

# МАСТЕР-КЛАСС «ИСКУССТВО ПЕРЕГОВОРОВ»

**ОЛЬГА НИКОЛАЕВНА ЖИЛЬЦОВА - К.Э.Н., ДОЦЕНТ,  
ГЛАВНЫЙ РЕДАКТОР ЖУРНАЛА «МАРКЕТИНГ И ЛОГИСТИКА»**

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации  
Научно-образовательный институт развития профессиональных  
компетенций и квалификаций  
Департамент образования г. Москвы  
«Университетские субботы»

## РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

**Айви А. Лицом к лицу:** практич. пособие для освоения приемов и навыков делового общения. – Новосибирск: ЭКОР, 1995.

**Введенская Л. А., Павлова Л. Г. Деловая риторика.** – Ростов-на Дону, 2002.

**Диксон М. Чемпионы продаж. Что и как лучшие продавцы в мире делают иначе.**— М. : Манн, Иванов и Фербер, 2014.

**Интернет-маркетинг.** Учебник для академического бакалавриата под общ. ред. О. Н. Романенковой. — М. : Издательство Юрайт, 2014.

**Коммерческая деятельность:** учебник для бакалавров / Синяева И.М., Романенкова О.Н., Земляк С.В., Синяев В.В.- М.: Издательство ЮРАЙТ.

**Красс Н. А. Русский язык и культура речи.** Материалы к практическим занятиям. Учебное пособие для студентов высших учебных заведений– М.: ТЕЗАУРУС, 2009.



## РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

[HTTP://OLGAROMANENKOVA.LIVEJOURNAL.COM/](http://olgaromanenkova.livejournal.com/)



## ВЕДЕНИЕ ПЕРЕГОВОРОВ. СОДЕРЖАНИЕ СЕМИНАРА

1. Сущность, принципы и технологии эффективного ведения переговоров
2. Элементы эффективного процесса ведения переговоров
3. Достижение целей переговоров с коллегами и клиентами
4. Повышение коммуникативных навыков, необходимых для достижения договоренностей в переговорах
5. Обслуживание и возврат клиентов в бизнесе через современные инструменты коммуникационного маркетинга



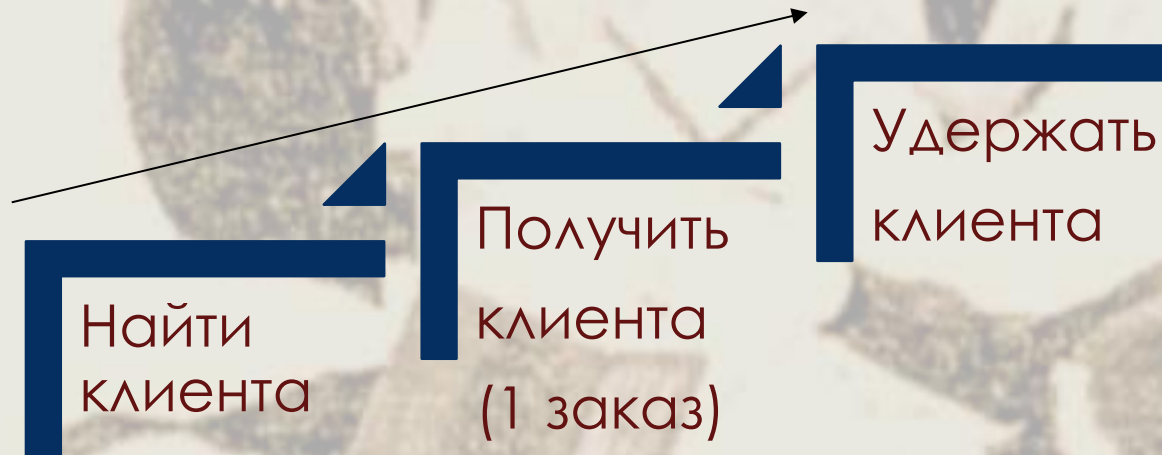


## СУЩНОСТЬ, ПРИНЦИПЫ И ТЕХНОЛОГИИ ЭФФЕКТИВНОГО ВЕДЕНИЯ ПЕРЕГОВОРОВ

**Деловые переговоры** - это механизм комплексных мер партнёрского взаимодействия, основу которого составляют деловые связи за счёт системы обсуждения и принятия решений в целях получения взаимовыгодных результатов.

# ЭТАПЫ РАБОТЫ С НОВЫМИ КЛИЕНТАМИ

Цель -  
долгосрочные  
отношения



# АРГУМЕНТАЦИЯ КЛИЕНТУ О НЕОБХОДИМОСТИ ЛИЧНОЙ ВСТРЕЧИ (ИЛИ ТЕЛЕФОННОГО ОБЩЕНИЯ)

## Перечень фраз для назначения встречи:

- Давайте спланируем нашу с Вами встречу, на которой: ...
- Мы давно с Вами работаем, хотим лично познакомиться
- Мы обсудим дилерское соглашение
- Мы с Вами давно общаемся по телефону, хотелось бы лично с Вами познакомиться
- Мы хотим обсудить вопрос о выгоде, которую может получить Ваша компания, расширив сотрудничество с нами
- Мы хотим показать Вам наши новинки
- Мы хотим лично с Вами познакомиться, приехать показать презентацию...
- Мы хотим пригласить Вас на обучение...
- Мы хотим пригласить Вас для обсуждения особых условий сотрудничества...
- У нас для Вас есть небольшой подарок и т.д.

# ЭТАПЫ ОБЩЕНИЯ

Решение





## ИНФОРМАЦИЯ О КОМПАНИИ

- ▶ Клиенты
- ▶ С кем компания работает
- ▶ Поставщики
- ▶ Использует оборудование (тип, бренд)
- ▶ Потенциал компании
- ▶ Планы
- ▶ История компании
- ▶ Структура компании
- ▶ Опыт реализации проектов

## ИНФОРМАЦИЯ О ЛЮДЯХ

- ▶ Структура принятия решения: ЛВР (лицо, влияющее на решение) или ЛПР (лицо, принимающее решение)
- ▶ Ф.И.О., должность, вес в структуре принятия решений
- ▶ Опыт работы данного сотрудника на рынке
- ▶ Опыт работы данного сотрудника в компании
- ▶ Дополнительная информация (увлечения)

## ПОДГОТОВКА К ОБЩЕНИЮ С КЛИЕНТОМ \ ПОДГОТОВКА К ВСТРЕЧЕ (1)


## МАТЕРИАЛЬНАЯ

- ▶ Внешний вид
- ▶ Визитки; Ручки; Блокнот
- ▶ Рекламные материалы и образцы
- ▶ Презентационные материалы (Диски, ноутбук, кабель и т.д.)
- ▶ Подарки
- ▶ Референсы
- ▶ Паспорт
- ▶ Информация о месте встречи (как добраться)

## НЕМАТЕРИАЛЬНАЯ

- ▶ Подумать о предварительном предложении; аргументах; возражениях; контр возражения
- ▶ Цели: №1 Основная; №2 Стратегическая; №3 Утешительная
- ▶ Планы на переговоры: - Если он скажет...., то я.... ; - Если он покажет такой документ, ....., а я на это....
- ▶ Легенда (презентация о компании)

## ПОДГОТОВКА К ОБЩЕНИЮ С КЛИЕНТОМ \ ПОДГОТОВКА К ВСТРЕЧЕ (2)



▶ При личной встрече у Вас  
15-20 секунд

▶ При общении по  
телефону у Вас 5-7 секунд

**ЦЕЛЬ: РАСПОЛОЖИТЬ К СЕБЕ СОБЕСЕДНИКА**

**ОТКРЫТИЕ ПЕРЕГОВОРОВ**

## ПРИ ЛИЧНОЙ ВСТРЕЧЕ:

1. Приветствие: Добрый день, компания «СТИМУЛ», обращение по Ф.И.

2. Зрительный контакт, улыбка.

3. Рукопожатие:

- Если встречаются мужчина и женщина, то первым подает руку женщина
- Если встречаются люди разного возраста, то первым приветствует старший
- Если встречаются люди разной должности, то первым приветствует старший по должности
- Если клиент сидит, не встает, не смотрит в глаза, то нужно вручить визитку, не пожимая руку

*\* Визитку всегда вручают в руки клиенту.*



## КАКИЕ ТЕМЫ НЕЛЬЗЯ ЗАТРАГИВАТЬ В НАЧАЛЕ БЕСЕДЫ

- О личной жизни и семье
- О фотографиях на столе, связанных с семьей
- Не комментируйте внешний вид человека



## СПЕЦИФИКА ЗАКАЗЧИКА

- ▶ Какие задачи стоят перед Вашим производством \ компаний?
- ▶ В чем специфика вашего производства?

## ОБОРУДОВАНИЕ

- ▶ Какое оборудование используете \ закупаете?
- ▶ Каков спектр данного оборудования?
- ▶ Какую долю занимает оборудование X – Y - Z в общем объеме закупок?
- ▶ Чем обусловлено данное соотношение?

## ВЫЯСНЕНИЕ СИТУАЦИИ КЛИЕНТА, ЕГО ПОТРЕБНОСТЕЙ И ВОЗМОЖНОСТЕЙ (1)

## КРИТЕРИИ (ОБОРУДОВАНИЕ \ ПОСТАВЩИК)

- ▶ Что для Вас важно при выборе оборудования?
- ▶ Исходя из чего Вы принимаете решения о выборе того или иного оборудования?
- ▶ Как Вы оцениваете эффективность того или иного решения?

## КОНКУРЕНТЫ

- ▶ С кем Вы сейчас работаете?
- ▶ Кто является Вашим поставщиком?
- ▶ Как давно Вы с ними \ с ним работаете?
- ▶ А с кем ранее работали?
- ▶ Чем обусловлена смена поставщика «А» на поставщика «В»?

## ВЫЯСНЕНИЕ СИТУАЦИИ КЛИЕНТА, ЕГО ПОТРЕБНОСТЕЙ И ВОЗМОЖНОСТЕЙ (2)

## УСЛОВИЯ

- ▶ На каких условиях Вы работаете с существующим поставщиком и как у Вас организована доставка?
- ▶ Какой у Вас график оплаты?
- ▶ Какую техническую поддержку предоставляет данный поставщик?
- ▶ Какой уровень сервиса предлагается \ обеспечивается данным поставщиком?

## СЛОЖНОСТИ

- ▶ С какими сложностями Вам приходится сталкиваться при работе с существующим поставщиком?
- ▶ Что хотелось бы улучшить в работе с существующим поставщиком?
- ▶ Какого рода вопросы при взаимодействии с существующем поставщиком требует вашего дополнительного внимания, как руководителя?

## ВЫЯСНЕНИЕ СИТУАЦИИ КЛИЕНТА, ЕГО ПОТРЕБНОСТЕЙ И ВОЗМОЖНОСТЕЙ (3)



## РЕШЕНИЯ

- ▶ Каков процесс принятия решения по выбору поставщика?
- ▶ Вот мы сейчас с Вами общаемся, мнение, каких специалистов Вы будете учитывать, И.О., чтобы Ваше решение было взвешенным?
- ▶ Конечно, Вы принимаете все решения сами, но с кем еще Вы хотели бы поговорить?
- ▶ Кто может быть Вам полезен при принятии этого решения?
- ▶ Кого мы должны пригласить для поддержки Вашего решения?

## ВЫЯСНЕНИЕ СИТУАЦИИ КЛИЕНТА, ЕГО ПОТРЕБНОСТЕЙ И ВОЗМОЖНОСТЕЙ (4)

## ПЛАНЫ И БЮДЖЕТ

- ▶ Какие у Вас планы по развитию Вашего предприятия? О каких сроках идет речь?
- ▶ За счет чего Вы планируете добиться \ реализовать поставленные цели?
- ▶ Какой бюджет выделяется на закупку данного оборудования?
- ▶ Что включено в данный бюджет (поставка, техническая поддержка, монтаж)?
- ▶ Каков процесс пересогласования бюджета?

- Чтобы не забыть информацию \ понять \ сравнить
- Разница того, что ранее говорили, с тем, что сейчас обсуждается
- Сделать правильное предложение
- Соблюдать структуру переговоров
- Насколько глубоко вошел в каждый блок
- Насколько однозначную отдачу получили от собеседника
- Чтобы подвести итоги переговоров
- Оптимизация своего времени и времени клиента

## **ЗАЧЕМ ДЕЛАТЬ ЗАПИСИ ПРИ ОБЩЕНИИ С КЛИЕНТОМ?**

Давайте спланируем нашу с Вами встречу, на которой я расскажу, каким образом компания строит свою работу с клиентом, чем мы отличаемся от уважаемых нами конкурентов.

**1. Дата**

**2. Время**

**3. Место.** «Как Вас там найти», «какие нужны документы для оформления пропуска?» ;

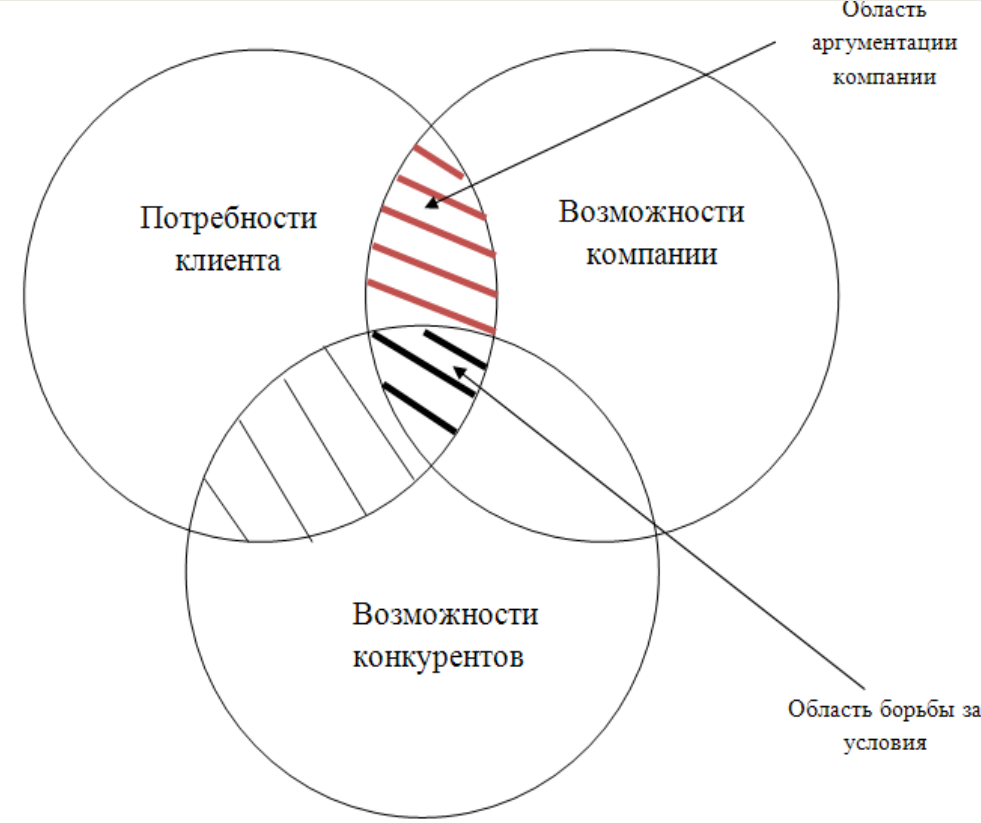
**4. Люди.** Давайте спланируем совместную встречу с выше перечисленными людьми для того, чтобы мы могли посмотреть на ситуацию с разных точек зрения и учесть мнение всех сторон, задействованных в процессе принятия решения.

**5. Действия.** Я со своей стороны на нашу встречу возьму каталоги, образцы, а Вы со своей стороны, чтобы встреча прошла результативно, подготовьте: 1, 2, 3, 4....

**6. Письменная фиксация договорённостей.**

**7. Мобильный телефон.** На всякий случай, если что-то у Вас изменится, запишите мой мобильный телефон +7(916) 555-55-55. И будьте добры, Ваш мобильный телефон.

## **ТЕХНИКА «ФИКСАЦИИ»**



**Цель:** клиенту важно осознать свои потребности, а также он должен убедиться в правильности предложения от партнера.

**Определение аргумента** – свойства продукции \ компании \ услуги, которые являются важными и весомыми для данного клиента в конкретной ситуации.

## АРГУМЕНТАЦИЯ



## **Как относиться к возражению?**

1. Спокойно, не брать близко к сердцу
2. Аргументировано дать ответ
3. Возражение - это сигнал к сделке

## **Зачем провоцировать возражения?**

Чтобы получить обратную связь на предложение

## **Как спровоцировать возражения?**

С помощью открытых вопросов: «Что вы об этом думаете?», «Как Вы к этому относитесь?»

## **В какой момент рассматривать возражения?**

Ответить сразу, либо отвечать позже, если это связано с нехваткой информации (не хватает полномочий, эмоциональный накал и т.д.)

## **РАССМОТРЕНИЕ ВОЗРАЖЕНИЙ**

Фраза	Варианты ответов
<p><b>Зачем Вы мне предлагаете аналоги. Мне нужно то, что я запрашиваю (Мне это не надо).</b></p>	<p>1. А что Вам требуется? Какие задачи Вы планируете решить текущим оборудованием? Насколько быстро Вам необходима поставка данного оборудования?</p> <p>2. Вот именно, поэтому я Вам предлагаю обсудить спектр поставляемого оборудования.</p>
<p><b>У нас был негативный опыт работы с Вами \ с Вашей компанией. Не хочу опять повторять.</b></p>	<p>1. Что Вы имеете ввиду? Как давно это было? В чем это выразилось?</p> <p>2. Вот именно, поэтому я предлагаю обсудить, то каким образом мы можем построить нашу совместную работу, чтобы такого не повторилось.</p>
<p><b>У нас уже есть поставщик данного оборудования и мы не хотим ничего менять.</b></p>	<p>1. А кто Ваш поставщик? А как быстро Ваш поставщик отвечает на возникающие Ваши вопросы? Что хотелось бы улучшить в работе с поставщиком?</p> <p>2. Да, и вместе с тем мы предлагаем рассмотреть наше решение, для того чтобы Вы могли выбрать более выгодное предложение.</p> <p>3. Вот именно, поэтому предлагаем рассмотреть наше решение (назначить встречу).</p>

## ВАРИАНТЫ ОБРАБОТКИ ВОЗРАЖЕНИЙ



**БЛАГОДАРИМ ЗА ВНИМАНИЕ!**

**Ольга Николаевна Жильцова**

editor@marklog.ru

marklog.ru

23

28.10.2017