**Задание 1.** Внимательно посмотреть видео лекции (№ 1 и № 2) и выполнить опорный конспект:

**Опорный конспект: РАБОТА С КЛИЕНТАМИ**

1. Анализ своих клиентов «Сколько денег приносят клиенты?»

**Ключевые клиенты: 20% клиентов дают 80% доходов**

**С -**

**В -**

**А -**

1. «Как понять, что потребитель у нас хочет купить?»
2. **Прояснение потребности**(пирамида Маслоу)**;**
3. **Степень готовности к покупке:**

**А – готовность - \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

**В – готовность - \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

**С – готовность - \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

1. «Как себя позиционировать?»

**Пирамида торга**

 \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

 \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

 \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

 \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

 \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

1. «Как работать с возражениями клиентов?»

 **Виды возражений:**

* \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_)
* \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_)
* \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_)

***Если я решу эту проблему,***

***Вы приобретёте товар?***

**Задание 2.** Изучите материал «Стандартная модель работы с возражениями»

*Суть данной методики крайне проста: спорить с клиентом нельзя, нужно правильно соглашаться и только после этого приводить свои контраргументы.*

 *Эта методика на самом деле хорошо зарекомендовала себя, но ее нужно правильно использовать.*

 *При этом, как показывает практика, можно выделить основные ошибки, которые делают использование данной методики неэффективным.*

*1. Полное согласие с клиентом:*

*- У вас высокая ставка по кредитам!*

*- Я полностью с вами согласен! Но...*

*В данном случае мы видим, что сотрудник полностью соглашается с точкой зрения клиента и признает, что в банке высокая ставка по кредиту. Хотя задача на этом этапе сводится к тому, чтобы просто психологически поддержать клиента, выделить в его возражении то, с чем действительно можно согласиться:*

*- У вас высокая ставка!*

*- Величина процентной ставки действительно важна при оформлении кредита, при этом...*

*2. Противопоставление (неискреннее согласие):*

*- У вас большой пакет документов для рассмотрения заявки!*

*- Я понимаю вас, однако...*

*Любое противопоставление ("но", "однако") ставит под большое сомнение искренность вашего присоединения. В некоторых случаях фразы типа "Я вас понимаю, но..." звучат как "Я вас послушал, теперь вы меня послушайте".*

*3. Отсутствие обратной связи после ответа на возражение.*

*Автору часто приходилось наблюдать ситуацию, когда сотрудник убедительно и аргументированно отвечал на возражения клиента, при этом клиент все равно сказал: "Я подумаю".*

 *Это могло произойти по той причине, что клиент не получил исчерпывающего ответа на свое возражение, у него остались сомнения.*

*Именно поэтому важно не просто ответить на возражение, но и запросить обратную связь от клиента сразу же после ответа.*

*Если вы не сторонник американских агрессивных продаж и не готовы после каждого ответа спрашивать: "Оформляем?", - вы можете задать нейтральные вопросы: "Что скажете? Как вам? Я ответил на ваш вопрос? Есть ли еще вопросы?". В данном случае важны не столько слова, сколько сам факт получения от клиента обратной связи.*

**Задание 3.** Решите задания бизнес-кейса «Работа с возражениями клиентов» (письменно в тетради)!

Розничная сеть осуществляет продвижение сотовых телефонов и аксессуаров к ним. Большинство брендов, которые представлены в этой сети, присутствуют и в других сетях. При этом ценовая политика сети не рассчитана на потребителя с низким уровнем дохода.

 **1.** Ответьте на нижеследующие основные возражения клиентов:

1. Сломался недавно купленный телефон.
2. Как корректно отказать в том, что мы не имеем права сделать:

- Примите платёж 150 руб. (минимальный платеж 300 руб.);

- Мне разонравился телефон (телефон в исправном состоянии). Обменяйте его.

3. Не прошёл платёж, который я осуществил еще вчера.

4. Клиент хочет модель, которой нет (вообще снята с производства или отсутствует на данный момент).

5. Дорого (модель).

6. Дорого (у вас в магазине).

7. Почему комиссию за платежи берёте?

8. Маленький ассортимент.

9. Сделано в Китае (страна не вызывает доверия).

10. Вы не меняете телефон просто так в течение двух недель без заключения сервис-центра, а другие («Связной», «Евросеть») это делают.

11. Аксессуары мне не нужны.

  **2.**Перечислен список конкурентных преимуществ в виде характеристик. Переведите их в выгоды для клиента.

1. Весь товар сертифицирован.
2. Действует дисконтная программа.
3. Мы – официальный авторизованный дилер основных брендов.
4. Большое количество удобно расположенных офисов.
5. Комфортная обстановка.
6. Возможность получить консультацию.
7. Гарантия полгода на аксессуары.
8. Разнообразные формы оплаты.
9. Интернет-магазин.
10. Наличие сервисных центров.