

**ДОБРО ПОЖАЛОВАТЬ НА ТРЕНИНГ:
«НАВЫКИ КАЧЕСТВЕННОГО СЕРВИСА И ПРОАКТИВНЫХ
ПРОДАЖ»**



 **БАНК
САНКТ-ПЕТЕРБУРГ**

Обо мне...



Главный специалист Отдела
Развития
и Обучения персонала

В банке с октября 2014

Опыт в продаж 9 лет

Знакомство

- название команды
- что объединяет участников
- хобби
- образование
- опыт в продажах



Правила



7 шагов в работе с клиентом



**VII. Завершение
контакта**

**VI. Кросс-
продажа**

**V. Закрытие
сделки**

**IV. Работа с
возражениями**

**III. Презентация
продукта/услуги**

**II. Выявление
потребностей**

**I. Установление
контакта**

Установление

Что оказывает наибольшее воздействие на формирование первого **контакта** впечатления?

Вербальное воздействие
осуществляется при помощи речи

Невербальное воздействие
осуществляется при помощи жестов и мимики



Параречевое воздействие тон и тембр голоса



Радость

Морщины в уголках глаз

Щеки приподняты

Задействованы мышцы вокруг глаз



Установление контакта

1

• ПРИВЕТСТВИЕ

- ✓ Улыбнитесь, установите зрительный контакт с клиентом перед началом беседы.
- ✓ Первым поприветствуйте клиента. Приветствие должно быть положительно окрашенным, доброжелательным, инициативным.
- «Здравствуйте!», «Добрый день!», «Рады видеть Вас!».
- ✓ Обращайтесь к клиенту на «Вы», даже если это подросток или ребенок.
- ✓ Поблагодарите клиента за ожидание в очереди, если ему пришлось ждать, например:
- «Спасибо за ожидание».

2

• ВЫЯСНЕНИЕ ЦЕЛИ

- ✓ Дайте клиенту почувствовать, что он обратился к профессионалам, готовым решить любой его вопрос. Вежливо начните диалог:
- «Чем могу быть полезной?», «Какую консультацию Вы хотели бы получить?», «Какую операцию Вы хотели бы совершить?», «Буду рад(а) ответить на Ваши вопросы», «Я Вас внимательно слушаю».
- ✓ Сделайте паузу, не говорите сразу после первой фразы. Иначе впечатление о Вашей готовности помочь будет ослаблено.

3

• ОДОБРЕНИЕ

- ✓ Выслушайте ответ клиента и используйте в ответ фразу, которая продемонстрирует Вашу поддержку и одобрение того, с чем обратился к Вам клиент:
- «Хорошо, я постараюсь Вам помочь», «Да, я могу помочь Вам в решении этого вопроса», «Спасибо, что заинтересовались. Расскажу подробнее»

4

• ЗНАКОМСТВО

- ✓ Представьтесь клиенту, например:
- «**Меня зовут Екатерина!**».
- ✓ Уточнить, как к клиенту будет удобнее обращаться Вы можете уже в процессе диалога в любой удобной для Вас форме, например:
- «**Как я могу к Вам обращаться?**»
- ✓ Используйте имя клиента в течении всего контакта – это самый простой способ расположить к себе клиента. Обращаться к клиенту по имени можно в ключевых точках диалога.

5

• ОРИЕНТАЦИЯ

- ✓ Проговорите с клиентом ваши дальнейшие действия:
- «**Иван Иванович, для того чтобы подобрать наиболее подходящий для Вас продукт, я задам несколько вопросов.**» (Данная фраза поможет избежать ощущения допроса у клиента)

Выявление потребностей

Потребность выгоды
(экономия, прибыль)

Потребность
признания

Потребность иметь
возможности

Потребность в
комфорте

Потребность в надежности,
безопасности

Потребность в
эмпатии

Эмоциональные потребности
(новизна, эстетика,
оригинальность)



Что помогло выявить потребность

Снегурочки?



**Играем в
Угадайку!**

Воронка вопросов

Воронка вопросов – техника задавания вопросов от общего к частному, которая позволяет быстро и точно выявить все потребности клиента.



Выявление потребностей



Открытые вопросы

Вопросы, предполагающие развёрнутый ответ или однозначный ответ

«Расскажите подробнее о...?»
«Какая сумма Вам необходима?»

Альтернативные вопросы

Вопросы в формулировке которых содержатся варианты ответов

«Вам удобнее аннуитетные или дифференцированные платежи?»

Закрытые вопросы

Вопросы, на которые можно дать положительный или отрицательный ответ («да» или «нет»)

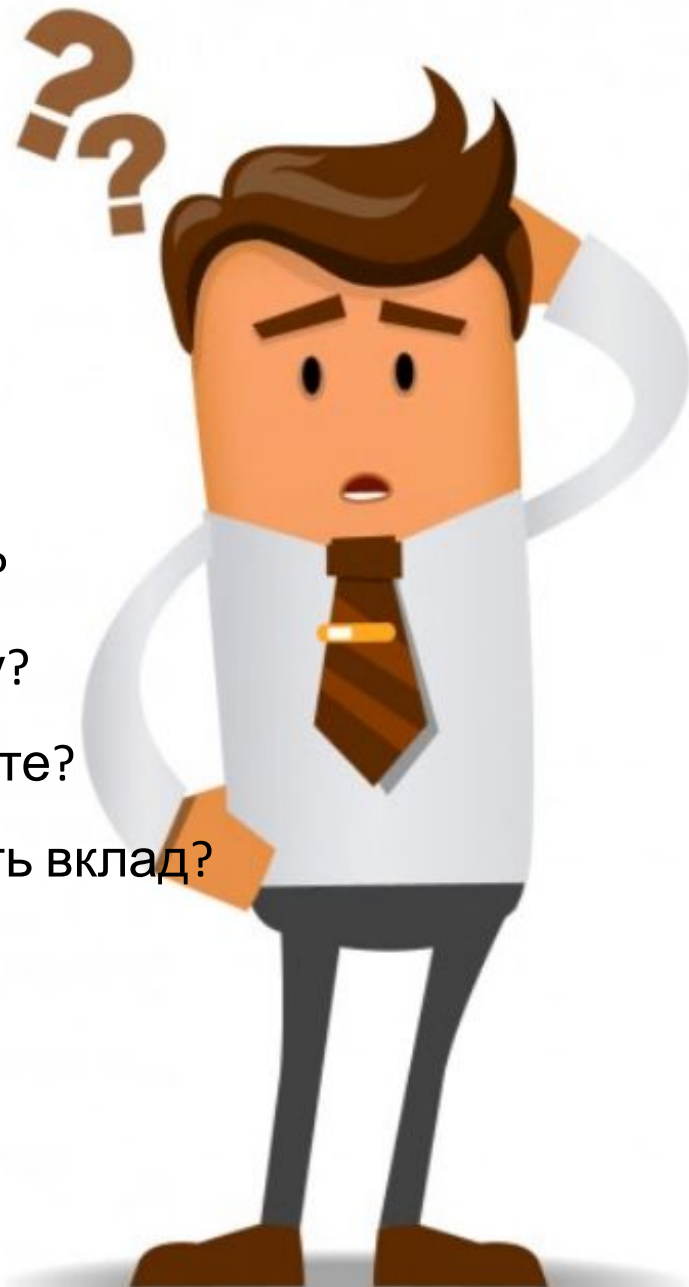
«Вы желаете открыть счет в российской валюте?»





Примеры открытых вопросов

- ✓ На какие цели необходим кредит?
- ✓ Какая сумма кредита необходима?
- ✓ Как планируете использовать карту?
- ✓ Как часто совершаете покупки по карте?
- ✓ Какими характеристиками должен обладать вклад?
 - ✓ Опишите карту своей мечты



Приемы активного слушания

Активное слушание – техника позволяющая продемонстрировать внимание к собеседнику, понимание содержания сказанного им, а так же проверить правильность понимания слов клиента.

Невербальная поддержка собеседника:

«Да-Да»

«Конечно»

«Я Вас внимательно слушаю»

Дословное повторение:

«Вы говорите о том, что...»

«Вы считаете, что ...»

«По Вашему мнению...»

Перефразирование:

«Правильно ли я Вас понял(а)...»

«Другими словами ...»

«Поправьте меня, если я ошибаюсь ...»

Уточнение:

«Расскажите конкретнее о ...»

«Расскажите по подробнее о ...»

«Что Вы понимаете под ...»

Обобщение:

«Таким образом ...»

«Если подвести итог...»

«Обобщая то, что Вы сказали ...»



Презентация решения

Цели этапа «Презентация решения»:

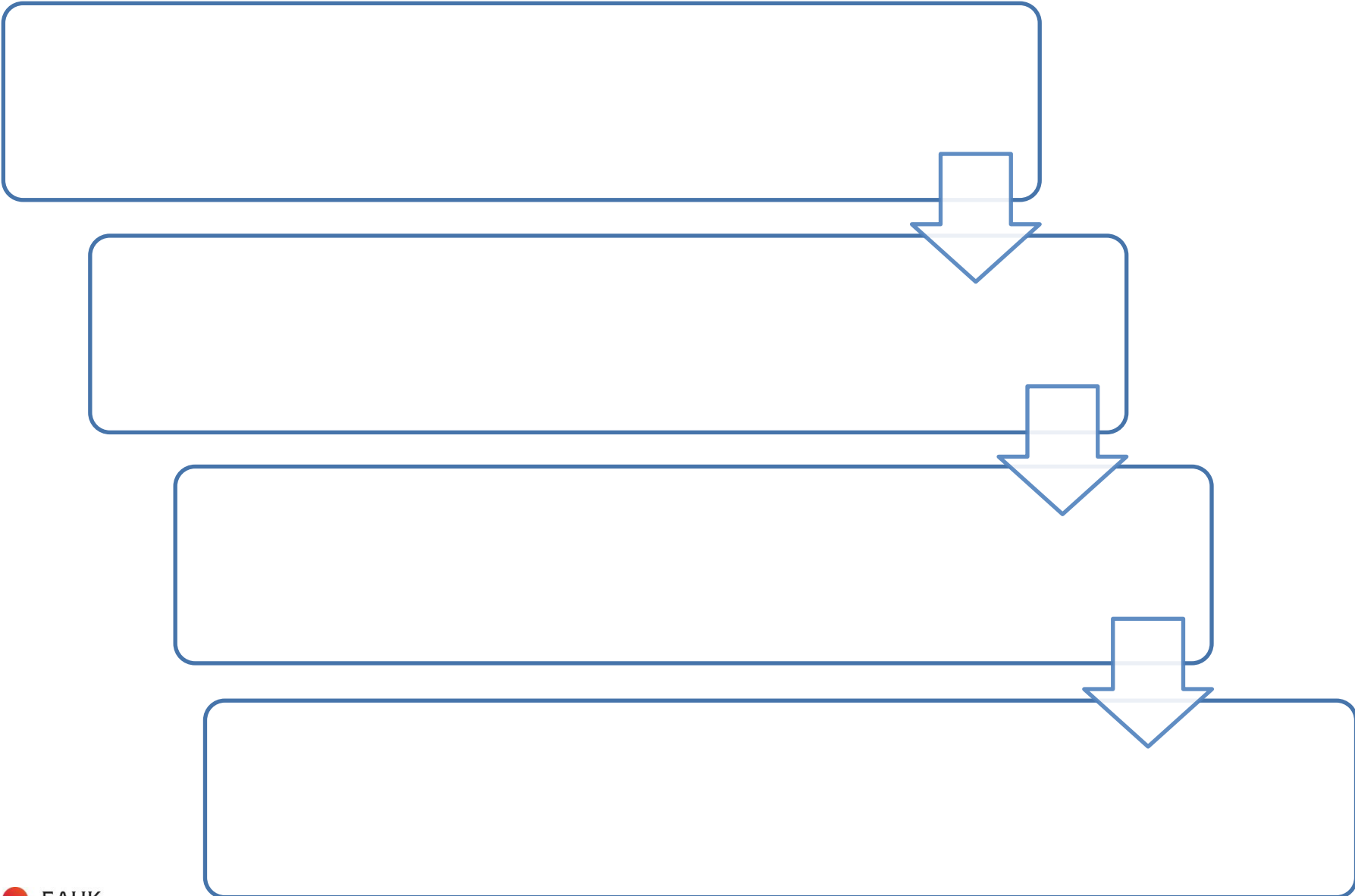
1

Предоставить ценную информацию о продукте

2

Связать информацию о продукте с актуальными потребностями клиента

Презентация продукта





Работа с возражениями

Возражения – это знак заинтересованности!

Высказывая свои вопросы, недовольства, клиент чаще всего просто пытается удостовериться в своем выборе, возможно он еще не уверен и нуждается в дополнительной информации. Ваша задача – подобрать меткие аргументы.

Они не должны ставить вас в тупик!









Техника работы с возражениями

Выслушать

Принять

Это действительно важный вопрос...

Я согласен(а) с тем, что...

Я понимаю Ваше стремление найти оптимальный вариант

Я понимаю, это неприятная ситуация

В такой ситуации я тоже...

На первый взгляд так может показаться...

Уточнить

Поясните, что Вы имеете в виду?

Позвольте уточнить, почему у Вас сложилось такое мнение?

Позвольте уточнить, а что именно Вам не нравится?

Ответить

при этом...

и вместе с тем...

и в тоже время...

именно по этому...

Примеры возражений

- ✓ Дорого
- ✓ В другом банке ставки по вкладам выше
 - ✓ У меня уже есть кредит
 - ✓ Я не доверяю интернет-среде
 - ✓ Мне ничего не надо
 - ✓ Спасибо. Я подумаю



Завершение сделки

Цели этапа «завершение сделки»:

1

Помочь клиенту принять решение и поддержать его

2

Обеспечить гладкий запуск работы с Банком и профилактику неудовлетворенности

Завершение сделки

Техника ориентации на решение – прием, который поможет Вам подвести клиента к завершению сделки.

- 1 • Упрощенное принятие решения (показать, что решение не окончательное)
- 2 • Прямое предложение
- 3 • Косвенные решения (спросить про будущее: когда планируете воспользоваться картой?)
- 4 • Суммирующее завершение (резюме)
- 5 • Ограничения
- 6 • Выбор без выбора (откроем вклад в ИБ или в ДО?)



Кросс-продажа

Это предложение клиенту, у которого есть какой-либо продукт или услуга Банка, воспользоваться дополнительными продуктами Банка.

Зачем нужны кросс-продажи?

- ✓ Клиент, у которого много разных продуктов Банка, гораздо более лоялен и ему гораздо сложнее перестать пользоваться услугами Банка, таким образом, количество продуктов и услуг банка влияет на то, как долго конкретный человек будет оставаться его клиентом;
- ✓ Главный канал продаж для Банка, т.к. в основном клиенты обращаются в офисы за сервисом;
- ✓ Чем больше продуктов будет у каждого клиента, тем больше прибыли он будет приносить Банку, а значит финансовая стабильность Банка будет расти.

Кросс-продажа банковских услуг

Клиент оформляет пластиковую карту. В качестве кросс-продажи идеально подойдет SMS-сервис!

Клиент оформляет кредит. В качестве кросс-продажи предложите ему ИБ!

Зачем нужно проявлять

активность?

Клиент в 80% случаев не знает, какие дополнительные услуги или продукты есть у Банка и Ваша задача рассказать о них так, чтобы клиент понял, что именно этого ему и не хватало!

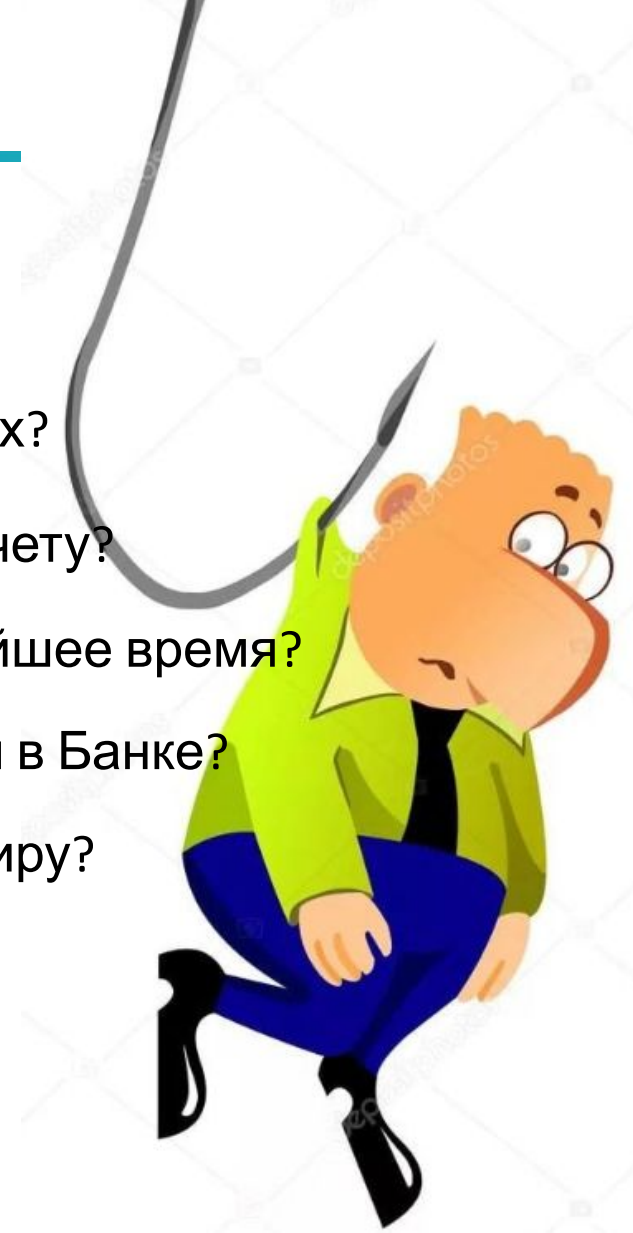






Фраза-зацепка

- ✓ У вас есть кредиты в других банках?
- ✓ Контролируете ли Вы операции по счету?
- ✓ Планируете ли вы крупные покупки в ближайшее время?
- ✓ Слышали о снижении ставок по кредитам в Банке?
 - ✓ Вы уже защитили свою карту/квартиру?



Завершение контакта

Цели этапа «Завершение контакта»:

1

Сохранить приятное впечатление от посещения Банка

2

Простимулировать клиента к дальнейшему сотрудничеству

Завершение контакта

Резюме итогов встречи	<ul style="list-style-type: none">✓ Проговорите с клиентом основные договоренности и проинформируйте клиента о дальнейших шагах: «Алексей Иванович, сегодня я передаю Ваши документы на рассмотрение в кредитный комитет, в течении Дней они будут рассмотрены. Как только решение будет известно мы Вас о нем известим. Это будет примерно...числа»;✓ Уточните, не осталось ли вопросов у клиента;✓ Поблагодарите клиента за визит и обращение в наш Банк;
Передача рекламных материалов	<ul style="list-style-type: none">✓ Обязательно передайте клиенту материалы по обсуждаемому продукту, если консультация не завершилась заключением сделки. Клиент не должен уходить из Банка с пустыми руками;✓ Также предложите взять клиенту буклеты по другим продуктам Банка, которые могли бы быть интересны дня него;✓ Сообщите свою контактную информацию/дайте визитную карточку или общие контакты офиса/Банка, чтобы клиент мог позвонить, если у него возникнут вопросы.
Прощание	<ul style="list-style-type: none">✓ Прощаемся улыбкой, легким кивком головы;✓ При завершении контакта вежливо попрощайтесь с клиентом любой простой и естественной, удобной для Вас фразой, например, - «До Свидания!», «Всего доброго!», «До встречи!»;✓ Дополнительно могут быть сказаны позитивные фразы, если они уместны и комфортны для обеих сторон, например, - «Хорошего дня!»
Приглашение к повторному визиту	<ul style="list-style-type: none">✓ Общение с клиентом важно закончить фразой, приглашающей к повторному визиту: - «Приходите к нам еще!», «Ждем Вас снова!»
Последний контакт	<ul style="list-style-type: none">✓ Попрощавшись с консультантом, по дороге к выходу клиент может проходить мимо других менеджеров . Менеджеры, не занятые обслуживанием других клиентов в этот момент, должны визуально поддержать контакт и попрощаться с уходящим клиентом кивком головы и улыбкой. Таким образом мы создаем общую доброжелательную и комфортную атмосферу как для сотрудников, так и для всех посетителей офиса.

**Сногшибатель
ных продаж!**

