



**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.

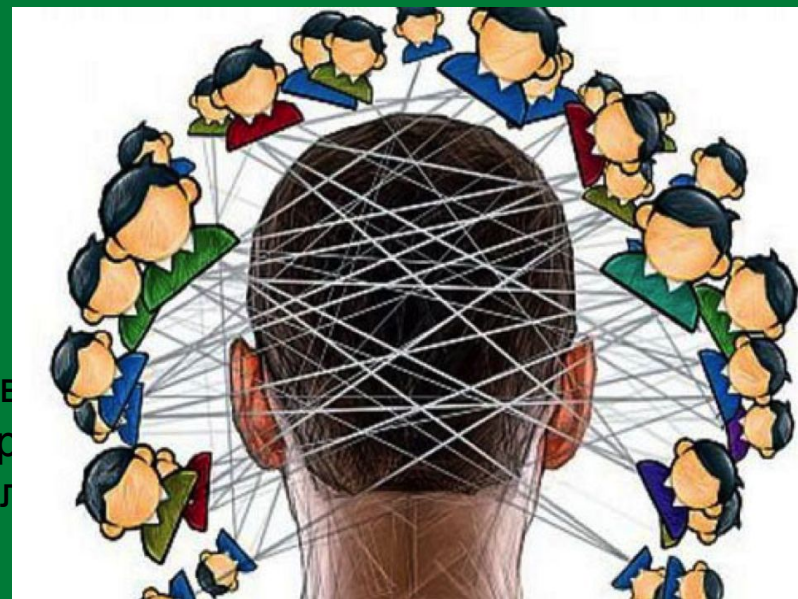


## КОМПЕТЕНЦИИ МЕНЕДЖЕРА : раз

**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 намерений, 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.

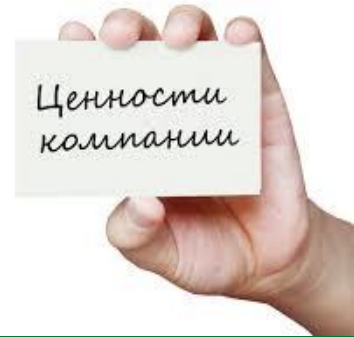


# ЦЕННОСТИ ПОТРЕБНОСТИ ТРЕБОВАНИЯ

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.*



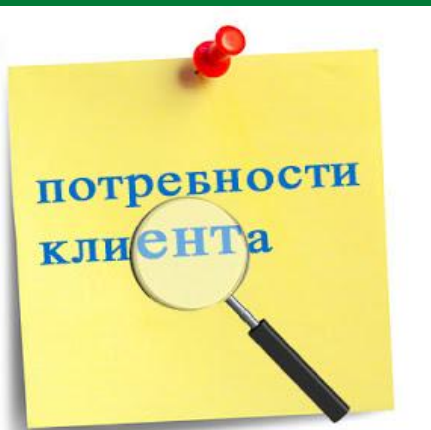
## ЦЕННОСТИ ПОТРЕБНОСТИ ТРЕБОВАНИЯ

**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.

