



Модели поведения с клиентами

Алексей Андреев

2020

Содержание

Введение

Здесь приводится обоснование – зачем нужен этот документ, для кого предназначен

Предварительный анализ клиента

Анализ ситуации клиента

Кто должен делать? Какими инструментами? Что на выходе.

Анализ зоны ответственности менеджера клиента

Зачем метать бисер где не нужно? ЛПР ли это?

Анализ адекватности менеджера

И, соответственно, как на данного ЛПР влиять

Определение важности клиента

Сегментация клиентов по группам важности, какими инструментами и кто в компании должен делать?

Поведение с клиентами

Поведение с VIP-клиентами (VIP-матрицы)

9 моделей поведения с VIP с клиентами в зависимости от ранее проведенной сегментации.

Поведение со средними клиентами (стандартные матрицы)

9 моделей поведения со стандартными клиентами, в зависимости от ранее проведенной сегментации

Поведение с малозначимыми клиентами (матрица Лайт)

9 моделей поведения с малозначимыми клиентами, в зависимости от ранее проведенной сегментации

Стандартная техника продаж

Особое внимание установлению контакта и работе с реальными возражениями.

Проблемные ситуации

Рассмотрены наиболее проблемные при общении с клиентами на основе информации РОПа

Приложения

Скрипты для этапов воронки по каждой модели

**В портфолио предоставлено только титульная страница и содержание в соответствии с п. 8.6.
<https://bforse.ru/how-to-start/rules-of-cooperation-and-warranty/>**