

A person wearing a red long-sleeved shirt is sitting at a desk, typing on a laptop. The laptop screen shows a website with a red header and some text. The background is dark and out of focus, showing a desk lamp and a small potted plant. The overall scene is dimly lit, with the person's hands and the laptop keyboard being the primary light sources.

РЕЗУЛЬТАТИВНЫЕ СКРИПТЫ ПРОДАЖ

как писать и увеличивать продажи

Что сегодня узнаешь

- Что такое скрипты продаж
- Что лучше импровизация или скрипты
- Почему скрипты никогда не потеряют свою актуальность
- Виды скриптов
- Как написать скрипты не профессионалу



МАРИЯ ЛУКЬЯНОВА

ЭКСПЕРТ ПО УПРАВЛЕНИЮ ПРОДАЖАМИ

Опыт в сфере
Продаж и управления:

15 лет

Обучено:

более 7000 человек

Направление:

Наставничество –малый и
средний бизнес;
Построение бизнес-процессов
(стандарты, функции);
Аудит продаж;
Построение отдела продаж;
Обучение продажам и
управлению;



ВЫ ЛЮБИТЕ КИНО ИЛИ ТЕАТР?



СКРИПТЫ ПРОДАЖ

СЦЕНАРИЙ ДИАЛОГА С КЛИЕНТОМ, В КОТОРОМ
УЧТЕНА ПОШАГОВОСТЬ ДЕЙСТВИЯ МЕНЕДЖЕРА
ДЛЯ ДОСТИЖЕНИЯ ЦЕЛИ



ЦЕЛЬ СКРИПТОВ

«не просто заучить», а свободно уметь ориентироваться в этапах общения с клиентом



ПРОДАЖИ

ЭТО УПРАВЛЯЕМЫЙ ПРОЦЕСС, А НЕ СТИХИЙНЫЙ.
ВЕДИТЕ КЛИЕНТА ПО ЭТАПАМ, НЕ ЖДИТЕ КОГДА
ЭТО СДЕЛАЕТ КЛИЕНТ И ПОЛОЖИТ ТРУБКУ



МИФЫ О СКРИПТАХ



СКРИПТЫ НЕ РАБОТАЮТ



Почему у одних скрипты работают, а у других нет

- Багаж личного и профессионального опыта;
- Предубежденные отношения к инновациям;
- Сложность, или невозможность перестроиться работать по новой схеме;
- Скоропалительные выводы про эффективность скриптов на основе личных предубеждений, а не статистических данных за контрольный период;
- Нет обучения;
- Мотивация сотрудников.



**ЕСЛИ ИСПОЛЬЗОВАТЬ
СКРИПТЫ ЭТО ЧИТАЕТСЯ
И СЛЫШИТСЯ
НЕ ЕСТЕСТВЕННО
ИМПРОВИЗАЦИЯ ЛУЧШЕ**



Импровизация хороша, только если:

- У вас есть опыт в результативных звонках;
- Вы умеете слышать клиента, а не задавать вопросы ради вопроса;
- Если вы не сливаете звонки.



ВИДЕОФРГАМЕНТ



Самые частые ошибки менеджера

Уходить в начале диалога в ответы, на вопросы клиента

Пропуск блока разведки

Презентация общая

Отсутствие сильных аргументов при сомнении

Завершение диалога без подведение итогов и конкретных договоренностей

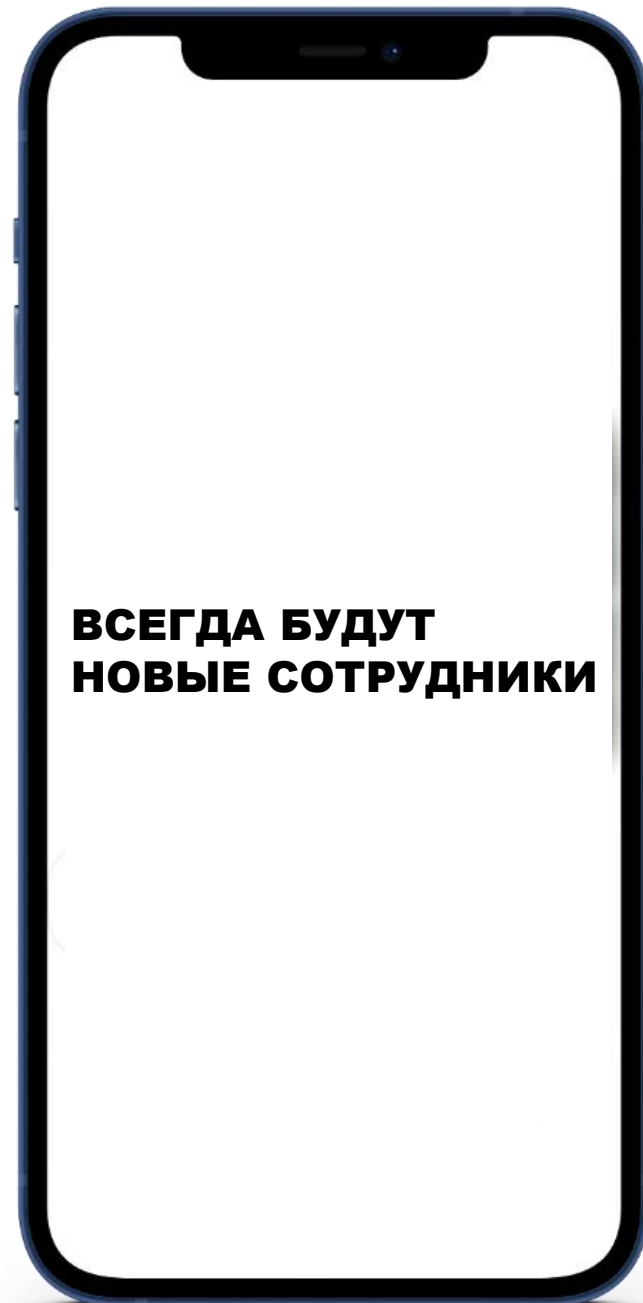


**ПОЧЕМУ СКРИПТЫ НИКОГДА
НЕ ПОТЕРЯЮТ СВОЮ
АКТУАЛЬНОСТЬ?**



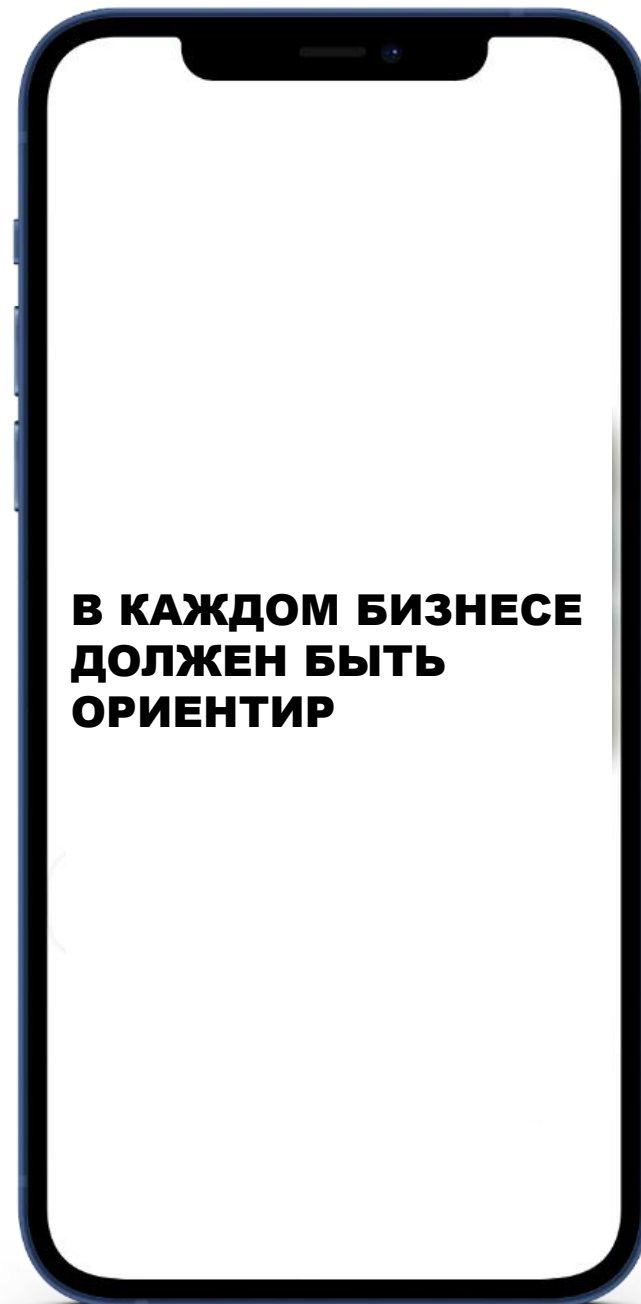
1 ПРИЧИНА

**ВСЕГДА БУДУТ
НОВЫЕ СОТРУДНИКИ**



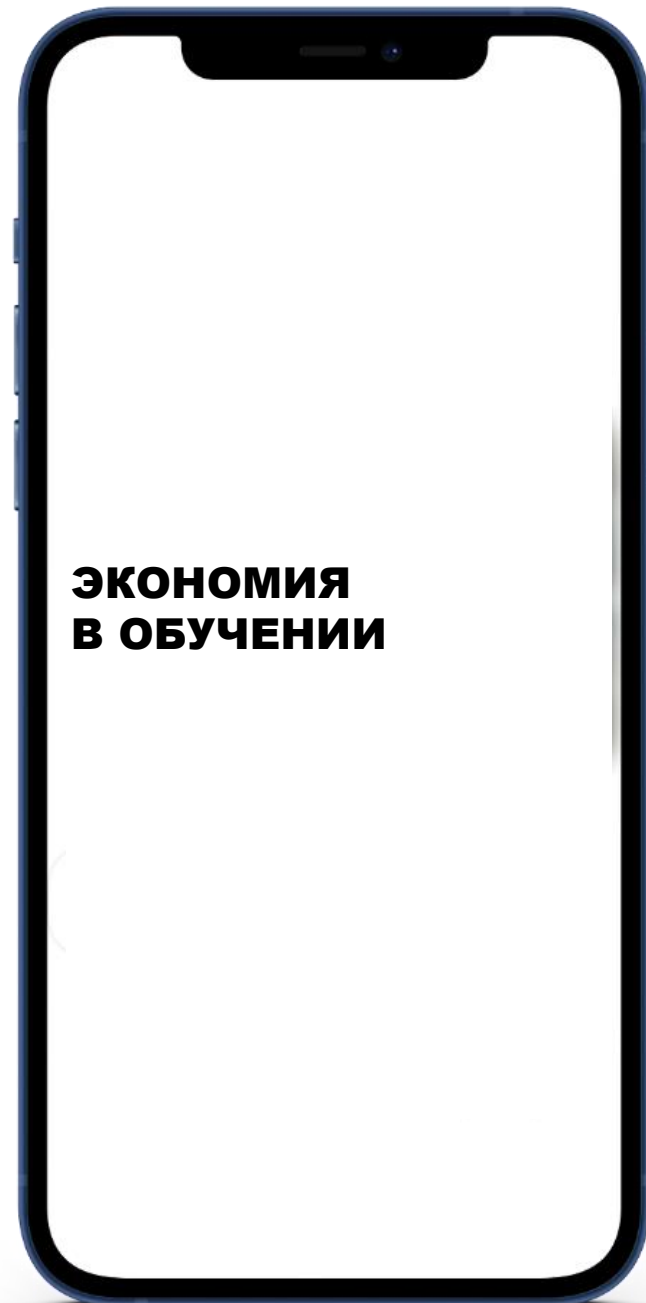
2 ПРИЧИНА

**В КАЖДОМ БИЗНЕСЕ
ДОЛЖЕН БЫТЬ
ОРИЕНТИР**



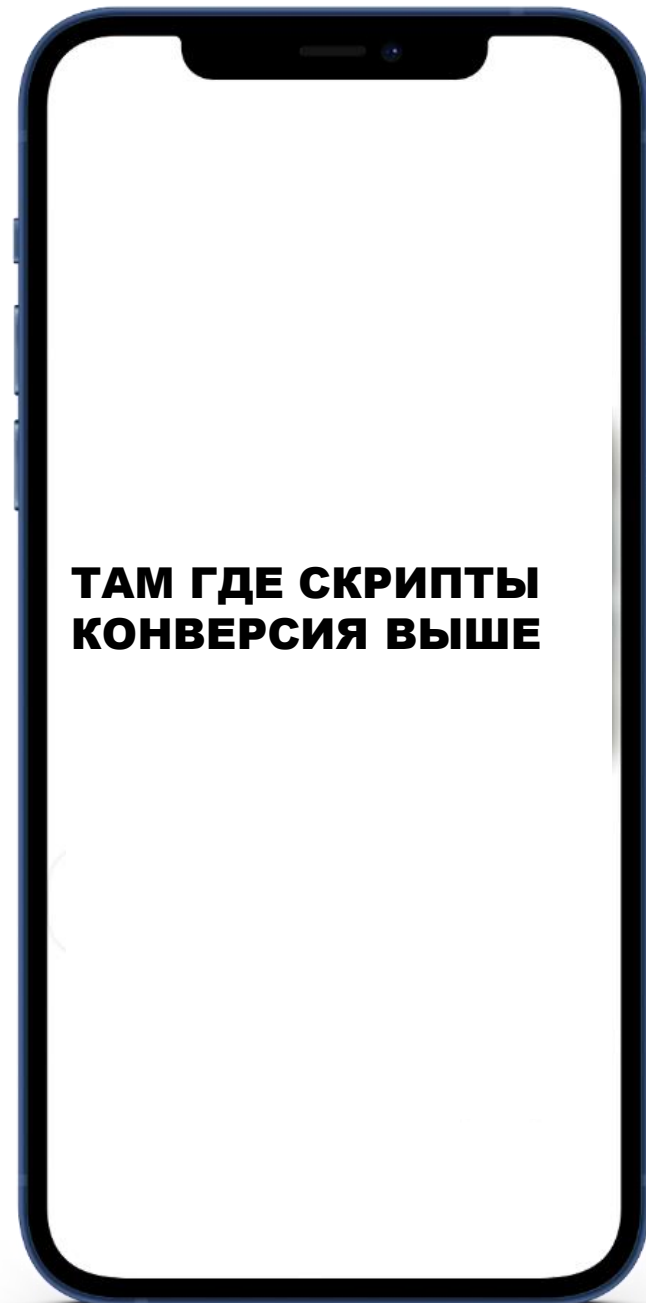
3 ПРИЧИНА

**ЭКОНОМИЯ
В ОБУЧЕНИИ**



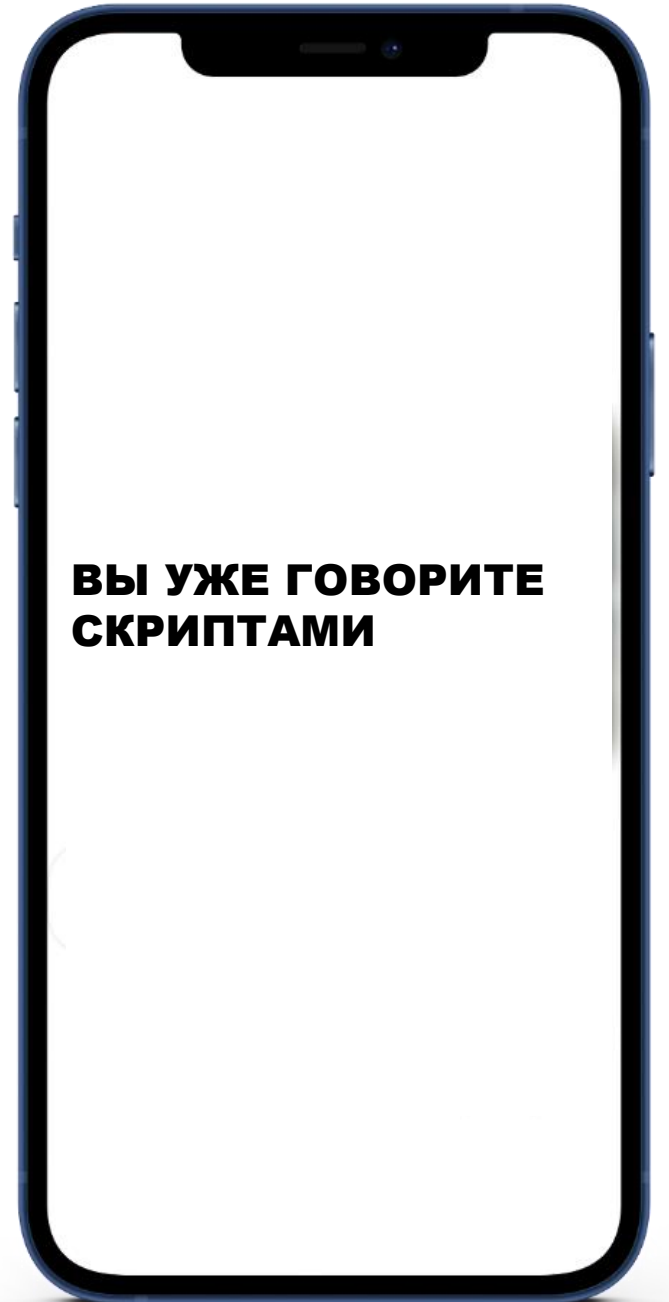
4 ПРИЧИНА

**ТАМ ГДЕ СКРИПТЫ
КОНВЕРСИЯ ВЫШЕ**



5 ПРИЧИНА

**ВЫ УЖЕ ГОВОРите
СКРИПТАМИ**

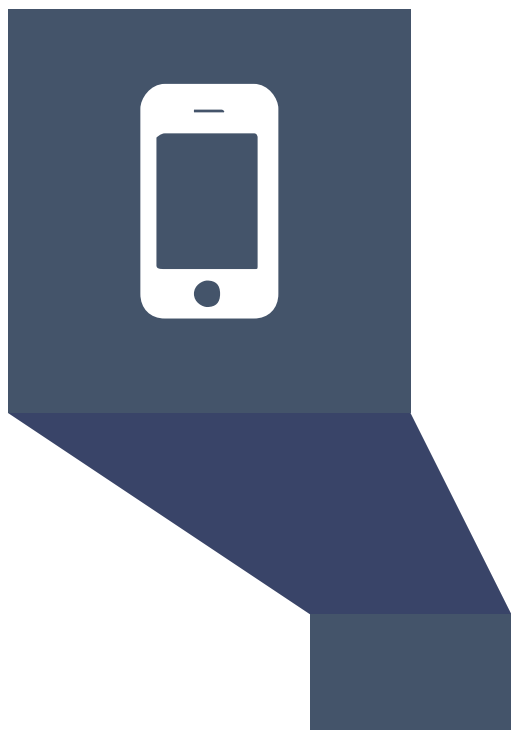


ВИДЫ СКРИПТОВ



ЗВОНКИ

ТЕЛЕФОН



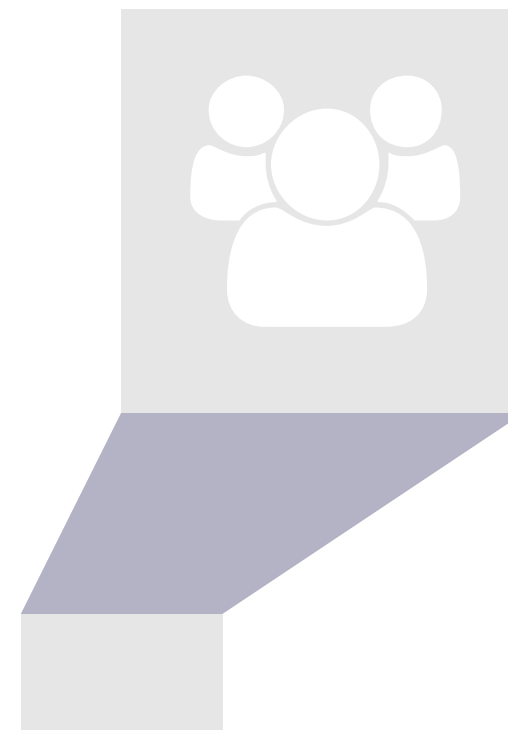
ПЕРЕПИСКА

МЕССЕНДЖЕРЫ



ВСТРЕЧИ

ОНЛАЙН / ОФЛАЙН



2

**СЕКРЕТНЫХ ИНСТРУМЕНТА,
КОТОРЫЕ ЗАКРЫВАЮТ
ЛЮБОЙ ДИАЛОГ**



1 СЕКРЕТНЫЙ ИНСТРУМЕНТ

ЗАКРЫТИЕ



1 СЕКРЕТНЫЙ ИНСТРУМЕНТ

ЗАКРЫТИЕ

ЧЕЛОВЕК ТАК УСТРОЕН:

ОН АВТОМАТИЧЕСКИ ОТВЕЧАЕТ НА ВОПРОСЫ

ПРАВИЛО ЗАКРЫТИЯ:

ВСЕГДА «ЗАКРЫВАЙ» НЕ ОЗНАЧАЕТ ВСЕГДА ПРОДАВАЙ

ЗАКРЫТИЕ НЕ ДАЕТ:

ГАРАНТИИ 100 % ОПЛАТЫ

СУТЬ ЗАКРЫТИЯ:

ПОВЫШАЕТ КОЛИЧЕСТВО СОГЛАСИЙ
ГАРАНТИРУЕТ МОМЕНТАЛЬНУЮ ОБРАТНУЮ СВЯЗЬ

Суть закрывающих вопросов:
повышать количество согласий и получение
моментаальной обратной связи.



2 СЕКРЕТНЫЙ ИНСТРУМЕНТ

ПРОМЕЖУТОЧНЫЕ

МЯГКИЕ

КАК ВАМ?

ЧТО ДУМАЕТЕ?

ЧТО СКАЖЕТЕ?

ТВЕРДЫЕ

ДОГОВОРИЛИСЬ?

СОГЛАСНЫ?

ХОРОШО?



2 СЕКРЕТНЫЙ ИНСТРУМЕНТ: ИЗОБИЛИЕ

ПРЕДЛОЖЕНИЕ

СВОБОДА
ОТКАЗА

МИНИМАЛЬНА
Я ВЫГОДА

ЗАКРЫТИЕ

ПРИМЕР

« _____ (Имя клиента), предлагаю сделать так, я сейчас вам отправлю всю информацию, вы спокойно обдумайте, а завтра наберу и уже более предметно обсудим условия. Как минимум у вас будет понимание, что сейчас на рынке. Хорошо?»



10

**ШАГОВ КАК НАПИСАТЬ
СКРИПТ САМОМУ**



**ПРОПИСАТЬ СВОЙ ПРОДУКТ
ПО ХПВ**



**ВЫЯВИТЬ КАКИЕ *БОЛИ*
У ВАШЕГО КЛИЕНТА**



СДЕЛАТЬ АНАЛИЗ КОНКУРЕНТОВ



**ПОСТАВИТЬ
ЦЕЛЬ МАХ – ЦЕЛЬ МИН**



ПРОПИСАТЬ ЭТАПЫ



**ПРОДУМАТЬ ВАРИАНТЫ
СЦЕНАРИЕВ ДИАЛОГА**



**ПИШЕМ СЦЕНАРИЙ
ПОЭТАПНО**



ВНЕДРЯЕМ И ТЕСТИРУЕМ



АНАЛИЗ ПО ЧЕК-ЛИСТУ И ВОРОНКЕ



**КОРРЕКТИРУЕМ И ВОДИМ
ЧЕРЕЗ ОБУЧЕНИЕ**



ПРОБУЕМ



LUKYANOVA_MA

Цель

ЦЕЛЬ – ЗАПЛАНИРОВАННЫЙ РЕЗУЛЬТАТ

ЦЕЛЬ MAX – МАКСИМАЛЬНО-ВЫГОДНЫЙ ВОЗМОЖНЫЙ ДОСТИЖИМЫЙ РЕЗУЛЬТАТ

ЦЕЛЬ MIN – МИНИМАЛЬНО-ВЫГОДНЫЙ РЕЗУЛЬТАТ

ЦЕЛЬ MAX



Продажа; Отправка КП
со вторым звонком

ЦЕЛЬ MIN



Договоренность о дальнейшем
действии на конкретное время



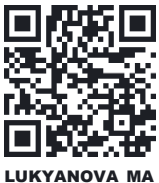
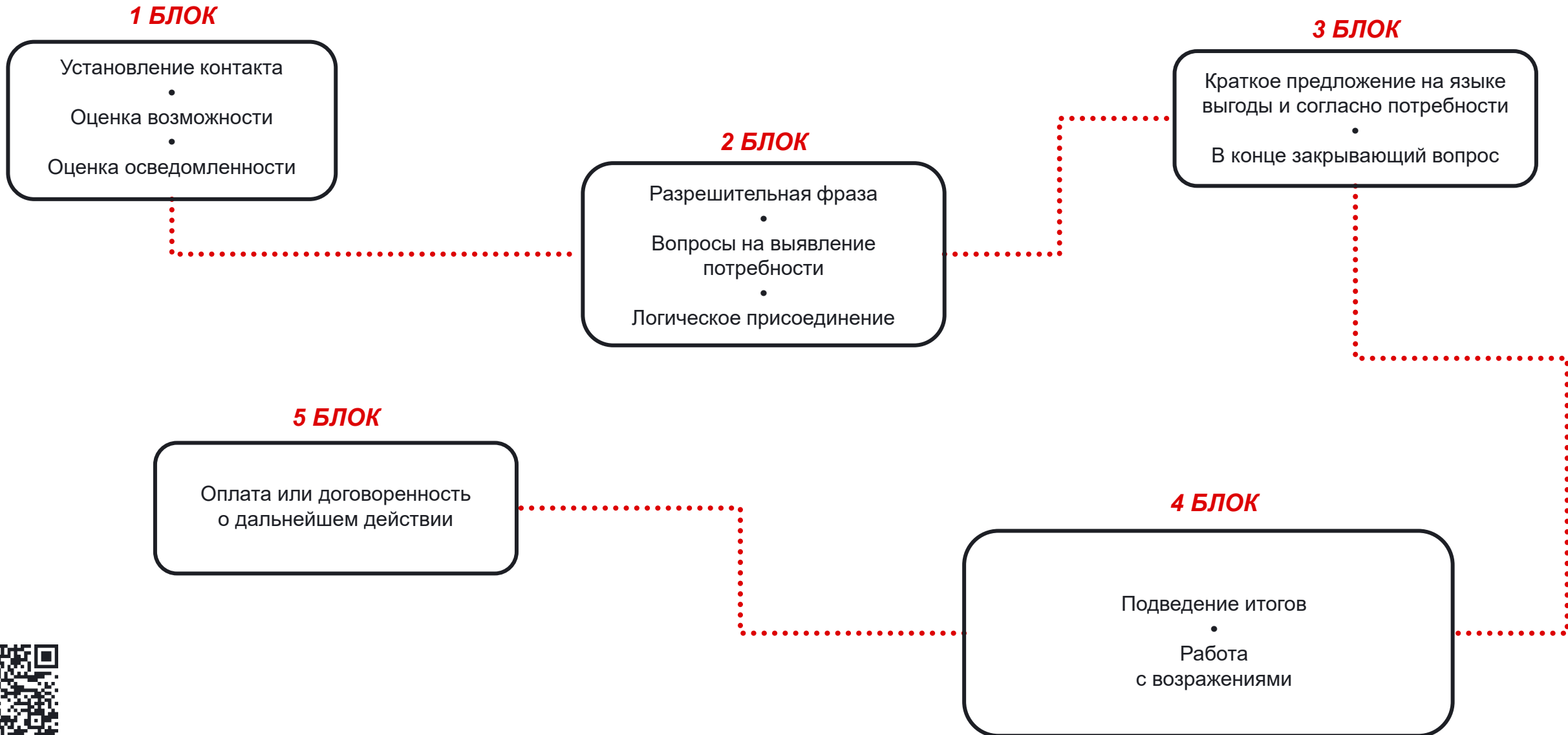
АЛГОРИТМ ЗВОНКА



ЧТО ВКЛЮЧАЕТ СЕБЯ ПОДГОТОВКА?



Алгоритм скрипта напоминает пазл, если каждый блок вы складываете, то образуется единая картина - у вас это либо лояльный клиент на перспективу, либо оплата.



1 этап: Приветствие и знакомство

Цель этапа: доверие

ПРИВЕТСТВИЕ

МЕНЕДЖЕР

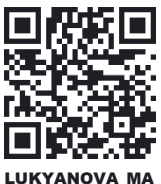
_____ (Имя клиента), добрый день! Мария Лукьянова, компания X

(Если не знаем Имени) Кстати, не спросил(-а) ваше Имя, как могу обращаться?

Уделите мне несколько минут!

КЛИЕНТ

Слушаю



ПРИВЕТСТВИЕ

1 этап: Приветствие и знакомство

Цель этапа: доверие

ПРИВЕТСТВИЕ

КЛИЕНТ

Не удобно сейчас

МЕНЕДЖЕР

?



ПРИВЕТСТВИЕ

2 этап: Оценки осведомленности

Цель этапа: напомнить о себе для более цельного диалога

МЕНЕДЖЕР

Мы с вами сотрудничали по вопросу..... Вы у нас

ПЕРЕХВАТ

МЕНЕДЖЕР

_____ (Имя клиента), не хочу отнимать у вас много времени, у меня для вас есть несколько интересных предложений, для того чтобы понять насколько оно вам актуально разрешите задам пару вопросов, Хорошо ?

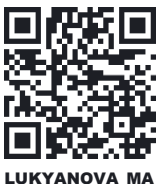
КЛИЕНТ

Да / Может быть

КЛИЕНТ

Если быстро

ОЦЕНКА



РАЗВЕДКА

Вопросы задаем поочередно, а не все сразу

После ответа клиента, обязательно присоединяемся к диалогу, но логично

МЕНЕДЖЕР

1. Вы у нас ранее брали..... сейчас продолжаете закупать.....?
2. На каких условиях сейчас закупаете?
3. В каких объемах?

КЛИЕНТ

Ответ клиента



3 этап: Предложение

Цель этапа: мах донести ценность продукта так, чтобы у клиента не осталось сомнения и вопросов его не купить. Именно поэтому важно доносить информацию на языке выгоде.

ПРЕДЛОЖЕНИЕ + ЗАКРЫТИЕ

(после предложения всегда закрываем вопросом)

Краткое описание – выгода – закрывающий вопрос

МЕНЕДЖЕР

___ (Имя клиента), Сейчас хочу вам предложить..... Что скажете? / Бронирую под вас? (если вопросов нет переходим в оформление)



**УКАЖИТЕ, КАКИЕ ПРИЕМЫ
АКТИВНОГО СЛУШАНИЯ ВЫ
ИСПОЛЬЗУЕТЕ В ТЕЛЕФОННОМ
ОБЩЕНИИ**



Алгоритм работы с возражениями

- 1. Внимательно выслушай или прочитай
- 2. Присоединись / не спорь и не доказывай обратное
- 3. Уточни, что стоит за сомнением
- 4. Аргументируй исходя из полученной информации от клиента
- 5. Заверши вопросом, чтобы убедиться, что клиент не сомневается больше

САМАЯ БОЛЬШАЯ ОШИБКА, не слушать клиента и сразу приводить аргументы.

А ведь первое, что нужно сделать, **ПОНЯТЬ ПРИЧИНУ**, по которой и возникла эта мысль в голове у клиента, что заставило его усомниться.



4 этап: Сомнения

Цель этапа: отработка сомнений

РАБОТА С ВОЗРАЖЕНИЯМИ

КЛИЕНТ

Я подумаю

МЕНЕДЖЕР

Поняла, конечно. А если не секрет над чем будете думать?

ИЛИ

Я хочу чтобы вы закупали сырье именно у нас, что останавливает, начать снова у нас закупать сырье?

КЛИЕНТ

Дорого

МЕНЕДЖЕР

Уточните, пожалуйста, а за сколько вы сейчас покупаете сырье?

ИЛИ

А если не секрет, у какой компании закупаете сырье?



АРГУМЕНТЫ

**НАПИШИТЕ, КАКОЙ
УБЕДИТЕЛЬНЫЙ АРГУМЕНТ ВЫ
БУДЕТЕ ИСПОЛЬЗОВАТЬ ЕСЛИ
КЛИЕНТ ГОВОРИТ, ЧТО У НЕГО
УЖЕ ЕСТЬ ПОСТАВЩИК?**



5 этап: Оплата или договорённость

Цель этапа: подвести клиента к оплате или дальнейшей договоренности с конкретными сроками и действиями.

ЗАВЕРШЕНИЕ

МЕНЕДЖЕР

___ (Имя клиента). В любом случае сейчас отправлю для вас предложение...
Завтра узнаю ваше окончательное решение. Хорошо? (пауза)

МЕНЕДЖЕР

Спасибо что уделили мне время. До связи.
Хорошего дня.

КЛИЕНТ

Да ... / Так пока сразу не скажу

КЛИЕНТ

Да ... / Не нужно я сам



ЗАВЕРШЕНИЕ

5 этап: Оплата или договорённость

Цель этапа: подвести клиента к оплате или дальнейшей договоренности с конкретными сроками и действиями.

ЗАВЕРШЕНИЕ

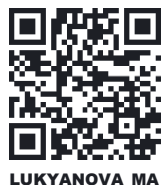
МЕНЕДЖЕР

?

КЛИЕНТ

Не нужно я сам

ЗАВЕРШЕНИЕ



Резюме по теплому звонку

- Всегда готовьтесь к звонку, даже, если клиент вам уже знаком, никогда не знаешь куда вас приведет общение.
- Не забывайте про настрой, он должен быть всегда положительным.
- Готовьте заранее аргументы на то предложение, которое собираетесь сделать.



ЧТО ДАЮТ ВАМ СКРИПТЫ

РЕЗЮМЕ

- Вы увеличите конверсию звонка или переписки
- У вас готовые ответы на разные возражения
- Вы ускорите обучение своих новых сотрудников
- Вы контролируете не просто своих сотрудников или себя, вы тем самым управляете продажами

Ш
М
О
З
Е
Р





Больших продаж!

Мария Лукьянова



lukyanovamarya@mail.ru



+7 926 662 78 65



lukyanova_ma

QR-код для быстрого доступа
в мой инстаграм



LUKYANOVA_MA