

**В этом разговоре потенциальный клиент (К) звонит в компанию, которая занимается строительством домов, и разговаривает с менеджером (М).**

Запись звонка mp3: <https://s3.amazonaws.com/kongru/sales-conversation.mp3>

**М:** Екатерина. Здравствуйте.

**К:** Здравствуйте, Екатерина. Скажите, пожалуйста, я вот звоню по поводу ваших домов.

**М:** Да.

**К:** Вот на сайте у вас цены приведены.

**М:** Угу.

**К:** Это какой степени готовности дом?

**М:** Это цена за базовый комплект, то есть за каркас дома без внешней и внутренней отделки. По уникальной канадской технологии.

(Пауза)

**М:** То есть это будут стены, перегородки, перекрытия и кровля.

(Пауза)

**К:** Угу. А у вас раньше, я помню, на сайте, по-моему, были цены с отделкой готового «под ключ» дома.

**М:** Аа, ну я могу Вам сказать (смешок) так, что стоимость квадратного метра под финишную отделку составляет 25 000 рублей за квадратный метр. А сама финишная отделка от 5 000 рублей за квадратный метр. (Пауза) То есть, ориентировочно от 30 тысяч рублей будет стоимость дома «под ключ».

(Пауза...)

**К:** Угу. За квадрат.

**М:** Да.

(Пауза...)

**К:** Угу. Так. Вот если 209 квадратов, то у нас получится, например, (скрыто название дома).

**М:** То получится тогда стоимость «под ключ» 6 270 000.

(Пауза)

**К:** Угу. Я понял. Убрали, значит, вы с сайта информацию.

**М:** Ну вы всегда можете позвонить (смешок) сюда и я Вам все расскажу. (Пауза)

**К:** Нет. Я просто к тому что, я не путаю ли я. То есть, нет, но я так понимаю, что я не путаю. Раньше были у вас да цены уже «под ключ» на сайте?

**М:** Даа, но дело в том, что цена фиксированная только на каркас. Все остальное индивидуальное, поэтому получается довольно большой разброс цен. И писать какую-то фиксированную цену на все – это будет (смешок) вводить в заблуждение людей. То есть, вы может быть хотите отделку внешнюю сайдинг, а может быть кирпич. Ну, конечно же, цена, соответственно, будет разная. Может быть, хотите двухкамерные пластиковые окна, а может быть деревянные и...

**К:** Угу

**М:** ... касательно всех аспектов строительства – все индивидуально подбирается.

(Пауза)

**К:** Угу, угу, я понял... Хорошо, ладно. А вы в субботу, если что, работаете?

Алексей 18.7.14 9:31

**Примечание [1]:** В самом начале разговора необходимо спросить имя собеседника. Как известно, имя человека – это самое приятное для его уха слово. В течение разговора необходимо постоянно обращаться к клиенту по имени (но не доводить частоту его произнесения до абсурда).

Алексей 17.7.14 13:14

**Примечание [2]:** Самая распространенная ошибка всех продавцов. После ответа на вопрос покупателя менеджеры, как правило, делают паузу. И следом получают следующий вопрос от клиента. Таким образом, клиент, спросив все его интересующие вопросы, в конце говорит «хорошо, я подумаю».

Менеджеру необходимо перехватывать инициативу, ответить на вопрос и плавно вести клиента на свой маршрут продающего сценария разговора, задав в самом конце ответа свой вопрос.

Алексей 17.7.14 13:17

**Примечание [3]:** Идет достаточно серьезный разговор (интонацию можно услышать в записи), человек хочет купить дом. Совершенно здесь не уместно было смеяться. Улыбаться и разговаривать в позитивном ключе – да. Необоснованные смешки при первом разговоре клиента, да еще и при ответе на его вопрос недопустимы.

Складывается впечатление, что либо менеджер не серьезный, либо его на той стороне кто-то смешит, а значит он не полностью уделяет внимание клиенту.

Алексей 17.7.14 13:19

**Примечание [4]:** Снова длительная пауза, как и в примечании А2. Тут уместно, ответив на вопрос, задать свой, например: «Скажите [Имя], а какой проект дома, из представленных на сайте, Вы рассматриваете?»

Алексей 17.7.14 13:20

**Примечание [5]:** Не всегда нужно после ответа на вопрос задавать свой. Если вопрос короткий, то на него можно просто ответить. Но подобного вопроса не возникнет, если Вы выведете клиента на свой маршрут сценария продаж

Алексей 17.7.14 13:22

**Примечание [6]:** Самая грубая ошибка – это пауза после названия цены. После того, как цифра озвучена необходимо сразу же, не прерываясь, продолжить говорить и в конце задать свой вопрос.

Алексей 17.7.14 13:23

**Примечание [7]:** Менее заметно, чем в прошлый раз, но все равно не уместно. Плюс пауза в конце. Примечательно то, что менеджер потом исправилась и ответила более развернуто на этот вопрос.

Алексей 17.7.14 13:23

**Примечание [8]:** Как раз хороший и развернутый ответ, почему убрали цены с сайта.

Алексей 17.7.14 13:26

**Примечание [9]:** Снова клиент перехватывает инициативу. Хотя тут можно было продолжить, хотя бы простым вопросом: «[Имя], Вы уже определились с внутренней и внешней отделкой, или необходимо что-то подсказать. Какие у Вас есть предпочтения?».

Важно стараться задавать открытые вопросы, ответы на которые не предполагают ответа Да/Нет.

**М:** Да, конечно, вы хотите приехать?

**К:** Ну, как вариант, да.

**М:** Эм... Будем рады, только желательно предварительно время назначить, чтобы не столкнуться с другими заказчиками, или не сидеть в очереди. (Пауза)

**К:** Угу, я Вас понял. Хорошо, ладно спасибо.

**М:** Угу, хорошо, на связи.

**К:** За информацию. Угу, всего доброго.

Общие выводы по диалогу:

- 1) Менеджер не спросил имя клиента. С этого обязательно должен начинаться любой разговор-продажа.
- 2) Постоянные паузы после ответа на вопрос клиента. Это вынуждает клиента спрашивать еще и еще, а менеджера отвечать и отвечать. Необходимо перехватывать инициативу. Для этого нужно развернуто ответить на вопрос клиента, а в конце задать открытый вопрос, который будет выводить на нужный маршрут в сценарии продаж.
- 3) Главное правило продаж по телефону: во время разговора по телефону (не путать с оформлением заказа) никогда не продается товар или услуга, тем более такая дорогостоящая как дом. По телефону продается встреча/мастер-класс/бесплатное или дешевое мероприятие/тест-драйв и так далее. А уже при личной встрече с клиентом идет продажа товара или услуги. В этом разговоре должна продаваться встреча и показ дома вживую. Прийти, посмотреть, пощупать, постучать, попробовать и так далее.
- 4) Нет структуры разговора. Сразу чувствуется, что менеджер ведет продажу спонтанно. Как получается беседа, так она и получается. Даже скорее клиент владеет инициативой, задавая вопросы. Между тем, все возможные сценарии должны быть прописаны. Должны быть придуманы и отработаны ответы на все вопросы клиентов. И менеджер должен постоянно возвращать клиента на маршрут продающего сценария и в конце логически закрывать его на встречу (или другое действие, но не на продажу).
- 5) Не выявлены потребности клиента. Как быстро он хочет построить дом («пришло время или Вы думаете о будущем?»), какая сейчас финансовая ситуация («у нас есть несколько типовых проектов, отличающихся по стоимости. Вам какой из них больше всего подходит?»), что важно при выборе дома (сроки, стоимость, сохранение тепла, экономичность, площадь, дизайн и так далее).
- 6) Не были взяты контактные данные клиента, чтобы ему перезвонить или выслать на почту подробное описание дома. Фактически клиент был потерян. И остается надеяться, то он перезвонит, если, конечно, не уйдет к конкурентам.

Что в этом разговоре не понравилось вам? Давайте обсудим в комментариях:

<http://kongru.ru/blog/conversation-with-sales-manager/>



Анализ разговора подготовлен компанией Конгру. Если у Вас есть вопросы, связанные с продажами и интернет-маркетингом, подписывайтесь на проект [sprosi.kongru.ru](http://sprosi.kongru.ru)

**Стрельцов Алексей**  
Автор проекта «Спроси Конгру!»  
[alexey@kongru.ru](mailto:alexey@kongru.ru)

Алексей 17.7.14 13:26

**Примечание [10]:** Тут все правильно. Ответ на вопрос и в конце задан свой, без паузы.

Алексей 17.7.14 13:28

**Примечание [11]:** Видно, что менеджер немного растерялась и это сразу сканируется клиентом.

Фраза «будем рады» - штамп. Людям все равно рады Вы или нет. Нужно говорить про то, что они будут счастливы, а не вы.

Алексей 17.7.14 13:38

**Примечание [12]:** Хороший ответ и аргументация, правда немного слабая. Нужно усилить аргумент, почему нужна предварительная запись.

И опять, пауза в конце, и клиент срывается. Этот очень важный момент и именно вы этот момент клиента необходимо «подсекать», фиксировать его на приезд (время, место). И обязательно спросить контактные данные.

Алексей 17.7.14 14:02

**Примечание [13]:** Клиент получил всю информацию, и все, что ему остается сделать – это сказать «ладно» или «я подумаю».

Алексей 17.7.14 13:30

**Примечание [14]:** Менеджер перебил клиента, да и к тому же совершенно бессмысленной фразой. Хотя еще был шанс его «подсечь» и зафиксировать. Или по крайней мере перехватить инициативу.