

«Как понять, что нужно клиенту, завоевание доверия»



Riga, 23.10.2020.

Мой девиз:

"Если быть, то по настоящему,

Если делать, то от души и с радостью! »



Iluta Krūmiņa
Илута Круминя

- организационный психолог (Mg.psych.);
- системный консультант организаций;
- андрагог;
- преподаватель (Cidesco и ЛСУ);
- председатель совета ЛАОВ



Будем знакомы 😊!

- Ваше имя + прилагательное с 1 буквой Вашего имени (пр. Интересная **И**лута) + от куда (пр. из Риги)



«Как понять, что нужно клиенту, завоевание доверия»

- **Определение нужд клиента:** как выяснить потребности клиентов.
- **Построение доверительных отношений с клиентом:** установление контакта с клиентом.
- **«Лестница разговора» с клиентом: эффективный алгоритм переговоров с клиентом.**
- **Построение сообщения для разных типов клиентов:** создание предложения в соответствии с потребностями клиента.
- **Качество коммуникации как сила влияния: как опыт сотрудничества влияет на доверие.**



Создание посылы – соединение нужд и возможностей всех сторон

- **Какая наша цель (Leader визия)–**
удовлетворенный жизнью человек на селе,
который способен реализовать свои
экономические и социальные нужды по
ближе к месту жительства
- **Что и кому мы можем предложить?**



Определение нужд клиента: как выяснить потребности клиентов?



Определение нужд клиента

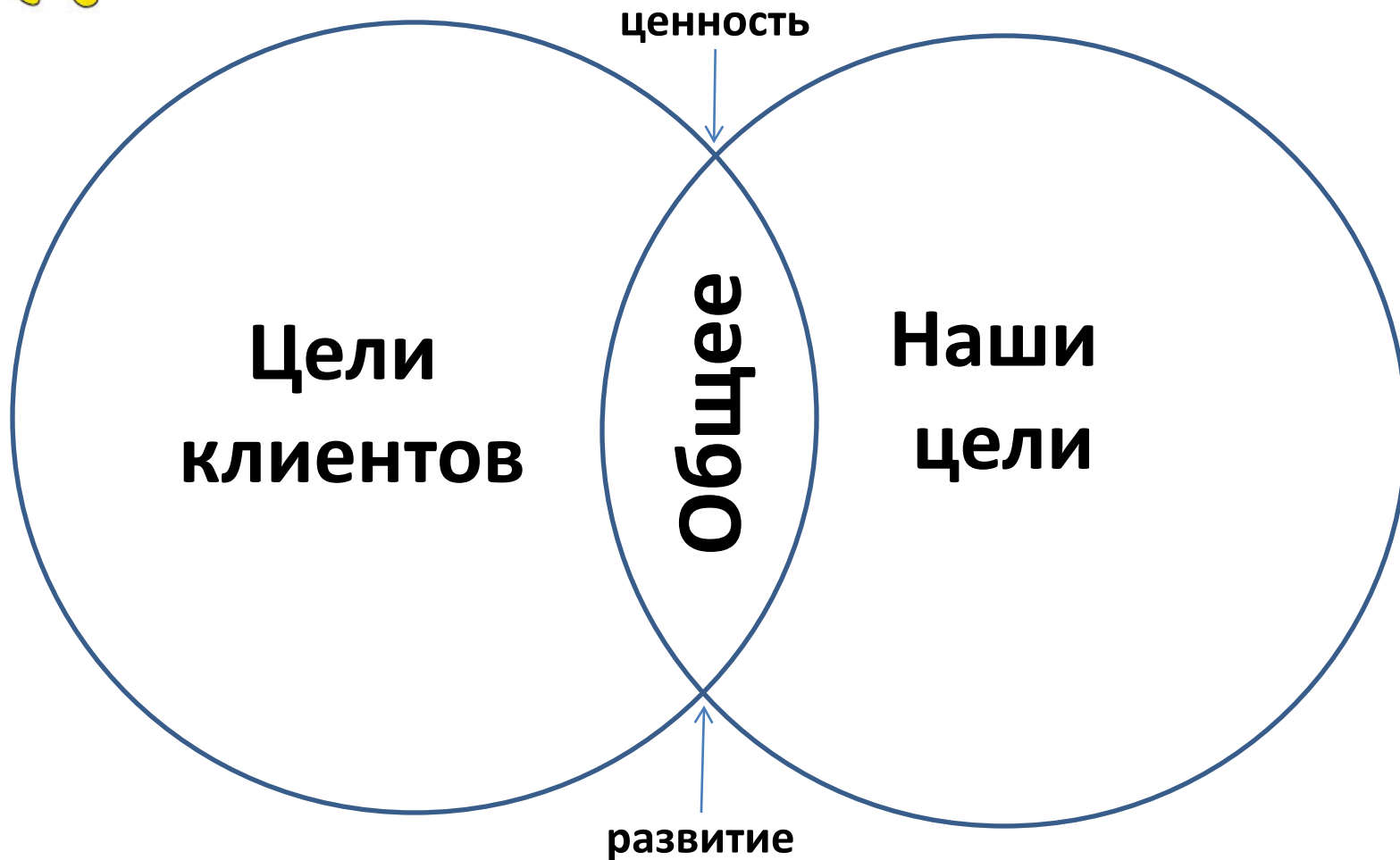


**Что я думаю,
что клиенту
нужно?**

**Что по истине
клиенту
нужно?**



Когда все выигрывают



Ваш опыт?

- Как вы до сих пор выясняете нужды клиентов?
- Какие ваши выводы?
- Что работает, а что нет?



Методы выяснения нужд клиентов

- Сбор информации



- Наблюдение

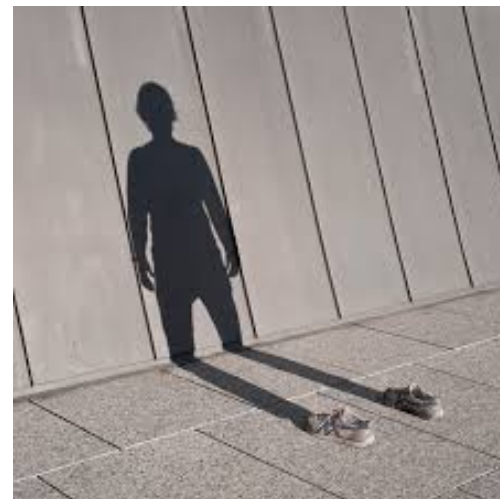


- Разговоры



Что мы должны учесть – как быть более полезному для клиента?

- Прочувствовать «туфли клиента»
- Быть надежной опорой – по возможности обеспечить отсутствующие компетенции (пр. написание проектных заявок)
- ... (ваши предложения?)



Построение доверительных отношений с клиентом: установление контакта с клиентом

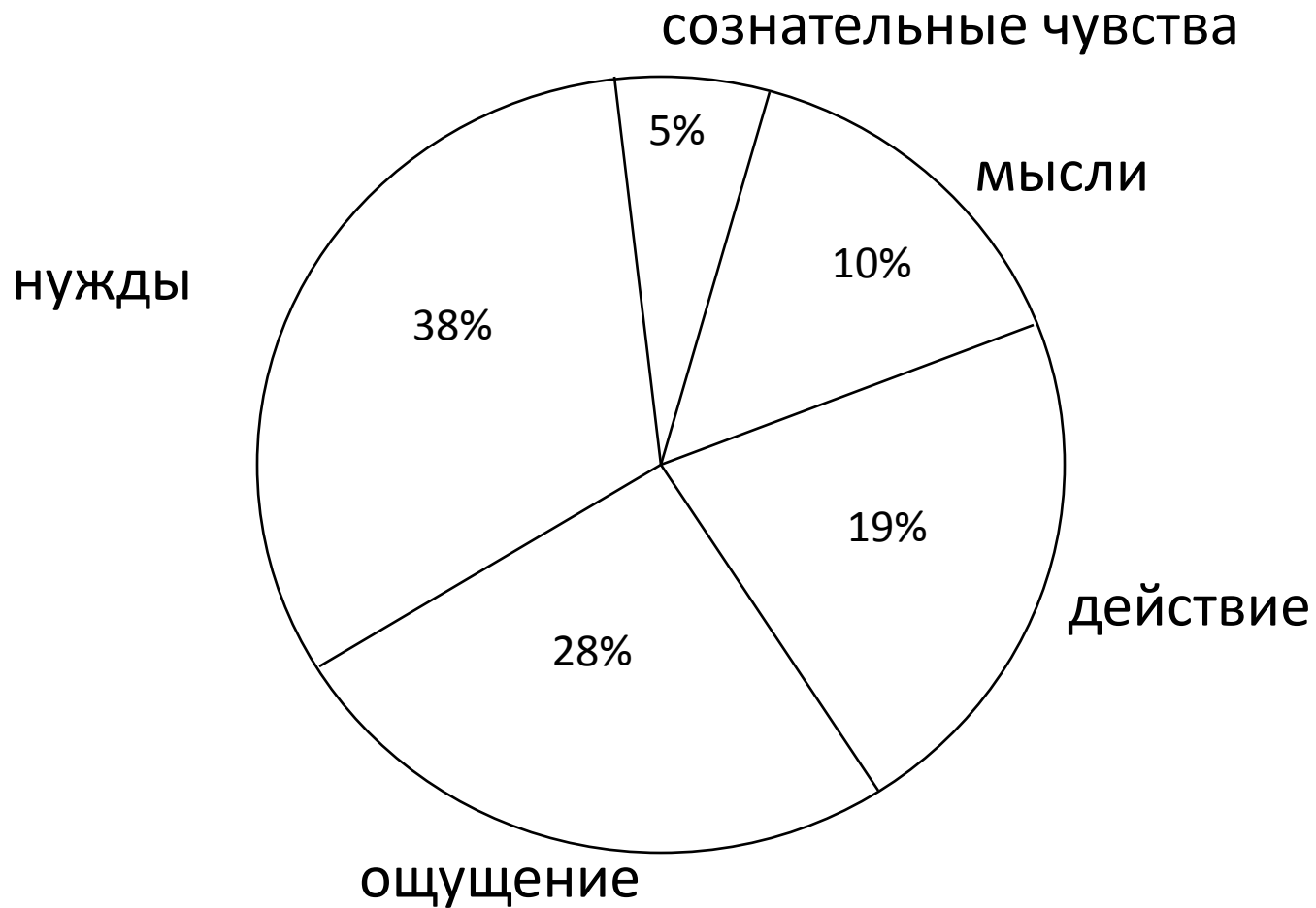


Ваш опыт?

- Как вы до сих пор строите отношения с клиентами?
- Какие ваши выводы?
- Что работает, а что нет?



Аспекты успешного общения



Доверие

- Доверие через субъективные параметры:
 - нравится человек;
 - создает впечатление «толкового человека»;
 - чем то помогает (польза)



Первое впечатление

- **За 30 секунд** люди оценивают ваше экономическое положение, образование, положение в обществе, уровень коммуникативных навыков и успехи
- **Через 4 минуты** люди будут судить о ваших чертах характера

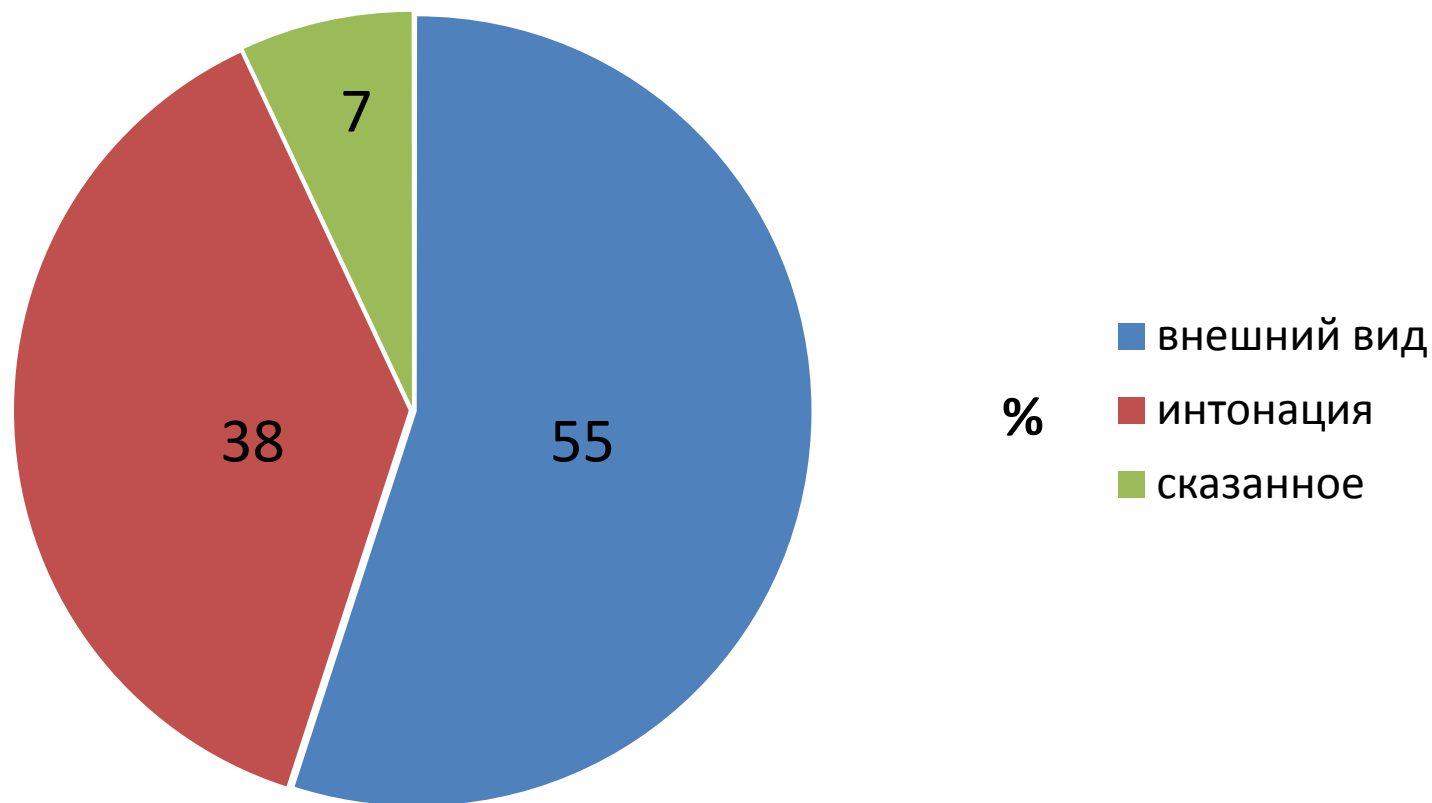


Первое впечатление за 30 секунд

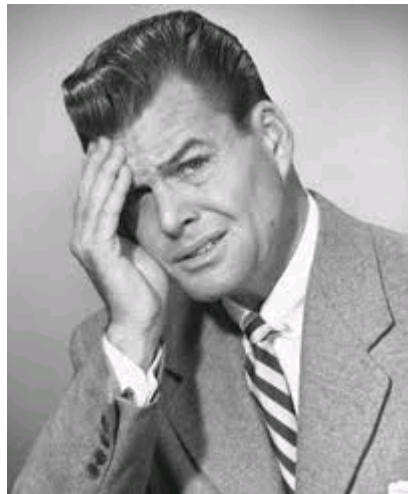
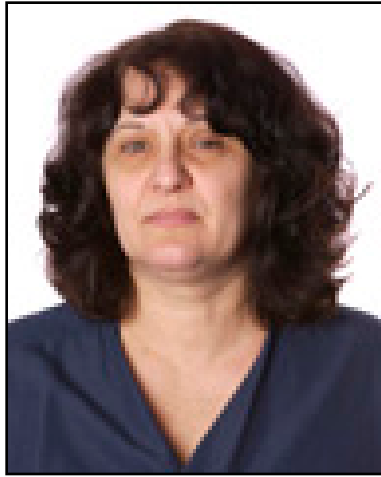
- 2.5 опасный - не опасный
умный - глупый
- 7.5 сексуальный – несексуальный
доверять - не доверять
- 12.5 богатый - бедный
полезный - бесполезный
- 17.5 дружелюбный – враждебный
открытый - закрытый
- 22.5 профессионал - дилетант
молодой - зрелый
- 27.5 уступчивый – не уступчивый
- 30 приятный - неприятный
принимлемый - непринимлемый



Самый главный - общий образ



Какое пречатление?



Какое впечатление?



«Лестница разговора» с клиентом: эффективный алгоритм переговоров с клиентом



«Лестница разговора»

6. Поддержание отношений

5. Заканчивание переговоров

4. Принятие решения

3. Предложение вариантов

2. Выявление нужд клиента

1. Построение контакта

!!! Подготовительный этап

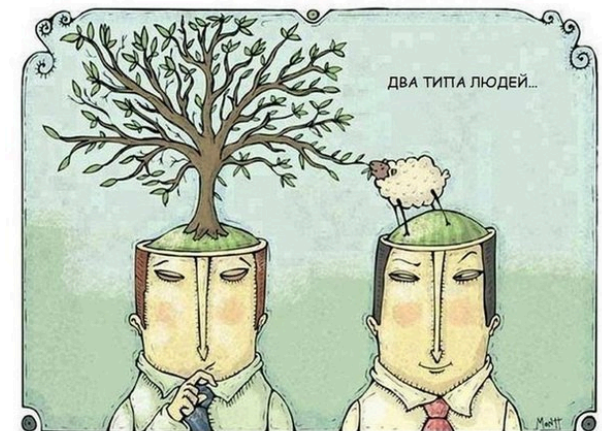
Ваш опыт?

- Как вы до сих пор строите разговор с клиентами?
- Какие ваши выводы?
- Что работает, а что нет?



Построение сообщения для разных типов клиентов.

- Как создать предложение в соответствии с потребностями клиента?
- Построение весточки (алгоритм)
- Типы клиентов
- 3 вида весточек



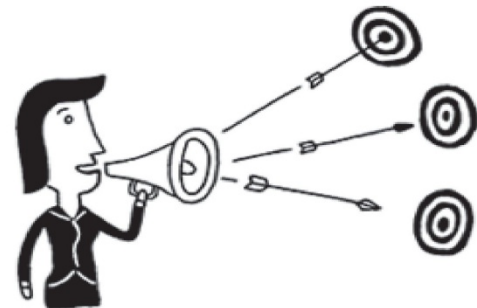
Построение повествования (алгоритм)

Расскажите историю (stories) - помогите понять идею через повествование, создав его:

- **Просто** (simple)- найдите суть идеи
- **Неожиданно** (unexpected) - привлечь внимание удивлением
- **Конкретно** (concrete) - убедитесь, что идею можно будет вспомнить позже
- **Достоверно** (credible) - придает убедительность идее
- **Эмоционально** (emotional) - поможет вам увидеть СМЫСЛ

Элементы увлекательной и влиятельной истории

- Ключевое сообщение (идея)
- События из жизни разных людей
- Количественные данные, важные факты, ход проекта, прогресс
- Использование разных стилей



Типы клиентов

- Опытный руководитель
- Молодой фермер
- Ассоциация домашних производителей
- Не государственная организация
- Предприниматель
- Муниципалитет

3 вида весточек

1. «Вам было бы очень выгодно сотрудничать с нами! Знайте, у нас такие класные проектные возможности! Но только уже сразу предупреждаю, что расходы на покупку мопедов, мотоциклов, трехколесных мотоциклов, квадрициклов, автобусов, легковых и грузовых автомобилей не приемлемы (за исключением обычных и специальных транспортных средств, приспособленных для определенной работы, оборудованных для определенных функций и имеющих мобильную службу).»

3 вида весточек

2. «Наша цель – удовлетворенный жизнью человек на селе, который способен реализовать свои экономические и социальные нужды по ближе к месту жительства. И вот по этому я хотела бы вам предложить с нами сотрудничать!»

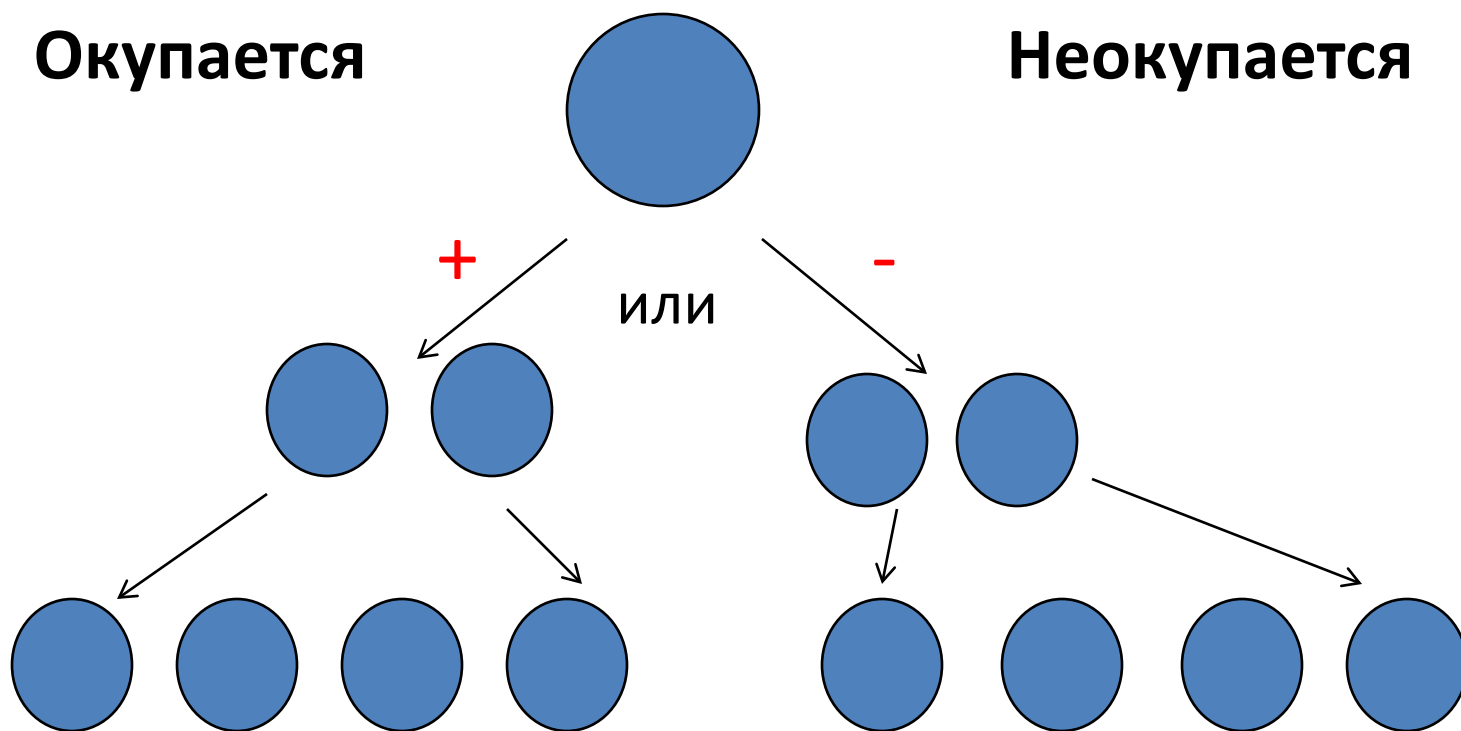
3 вида весточек

3. «Я была бы благодарна с вами договорится о встрече! После тщательного ознакомления с вашим сайтом у меня есть предложения, которые будут полезны для дальнейшего развития вашей организации и дальнейшего развития участников вашей организации!»

Качество коммуникации как сила влияния: как опыт сотрудничества влияет на доверие?



Влияние на доверие



Какие сообщения распространяются больше - повышающие репутацию или наносящие ущерб?

Модель личной эффективности



Счастья и удачи вам 😊!

