

Очный первичный контакт

Телефонный контакт

☺ **Мимика** – улыбка, энтузиазм на лице, искренний интерес к клиенту. 🖐 **Поза** – открытая, в ключевых моментах ладонями к клиенту. 🖐 **Жестикуляция** – естественная, локти не уходят от тела далеко. ➔ **Дистанция** – 1-1,5 метра. В случае карантинных мер: 2 метра. 👁 **Взгляд** – «деловой» «глаз->глаз->лоб». Не опускаем ниже уровня глаз. 🗣 **Речь** – должна быть естественной, не быстрой и не медленной, не ускоряйте речь. Идеально темп речи должен совпадать с темпом речи клиента. 🗄 **Паузы** – если клиент не отвечает сразу, ждите, держите паузу.

Общение с клиентом во Взрослой позиции - на равных.

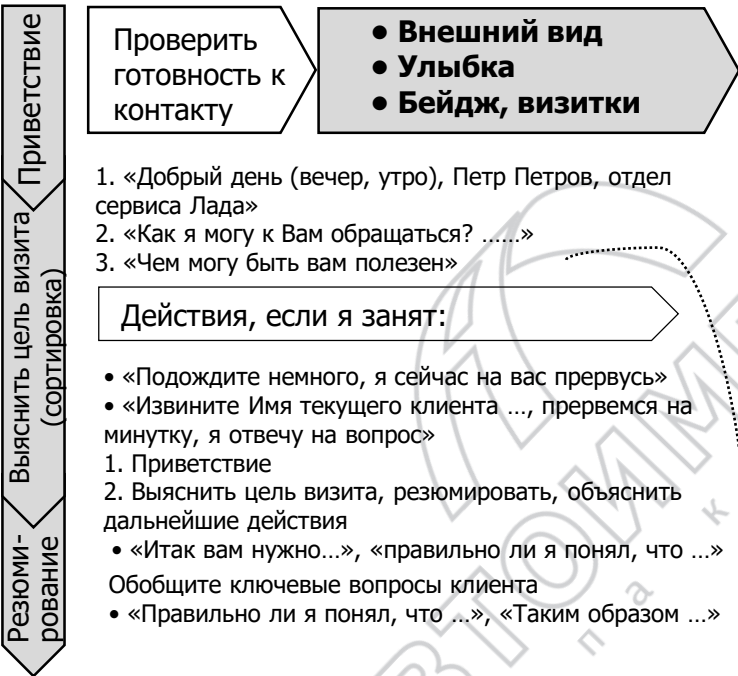


Схема выявления потребностей

1. Кто?	Спросите клиента, его ли это а/м, кто будет эксплуатировать а/м.
2. Опыт и квалификация клиента?	Исходя из истории CRM, терминологии, используемой клиентом, стажа вождения
3. Выгода?	Определяете по реакции клиента на ваши вопросы, предложения. По акцентам рассказа о своих потребностях.
4. Финансовые ориентиры?	Определяете отношение к затратам в целом и сумму, которую клиент планирует потратить
5. Срочность?	Определяете отношение к времени в целом и ожидания по срокам, необходимым для завершения сделки
6. Функциональный интерес?	Как клиент эксплуатирует а/м? Чего не хватает в текущей комплектации?
7. Эмоциональные предпочтения?	Определяете требования к защите, комфорту, мультимедиа, фишкам и приборам
8. Решение конкретной проблемы	Определяете отношение к конкретным комплектациям и/или ДОПам

ПОНЯТНОСТЬ

- простая речь (короткие фразы max 10-15 слов)
- понятные слова (без сленга и жаргонизмов)
- разделяйте слова и мысли паузами (max 5 сек.)
- не говори слишком быстро или медленно, средний темп речи (100-120 слов/мин.)

ИНТОНАЦИЯ

- говорите громко, но не кричите (учитывайте уровень шума вокруг)
- избегайте монотонности, меняйте темп и интонацию разговора в зависимости от значимости его содержания

ЧЕТКОСТЬ

- говорите спокойным голосом, произносите слова четко отсутствие слов/звуков-паразитов



Типология клиентов: опыт и квалификация

Разные типы клиентов требуют разного обслуживания

Специалист с опытом	А	Специалист без опыта	Б
Пользователь с опытом	В	Пользователь без опыта	Г



X - Одна характеристика (Что это?)

таким образом, Вы...

P - Одно преимущество (Что делает?)

это даст Вам следующее...

B - Одна выгода (Что получаете?)

поэтому **Вы** ...
 таким образом, **Вы**...
 с ее помощью **Вы** ...
 повышает **Вашу**...
 благодаря этому **Вы**...
 и тогда **Вы** сможете ...

СТАТУС



- индивидуальное обслуживание /индивидуальный подход
- внешний вид/дизайн
- комфорт

КАЧЕСТВО

- функциональность
- надежность эксплуатации
- безопасность
- экономия времени

ЭКОНОМИЯ

- цена сделки
- экономия в будущем

Выгода для каждого клиента и каждой сделки своя!

Типовые уровни потребностей/выгод клиента:

Экономия (Э) – экономическая выгода/затраты, в том числе косвенные

Качество (К) – надёжность, безопасность, набор ценных характеристик

Статус (С) – качество обслуживания, отношение сотрудников, компетенция исполнителей, атмосфера в шоуруме, время ожидания и т.д.

СТАТУС 	индивидуальное обслуживание /индивидуальный подход	VIP, специально для вас, самый лучший, такие как ..., это ценится, статус, премиум, индивидуальный подход: • Комфорт ожидания (WiFi, клиентская зона, кафе, подменный AM, такси и др.) • Персональные дополнительные бонусы (чай, кофе, мороженное за счет заведения; подарок к AM)
	внешний вид/дизайн	Бренд, Дизайн Современный, продвинутый, новый
КАЧЕСТВО 	комфорт	Привычно, все под рукой, есть все необходимое, минимум усилий
	функциональность	Удобно, возможности, выбор нужного, простота эксплуатации (справится даже не специалист; вам только ехать)
	надежность эксплуатации	Надежность, бесперебойность, долговечность, уверенность, гарантия, поддержка,
	безопасность	Безопасность водителя и пассажиров, активные и пассивные системы безопасности
	экономия времени	Быстро, оперативно, мобильно
ЭКОНОМИЯ 	цена сделки	Недорого, бонусы, скидки, подарок, акция, три в одном, без лишних затрат, выгодно, соотношение цены-качества (лучший вариант за такие деньги)
	экономия в будущем	Позволяет сэкономить на бензине, на ремонте, на КАСКО и т.д. Затраты быстро себя окупят Да, сейчас дорого, но зато сможете сэкономить в будущем

- Доп оборудование предлагаем в трех вариантах, начинаем с дорогого, при необходимости, переходим к дешевому варианту (один из вариантов - ассортимент импортера)*:
 - Премиум – высокая цена, высокое качество
 - Оптимальный – средняя цена, хорошее качество
 - Эконом – низкая цена, стандартное качество
- Проговариваем производителя, условия гарантии на 3/ч и работы
- Стоимость товаров и услуг, время исполнения

Кто задает вопросы, тот и управляет беседой

ОТКРЫТЫЕ ВОПРОСЫ – расширяют диалог. «При каких условиях проявляется проблема?»

ЗАКРЫТЫЕ ВОПРОСЫ - обычно ограничивает диалог. «проблема только при торможении», «будем проводить диагностику?»

АЛТЕРНАТИВНЫЕ ВОПРОСЫ - направляют выбор клиента на нужные для сотрудника варианты/альтернативы. Обычно ограничивают диалог. «Вам удобней приехать в среду или пятницу?»

ДА- ВОПРОСЫ - вы **ОБЯЗАТЕЛЬНО** получите ответ «да». «Вы хотите сэкономить на последующем ремонте»

УТОЧНЕНИЕ – «хотел бы уточнить»

ПЕРЕФРАЗИРОВАНИЕ (парафраз) – «правильно ли я вас понял, что...»

- "Эхо" - повторение последних слов собеседника.
- Подбадривайте собеседника (угу, ага, правда? и т.д.)
- Сохраняйте визуальный контакт
- Наклоняйтесь к собеседнику (если собеседник не нравится, мы инстинктивно от него отклоняемся)
- Не прерывайте собеседника (даже если тема вам надоела)