

# Слова – это импульсы.

Импульсы способные вызывать те или иные эмоции:

- *Радость,*
- *Восхищение,*
- *Удивление...*

За последние десятилетия информационный поток увеличился в сотни раз.

**А бизнес, в этом вопросе, реально на передовой.**

*Порой результат всего переговорного процесса, зависит от **1-го** лишь слова.*

**Волшебного слова!**

Даже спящий проснется, когда

***Вы*** произнесете:

- Я услышал в Ваших словах...
- Вы...
- Ваш...
- для Вас...
- Ваше пожелание...
- Ваша компания...
- для Вас это означает...
- Вы сможете...

Слово **Вы** у любого **включает**  
внимание собеседника.

**P.S.** (или вместо..)

**Фразы, которые, ну, вот  
не стоит говорить  
Клиентам**

• **"Я не знаю"**

Альтернатива:

- a) *"Позвольте, я уточню для Вас этот вопрос"*
- b) *"Вы можете немного подождать, я уточню информацию"*

• **"Не могу Вам ничего обещать"**

Альтернатива:

- a) *"Я сделаю все возможное, чтобы решить Ваш вопрос"*

- **"Я Вас не понял"**

Альтернатива:

- a) *"Уточните, пожалуйста"*
- b) *"Позвольте уточнить, правильно ли я Вас понимаю"*

- **"Вы меня не так поняли"**

Альтернатива:

- a) *"Разрешите мне пояснить еще раз"*
- b) *"Я хотел сказать, что..."*

- **"Вы должны"**

Альтернатива:

- a) *"Чтобы я максимально оперативно решил Ваш вопрос, Вы можете со своей стороны..."*
- b) *"Замечательно будет, если Вы..."*

- **"Вы не правы"**

Альтернатива:

*"Да, я с Вами согласен, есть такое мнение, при этом..."*

- **"Одну секундочку"** или *"Не вешайте трубку, оставайтесь на линии"*

Альтернатива:

*«Мне нужна всего минута, чтобы...*

*Вы можете подождать на линии или мне лучше Вам перезвонить?"*

- **"Это последний товар на складе"**

Альтернатива:

"Этот товар активно раскупают, а следующий завоз ожидается нескоро"

- **А еще самый "Как Вы нас нашли?"**

Альтернатива: "Разрешите уточнить, откуда Вы о нас узнали?"

# ***И еще...!***

## ***Типичные ошибки, допускаемые call-менеджер***

- Использование в разговоре с клиентом уменьшительно-ласкательных слов. Например: *заявочка, звоночек, покупочка, договорчик* и т.д.
- Чрезмерная навязчивость. Не нужно стараться выудить из клиента максимум информации, при этом полностью игнорируя его «информационные желания».
- Отсутствие пауз, ведение разговора «на автомате». Сухой заученный текст следует «выдавать» дозированно, с расстановкой акцентов и выдерживанием пауз иначе клиент может почувствовать себя ненужным.
- Злоупотребление в разговоре с клиентом «словами-сомнениями». Например: *наверное, возможно, скорее всего, может быть, я не уверен* и т.д.

***Ну, пока вот так.***

***Желаю Вам увеличить конвертацию потенциального клиента в реального покупателя до максимума.***