



## ← Информация о записи

### Диалог

**Сотрудник**

**С** АЛЛО, ЗДРАВСТВУЙТЕ! ЭТО МАРИЯ?

**Клиент**

**К** Да, не кричите так, пожалуйста. Кто это?

**Сотрудник**

**С** Извините-извините! Это Алина из "Природной Гармонии", магазин косметики. Вы у нас раньше покупали.

**Клиент**

**К** А, помню. В чем дело?

**Сотрудник**

**С** Мы заметили, что вы перестали у нас покупать. Что, не понравилась продукция? Много жалоб на неё?

**Клиент**

**К** Нет, всё нормально было с продукцией. Просто перестала заказывать.

**Сотрудник**

С

А зря! У нас же самая лучшая косметика, натуральная. Не то что в магазинах — там сплошная химия, вредно для кожи!

**Клиент**

К

Э-э... ну, я сейчас вообще в другом месте покупаю...

**Сотрудник**

С

А вы зря! Знаете, сколько там красителей и консервантов? Кожа портится, преждевременное старение начинается. У нас-то всё натуральное, органическое!

**Клиент**

К

Да я довольна тем, что сейчас использую.

**Сотрудник**

С

А что вы используете? Какой фирмы? Наверняка там парабены есть, они очень вредные!

**Клиент**

К

Слушайте, вы звоните просто, чтобы раскритиковать мой выбор?

**Сотрудник**

С

Что вы! Я хочу предложить вам вернуться к нам. У меня для вас суперпредложение! 10% скидки на весь заказ!

**Клиент**

К

Всего 10%? Не очень-то и выгодно...

**Сотрудник**

С

Ну у нас и так цены нормальные! Не можем же мы в убыток работать. Зато качество отличное. Вы что раньше покупали у нас?

**Клиент**

К

Крем какой-то и шампунь, не помню точно.

**Сотрудник**

С

А, ну неважно. Главное, что натуральное всё было! Так что, оформляем заказ?

**Сотрудник**

С

Давайте я вам сейчас продиктую список наших бестселлеров, возьмете их? Там очищающий лосьон есть отличный, всем нравится!

**Клиент**

К

Вообще-то мне не нужно ничего сейчас...

**Сотрудник**

С

Как это не нужно? Косметика всем нужна! Вы же не хотите выглядеть на 10 лет старше своего возраста? А наши средства омолаживают, все морщинки разглаживают!

**Клиент**

К

Простите, но это уже звучит как-то оскорбительно.

**Сотрудник**

С

Да что вы так нервничаете? Я же для вас стараюсь! Может, вам успокаивающий чай наш заказать? У нас и такое есть. Очень помогает при стрессах.

**Клиент**

**К**

Знаете что, не нужно мне ничего. Пожалуйста, больше не звоните.

**Сотрудник**

**С**

Но это же выгодное предложение! Только сегодня! Если не возьмёте, потом пожалеете!

**Клиент**

**К**

Я прошу вас больше не звонить. Всего доброго.

**Сотрудник**

**С**

Подождите! А может, вам что-то другое нужно? У нас и мужская косметика есть, и детская. Или может подарок кому-то нужен?

**Клиент**

**К**

Я сейчас положу трубку и внесу ваш номер в черный список. И еще напишу жалобу на ваш магазин. Прощайте!

**Сотрудник**

**С**

Алло? Алло? Странно, чего она так разнервничалась? Ну и ладно, позвоню следующему клиенту из списка...

## Оценка коммуникации

### Установление контакта

**4**

Начало разговора неудачное из-за чрезмерной громкости и отсутствия уточнения удобно ли сейчас говорить. Представление было неполным: представилась по имени, назвала компанию, но не четко обозначила цель звонка и не проявила эмпатию.

Как получить высшую оценку

Для максимальной оценки нужно: 1) Говорить спокойным, доброжелательным тоном, 2) Четко представиться с указанием компании и должности, 3) Уточнить удобство времени для разговора, 4) Ясно обозначить цель звонка, 5) Использовать имя клиента корректно, проявляя уважение.

## Выявление потребностей клиента

2

Продавец не проявил интереса к реальным причинам, по которым клиент перестал делать заказы. Вместо открытых вопросов использовал наводящие и некорректные предположения. Полностью проигнорировал потребности клиента, сразу перейдя к критике других брендов.

### Как получить высшую оценку

Необходимо: 1) Задать открытые вопросы о причинах прекращения покупок, 2) Внимательно выслушать клиента, не перебивая, 3) Проявить искренний интерес к потребностям и предпочтениям клиента, 4) Уточнить, что в прошлом опыте понравилось, а что можно было улучшить, 5) Использовать активное слушание, подтверждая понимание.

## Презентация продукта

3

Презентация была построена на негативном сравнении с конкурентами без акцента на реальных преимуществах собственного продукта. Отсутствовала конкретика по свойствам продукции, а преимущества не были привязаны к выявленным потребностям клиента.

### Как получить высшую оценку

Для максимальной оценки нужно: 1) Опирается на позитивные характеристики своего продукта без критики конкурентов, 2) Приводить конкретные факты о составе и эффективности, 3) Связать преимущества продукта с потребностями конкретного клиента, 4) Рассказать о позитивном опыте других клиентов, 5) Предоставить возможность задать вопросы о продукте.

## Работа с возражениями

1

Продавец полностью проигнорировал сигналы неудовлетворенности клиента, продолжая навязывать продукт после нескольких четких отказов. Не предпринял попыток понять причины возражений и найти компромисс, вместо этого использовал давление и манипуляцию.

## Как получить высшую оценку

Необходимо: 1) Выслушать возражение, не перебивая, 2) Проявить понимание позиции клиента, 3) Задать уточняющие вопросы для выявления истинной причины возражения, 4) Предложить решение, учитывающее интересы клиента, 5) Не давить и уважать право клиента на отказ, 6) При отказе оставить возможность для будущего контакта.

## Аналитика звонка

### Критическая ошибка

### Игнорирование отказа клиента и навязывание услуги

#### Категория

Работа с возражениями

#### Назначение

Продавец игнорировал явные и четкие сигналы клиента о нежелании продолжать разговор и приобретать продукцию

#### Контекст

Клиент несколько раз явно выразил отказ от предложения и просьбу прекратить беседу, но продавец продолжал настаивать и давить, что привело к полному разрыву отношений

#### Запрос клиента

Знаете что, не нужно мне ничего. Пожалуйста, больше не звоните.

#### Ответ сотрудника

Но это же выгодное предложение! Только сегодня! Если не возьмете, потом пожалеете!

#### Комментарий

Это критическая ошибка, которая не только привела к потере клиента, но и к возможным репутационным рискам. Продавец: Полностью проигнорировал четкую просьбу клиента прекратить взаимодействие. Использовал манипулятивную технику создания ложной срочности ("только сегодня"). Применил тактику запугивания ("потом пожалеете"), что является неприемлемой практикой. Продолжал навязывать свое предложение даже после прямого отказа клиента. Правильный подход: Уважительно принять решение клиента без давления. Вежливо завершить разговор с выражением благодарности за уделенное время.

Оставить возможность для контакта в будущем ("Если вдруг передумаете или возникнут вопросы, мы всегда рады вам помочь") Извиниться за возможное беспокойство Такое поведение противоречит основным принципам клиентоориентированности и профессиональной этики продаж.

## Критическая ошибка

### Негативные высказывания о конкурентах и манипуляция

#### Категория

Презентация продукта

#### Назначение

Продавец использовал недопустимую тактику критики конкурентов и эмоциональные манипуляции вместо презентации реальных преимуществ продукта

#### Контекст

Узнав, что клиент сейчас пользуется продукцией другой компании, продавец перешел к критике конкурентов и запугиванию клиента негативными последствиями использования других продуктов

#### Запрос клиента

Э-э... ну, я сейчас вообще в другом месте покупаю...

#### Ответ сотрудника

А вы зря! Знаете, сколько там красителей и консервантов? Кожа портится, преждевременное старение начинается. У нас-то всё натуральное, органическое!

#### Комментарий

Этот подход является абсолютно неприемлемым в профессиональных продажах по нескольким причинам: Прямая критика конкурентов не только неэтична, но и может быть расценена как недобросовестная конкуренция Использование запугивания ("преждевременное старение", "портится кожа") — это манипулятивная техника, вызывающая негативные эмоции у клиента Заявления о вреде продукции конкурентов без конкретных доказательств могут рассматриваться как дезинформация Продавец делает безосновательные предположения о продукте, который использует клиент, не имея о нем никакой информации Правильный подход: Интересоваться текущим опытом клиента: "Что вам нравится в текущих средствах?" Презентовать собственные преимущества: "Наша продукция отличается тем, что..." Подчеркивать уникальные свойства собственного товара без сравнений Опирайтесь на факты и результаты независимых исследований Предлагать протестировать продукцию для составления собственного мнения Такая тактика продаж

негативно влияет на имидж компании и отталкивает клиентов.

Платформа для обучения  
сотрудников и развития навыков

**Адрес**

Большой бул., д.42, стр.1, Москва

**Электронная почта**

x@xskill.com

**Телефон**

+7 495 7777 892