

«ДОЖИМАЙТЕ» НЕЖНЕЕ! ЕЩЁ НЕЖНЕЕ!

Стань мастером,
следуя советам
международного
бизнес-тренера



ДОЖИМ КЛИЕНТА

Майк Люфф

64 экспертных совета



СОДЕРЖАНИЕ

Обращение автора.....	3
Режим «Дожим».....	4
Что это.....	5
Причины.....	8
Проблематика.....	9
Что делать руководителю.....	10
64 ЭКСПЕРТНЫХ СОВЕТА.....	11
Все советы списком.....	40
Чек-лист новичка.....	44
Благодарность.....	45
Услуги Salestream Consulting.....	46
Серия «64 совета».....	47



Дорогие друзья!

Большое спасибо за ваш интерес к этой книге и моим идеям.

Много лет я помогаю продавцам, руководителям и бизнесменам достигать новых высот в бизнесе, продажах и личной жизни.

Одним из самых сложных этапов личной воронки продаж как для новичков, так и для более опытных коллег, является этап «Дожим».

Клиенты уходят якобы «подумать», а сами пропадают навсегда. Что же делать продавцам, чтобы их вернуть?

Эта книга содержит 64 экспертных совета для тех, кто хочет научиться грамотно работать на этом этапе и возвращать «заснувших» клиентов.

Я очень надеюсь, что эта книга будет вам полезна и вы сможете использовать её для того, чтобы быстрее достигать своих целей.

Желаю вам счастья, гармонии и успехов в вашем деле!

Искренне вам
Mike Luff

Об авторе

- Сертифицированный международный бизнес тренер и консультант
- Преподаватель программ МВА НИУ «Высшая Школа Экономики»
- Тренер по продажам, входящий в ТОП-10 России
- Основатель бизнес клуба управленцев SalesPortal
- Генеральный директор Salestream Consulting
- Автор более 500 тренинговых программ и учебных курсов
- Профессиональный Executive коуч ICF PCC
- Соавтор деловой игры для продавцов «Стокер»
- Автор методик продаж Smart Sales и FORMULA
- Автор облачных сервисов BPE24 и CRM24
- Сертифицированный тренер по системам Брайана Трейси, Нила Рэкхема и ряда других
- Обладатель премии медиахолдинга BILD
- Личный коуч более 400 CEO и предпринимателей
- Спикер Сколково и Синергия
- Автор многих книг и статей

Telegram: **@MikeLuff**

Instagram: **@MikeLuffa**

Сайт: **www.salesportal.ru**

64

ЭКСПЕРТНЫХ СОВЕТА

RAPPORT

1 РАППОРТ

Конечно первой и главный совет – устанавливайте на каждой встрече раппорт – обстановку взаимного доверия и уважения с клиентом. Без раппорта вероятность того, что клиент может от вас «прятаться» после первой встречи, резко возрастает. Хотя ещё более вероятно, что он вообще не захочет с вами продолжать иметь дело. Раппорт – это первая и главная задача на любой встрече. И это ваша первая страховка от «дожима».

SPECIFICS

2 КОНКРЕТИКА

Превратите «подумаю» в конкретику. Как только на встрече звучит фраза «Я подумаю», сразу задавайте уточняющие вопросы. Например: «Нужно ли вам предоставить дополнительную информацию?», «Остались ли у вас какие-то вопросы?», «Имеет ли смысл подключить технического специалиста?». И не задавайте глупые вопросы: «А, о чём вы будете думать?», «А, может быть, мы подумаем с вами вместе?», «А, давайте я подумаю за вас?» и т.п.

OBJECTIONS

3 ВОЗРАЖЕНИЯ

Работайте с возражениями заранее. Самое сложное возражение – такое, на которое у вас нет ответа и к которому вы не подготовились. Соответственно, мой совет – отработайте все возможные возражения заранее. Хотя бы насколько это возможно. Если клиент не получает ответа на возражения, он уносит их с собой и потом ищет ответы без вас. А это вам невыгодно. И прочитайте мою книгу про возражения.

“

**НЕ НАДО ВНАЧАЛЕ
КАЖДОГО ВОПРОСА
ВСТАВЛЯТЬ ЭТУ
ЛИШНЮЮ БУКВУ «А».
ВМЕСТО «А, ДАВАЙТЕ...»
СКАЖИТЕ ПРОСТО
«ДАВАЙТЕ». ДА, И С
«ДАВАЙТЕ» ДАВАЙТЕ
ТАМ ПООСТОРОЖНЕЕ.**

IMPORTANCE

4 ВАЖНОСТЬ

Если встреча прошла удачно, если вы отлично справились с выявлением потребностей и предложили клиенту решение, которое формально его устраивает, то всем этим вы создаёте ощущение важности этой покупки. Его можно усилить путём «выпячивания» ценности, которую приносит клиенту ваш продукт. Опишите её как можно ярче и прямым текстом перечислите клиенту бенефиты, которые он получит вместе с продуктом. Если сделка важна – клиенты от неё не бегают.

“

Большая часть профилактики «дожима» делается не тогда, когда клиент уже не отвечает на звонки и письма, а на самой встрече

URGENCY

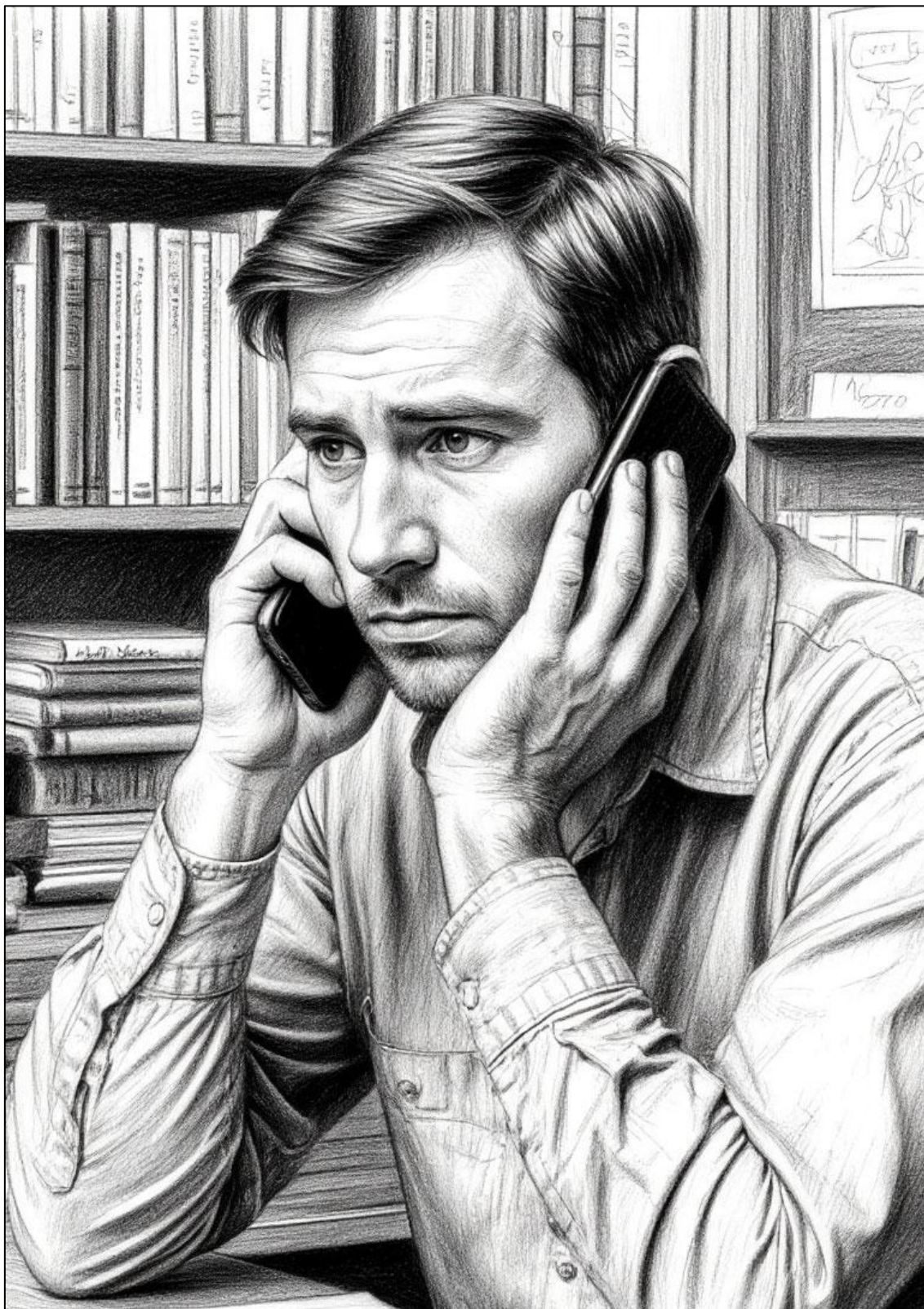
5 СРОЧНОСТЬ

Создайте ощущение срочности через прессинг времени. Если по какой-то причине время сделки будет ограничено, то вероятность того, что клиент куда-то пропадёт, резко снижается. Например заканчивается продукт, подходит срок годности, срочно нужно внести аванс и так далее. Когда будете говорить о времени чуть-чуть ускоряйте темп речи, как будто у вас отходит поезд, и вы «как бы» немного торопитесь.

TRIAL CLOSING

6 ПРОБНОЕ ЗАКРЫТИЕ

Это популярная во всём мире техника позволяет проверить текущую готовность клиента к покупке. Иногда клиент уже готов покупать, а продавец всё ещё чего-то говорит или, наоборот, почему-то заканчивает встречу и уходит. Не странно ли? Пробное закрытие — несложный, но эффективный метод. Делается он следующим образом — вы говорите клиенту примерно такую фразу: «Иван Иванович, если вас всё устраивает, можем ли мы сейчас обсудить детали поставки или у вас остались ещё какие-то вопросы?».



**— Возьми трубку! Возьми трубку! Возьми трубку! Я не буду тебя доставать!
Обещаю! Но для этого возьми трубку! Возьми! Возьми...**



COMMUNICATIONS

КОММУНИКАЦИИ

Чтобы снизить вероятность того, что вы войдёте в ~~ниже~~ «режим дожим», спросите у клиента про удобный для него метод коммуникации между встречами. Некоторые клиенты любят общение по почте, другим удобнее мессенджеры, третьим надо звонить, четвёртые скажут, что им удобнее общаться через их помощника. В любом случае этот вопрос уберёжет вас от некомфортного для клиента метода общения.

“

Некоторые продавцы иногда называют «спрятавшихся» клиентов «покемонами», так как была игра, где этих существ приходилось ловить



NEXT STEPS

СЛЕДУЮЩИЕ ШАГИ

Это очевидный и, разумеется, обязательный шаг который должен происходить в конце любой встречи. Вы вслух называете те шаги, о которых вы договорились с клиентом. И в конце обязательно спросите: «Ничего ли я не упустил?». Клиент вам или подтвердит, что всё верно, или добавит что-то. После этого спросите, что вам следует сделать, если клиент не выйдет на связь.

POKEMON STORY

ИСТОРИЯ ПРО ПОКЕМОНА

Если вы установили хороший раппорт, можно в конце разговора, когда вы обсудите следующие шаги и спросите, клиент ли согласен с ними, сказать: «Если вы не против, давайте покемоны».

КОНЕЦ ОЗНАКОМИТЕЛЬНОГО ФРАГМЕНТА



Дорогие друзья!

**ВЫ ЗАКОНЧИЛИ ЧИТАТЬ ОЗНАКОМИТЕЛЬНЫЙ ФРАГМЕНТ МОЕЙ КНИГИ!
КУПИТЬ ЕЁ И ДРУГИЕ КНИГИ СЕРИИ «64 СОВЕТА» МОЖНО НА САЙТЕ**

www.salesportal.ru/books

**А ТАКЖЕ В ТЕЛЕГРАМ-КАНАЛЕ [@MIKELUFF](#)
И ИНСТАГРАМ [@MIKELUFFA](#)**

Спасибо, и до связи!

**С уважением,
Майк Люфф**



Свяжитесь со мной, если вам нужны:

- Тренинги по продажам
- Тренинги по переговорам
- Тренинги по обработке возражений
- Тренинги по продажам сложных продуктов и услуг с длинным цикле
- «Холодные» звонки и лидогенерация
- Проектные продажи
- Розничные продажи
- Тренинги по тайм-менеджменту
- Проведение стратегической деловой игры «Стокер»
- Стратегические сессии
- Тренинги для руководителей
- Общий менеджмент
- Стратегический менеджмент
- Персональный менеджмент
- Управление продажами
- Создание и развитие команды
- Внедрение CRM / LMS
- Индивидуальное обучение
- Executive коучинг
- Создание Учебного класса

Полный список продуктов и услуг смотрите на сайте

www.salesportal.ru.

series 64 books

Заказать книги серии «64 совета»
и методическую поддержку можно
на сайте www.salesportal.ru
или в Telegram @MikeLuff

