимости от количества товара.*

*Скажите, какие именно товары Вам сейчас наиболее актуальны?*

*(Если сумма большая) Я вижу, что работа будет серьезная, поэтому все детали лучше нам с Вами обсудить на встрече. Скажите, Вам удобно будет подъехать к нам в офис в среду или в четверг?*

*Договорились.*

# Скрипт звонка сбора обратной связи

## Цель звонка:

- Получение обратной связи от клиента.
- Сделать предложение.
- Продать.



*Добрый день, [имя клиента]! Меня зовут Иван, компания «Название компании». Вам удобно сейчас говорить?*

*Если нет, то:*

*[Имя клиента], скажите пожалуйста в какое время вам удобно перезвонить?*

*Записываем и перезваниваем в строго указанное время.*

*Если да, то:*

*Хорошо. [Имя клиента], я звоню вам потому, что вы являетесь нашим любимым клиентом, а в данный момент мы занимаемся улучшением сервиса и нам очень важно ваше мнение, в связи с этим прошу вас ответить на несколько вопросов!*

*Да, давайте.*



*[Имя клиента] скажите, а почему вы решили приобрести [продукт, который приобретал клиент] именно у нас?*

*Объяснение клиента (обязательно все записываем), если надо задаем уточняющие вопросы если ответ не отражает полноты картины.*

*Спасибо, [Имя клиента], что для Вас важно в сотрудничестве с нашей компанией, назовите 3 самых важных критерия пожалуйста.*



Объяснение клиента (обязательно все записываем), если надо задаем уточняющие вопросы если ответ не отражает полноты картины.



Спасибо, [Имя клиента], скажите а что нам нужно изменить для улучшения взаимодействия с Вами?

Объяснение клиента (обязательно все записываем), если надо задаем уточняющие вопросы если ответ не отражает полноты картины.

Спасибо, [Имя клиента], и крайний вопрос: «При каких условиях или почему Вы можете перестать сотрудничать с нашей компанией?»»

Объяснение клиента (обязательно все записываем), если надо задаем уточняющие вопросы если ответ не отражает полноты картины.

Хорошо, [имя клиента], я вас понял. Мы учтем ваши замечания, большое спасибо за обратную связь. Также я хотел бы предложить вам воспользоваться нашим специальным предложением для постоянных клиентов – [дедлайн] до 20 ноября вы можете [оффер] приобрести наш продукт/сервисное обслуживание/партию нового товара по специальной цене с 30% скидкой. Вас заинтересовало это предложение?

Да, пожалуй, я согласен.



Хорошо, тогда давайте обсудим, как вам удобнее будет оплатить/ассортимент/условия поставки...

## Если получили отказ



[Имя клиента], нет ничего страшного в том, что сегодня наши услуги/товары вам не пригодились. И возможно не сегодня-завтра у Вас появиться в этом необходимость. Сами знаете, все течет, все меняется, верно?

Да (с облегчением).



*Тогда, (ИМЯ), вы не будете против, если иногда мы будем сообщать Вам о наших мероприятиях, специальных предложениях и акциях? В любом случае, вы знаете, что мы есть и будем рады с вами сотрудничать.*

**В конце разговора независимо от исхода переговоров!**



*Спасибо за то, что уделили время, хорошего Вам дня (ИМЯ), всего доброго!*

# Скрипт звонка с целью реактивации ушедшего клиента

Цель звонка:

- Разбудить «спящего клиента»
- Сделать предложение.
- Продать.



*Добрый день, [имя клиента]! Меня зовут Иван, компания «Название компании». Вам удобно сейчас говорить?*

*Да, здравствуйте.*



*Хорошо. [Имя клиента], я звоню вам потому, что вы наш постоянный клиент с [дата] Вы регулярно покупали у нас [продукт, который приобретал клиент] на протяжении трех месяцев, верно?*

*Да, все верно.*



*В последние два месяца вы перестали покупать [продукт, который приобретал клиент] у нас. Мы очень внимательно относимся к своим клиентам, поэтому я позвонил вам узнать, по какой причине вы перестали делать закупки у нашей компании? Вас что-то не устроило? Вы нашли более выгодные условия?*

*Объяснение клиента.*



*Хорошо, [имя клиента], я вас понял. Мы учтем ваши замечания, большое спасибо за обратную связь. Я хотел бы предложить вам воспользоваться нашим специальным предложением для постоянных клиентов – [дедлайн] до 20 декабря вы можете [оффер] приобрести наш продукт/сервисное обслуживание/партию нового товара по специальной цене с 30% скидкой. Вас заинтересовало это предложение?*

*Да, пожалуй, я согласен.*



*Хорошо, тогда давайте обсудим, как вам удобнее будет оплатить/ассортимент/условия поставки...*

## Если получили отказ



*[Имя клиента], нет ничего страшного в том, что сегодня наши услуги/товары вам не пригодились. И возможно не сегодня-завтра у Вас появиться в этом необходимость. Сами знаете, все течет, все меняется, верно?*

*Да (с облегчением).*



*Тогда, (ИМЯ), вы не будете против, если иногда мы будем сообщать Вам о наших мероприятиях, специальных предложениях и акциях? В любом случае, вы знаете, что мы есть и будем рады с вами сотрудничать.*

## В конце разговора независимо от исхода переговоров!



*Спасибо за то, что уделили время, хорошего Вам дня (ИМЯ), всего доброго!*

# Скрипт по установлению контакта с покупателем, зашедшим в магазин

Когда клиент заходит в магазин нужно, обязательно встать и прекратить все посторонние разговоры (даже если они по делу).

**ВАЖНО! У вас не будет второго шанса произвести первое впечатление!**

**Общение с клиентом идет по трем направлениям:**

1. Внутреннее состояние – готовность и желание консультанта вступить в контакт с покупателем.
2. Поза и мимика:
  - Открытая поза
  - Улыбка
  - Приветственный кивок
3. Первые слова или установление словесного контакта:
  - «Доброе утро! Спасибо, что не прошли мимо.»(до 12.00)
  - «Добрый день! Спасибо, что не прошли мимо.»(с 12.00 до 18.00)
  - «Добрый вечер! Спасибо, что не прошли мимо.» (с 18.00)

**Исключить следующие вопросы:**

- «Вам что-нибудь подсказать?»
- «Вам чем-нибудь помочь?»
- «Вы что-нибудь хотите?»
- «Чем я могу Вам помочь?»

**Что необходимо говорить, чтобы не быть навязчивыми или давящими?**

«Доброе утро, день, вечер» – гораздо лучший вариант приветствия, чем сухое и нейтральное «здравствуйте».

**Наилучший вариант – личностное представление:**

- «Добрый день! Спасибо, что не прошли мимо! Меня зовут... Вы первый раз у нас в магазине?»
- «Добрый день! Рады, что зашли к нам. Меня зовут... Вы первый раз у нас в магазине?»

## Запомните!

Высокомерные обращения типа «Вам помочь?», «Вам что-то показать?», «Сейчас, я Вам объясню покажу, расскажу...» недопустимы: они сразу ставят покупателя в позицию «снизу».

### **3 СТАРТОВЫЕ СИТУАЦИИ в ответ на вопрос «Вы первый раз у нас в магазине?»:**

1. Клиент МОЛЧИТ.
2. Клиент БЫЛ УЖЕ.
3. Клиент ПРИШЕЛ ПЕРВЫЙ РАЗ.

## Варианты установления контакта с покупателем

Дать покупателю осмотреться в магазине 1-2 минуты.

Подойти к покупателю, по-возможности, с левой стороны, лучше на расстоянии вытянутой руки в полоборота. Задать вопрос:

1. «Добрый день! Спасибо, что не прошли мимо! Меня зовут . . . Вы первый раз у нас в магазине?»
2. «Добрый день! Рады, что зашли к нам. Меня зовут . . . Вы первый раз у нас в магазине?»

### **1 ВАРИАНТ: если покупатель ответит «Уже был»**

В ситуации, когда клиент приходит повторно, чаще всего прослеживаются 5 моделей поведения.

#### 1. Покупатель молчит

НУЖНО: разговорить, показать свою заинтересованность в нем. Применить методику «Зацепить взглядом».

Обязательно нужно спросить:

- «Вы к конкретному событию покупаете или на повседневное питание?»
- «Как давно Вы у нас были в последний раз, что купили?»
- «Что конкретно Вас интересует в этот раз/сейчас?»

#### 2. Покупатель спрашивает о конкретном товаре

НУЖНО: выяснить, что нравится в этом товаре (почему важны эти функции, свойства, выгоды).

Обязательно нужно спросить: «Подскажите, Вы уже определились с каким-то конкретным видом (назвать тот товар, который интересует клиента)?»

### 3. Покупатель сам рассказывает о своих потребностях

НУЖНО: выяснить все потребности, используя технику активного слушания (правила активного слушания).

Обязательно нужно спросить:

Клиент: «А какие огнетушители самые дешевые?»

Вы: «У нас большой выбор видов огнетушителей. Скажите а Вы покупаете на организацию или как физ. лицо?»

### 4. Покупатель спрашивает, сколько стоит конкретный товар

НУЖНО: назвать стоимость и сразу задать следующий вопрос. Важно между названием цены и следующим вопросом не создавать паузы.

Обязательно нужно спросить:

«Подскажите, а почему Вы выбрали именно этот товар?» или «А что Вы хотите получить в результате?»

### 5. Подходит сразу к конкретному товару и долго его изучает

НУЖНО: сделать мини презентацию и выявить потребности.

Обязательно нужно спросить:

«Я вижу, Вы интересуетесь видеокамерами. Давайте расскажу Вам подробнее какие модели у нас представлены».

## **2 ВАРИАНТ: если покупатель ответит «Впервые»**

В ситуации, когда клиент приходит в магазин впервые, чаще всего прослеживаются 6 моделей поведения.

### 1. Покупатель молчит

НУЖНО: разговаривать, показать свою заинтересованность в нем. Применить методику «Зацепить взглядом».

Обязательно нужно спросить:

- «Вы что-то конкретное смотрите или интересен наш ассортимент?»
- «А что интересует в первую очередь это или это?»
- «А что сначала хотите посмотреть?»

### 2. Я сам посмотрю

Обязательно нужно спросить:

- «Хорошо, меня зовут..., когда Вас что-то заинтересует, обращайтесь, я буду рядом...»

- «Хорошо! Меня зовут..., если у Вас возникнут вопросы, обращайтесь, с удовольствием Вам отвечу».
- «Хорошо! Меня зовут..., если Вас что-то интересует, можете обратиться ко мне».

При этом быть на расстоянии не более 2-3 метров от покупателя.

### 3. Позитивно настроенный покупатель (улыбается, смотрит в глаза)

НУЖНО: мини-презентация магазина и перейти к стадии выявления потребностей, применяя технику активного слушания.

Обязательно нужно спросить: «Давайте, я тогда расскажу, какие товары представлены у нас в магазине. У нас большой выбор».

### 4. Покупатель сам рассказывает о своих потребностях

НУЖНО: выяснить все потребности, используя технику активного слушания (правила активного слушания).

Обязательно нужно спросить:

Клиент: «Девушка, у Вас есть недорогой огнетушитель мне в машину надо?»

Вы: «У нас большой выбор огнетушителей,...».

### 5. Покупатель спрашивает, сколько стоит конкретный товар

НУЖНО: назвать стоимость и сразу задать следующий вопрос. Важно между названием цены и следующим вопросом не создавать паузы.

Обязательно нужно спросить:

«Подскажите, а почему Вы выбрали именно этот товар?» или «А что Вы хотите получить в результате?»

### 6. Покупатель спрашивает о конкретном товаре

НУЖНО: выяснить, что нравится в этом товаре (почему важны эти функции, свойства, выгоды)

Обязательно нужно спросить: «Подскажите, Вы уже определились с каким-то конкретным видом (назвать тот товар, который интересует клиента)?»

### **3 ВАРИАНТ: если покупатель «Молчит»**

НУЖНО: разговаривать, показать свою заинтересованность в нем. Применить методику «Зацепить взглядом».



Обязательно нужно спросить:

- «Вы первый раз в нашем магазине?»•
- «Ищите что-то конкретное или пришли познакомиться с ассортиментом?»•
- «Сравниваете с чем-то или наш магазин первый?»•
- «Знаете, что это?»•

В каждой из вышеперечисленных ситуаций, продавец должен дождаться ответа покупателя, ответить, выслушать, что его интересует и если клиент не готов купить прямо сейчас, то перейти непосредственно к «выявлению потребностей» и далее к «презентации товара».

**Обратите внимание**, что во всех примерах мы задаем клиенту открытые вопросы. Задавая такие вопросы, Вы сможете поддержать разговор и выяснить все, что нужно.

Здесь стоит использовать техники активного слушания, которые также стоит использовать с другими покупателями уже на стадии **ВЫЯВЛЕНИЯ ПОТРЕБНОСТЕЙ**:

1. «Угуканье», Вы показываете голосом собеседнику, что Вы его слушаете, что вам его слова интересны.
2. «Эхо», повторение слов покупателя, или конец фразы или смысловую часть.  
Клиент: «Здравствуйте, я ищу видеореги­стратор, хочу приобрести что-то недорогое, но качественное»  
Вы: «Недорогое, но качественное... Большинство наших клиентов, которые выбирают видеореги­страторы по этим критериям останавливают свой выбор на...»
3. «Парафраз», т.е. пересказ услышанного своими словами, начинается со слов «то есть».  
Клиент: «Здравствуйте, я сейчас подбираю огнетушитель на дачу, хотел бы что-то недорогое, но чтобы оно было качественное».  
Вы: «Т.е. что-то качественное, но не очень дорогое?»
4. «Уточняющие вопросы»  
Клиент: «Здравствуйте, мне нужен огнетушитель у вас есть что-то недорогое, но качественное?»  
Вы: «А вы уже присмотрели что-то подобное? Знаете, чем качественный огнетушитель отличается от других?»
5. «Похвала»  
Клиент: «Здравствуйте, я сейчас выбираю видеореги­стратор хочется с хорошим разрешением и не дорогой»  
Вы: «Действительно, отличное разрешение в видеореги­страторах самое ценное. Многие наши клиенты говорят, что видеореги­страторы из серии «...» очень качественные.