



Pharmasco®

ЛАБОРАТОРІЯ В КИШЕНІ

з 2002 року

**Виявлення потреб
партнера та
актуалізація
цінностей продукту.**

- Павло Гриценко
- Менеджер з розвитку персоналу

Очікування від тренінгу



Чого я хочу навчитися сьогодні?

Pharmasco[®]

Мета тренінгу

Навчитися

- Точно розпізнавати поведінкові типи партнерів.
- Розуміти особливості спілкування та вміти налагоджувати контакт з кожним із них.
- Виявляти істинні потреби партнерів
- Надавати пропозиції партнерам за допомогою особистих вигод, відповідно до потреб



Pharmasco[®]

Ролі ЛПР. Функціональні

- **ВИРІШУВАЧ (DECISION MAKER)**

Приймає рішення з урахуванням підготовленої інформації. Затверджує параметри вибору. Захищає чи затверджує бюджет. Відповідає за показники на рівні компанії, підрозділу чи проекту.

- **ЕКСПЕРТ (ЛПР – ЛЮДИНА, ЩО ВПЛИВАЄ НА РІШЕННЯ)**

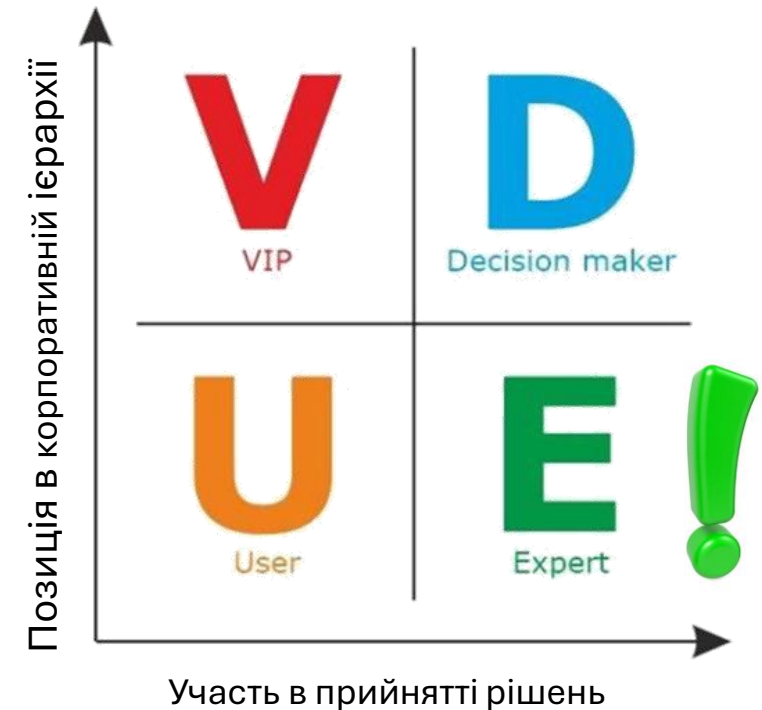
Збирає інформацію, необхідну прийняття рішення. Має необхідну експертизу, щоб перевірити пропозиції щодо відповідності вимогам компанії. Суттєво впливає на остаточне рішення. Несе відповідальність за підрозділ чи етап проекту/процесу.

- **BIG BOSS (VIP)**

Часто не бере участь у прийнятті рішення. Вважає це питання недостатньо важливим для своєї позиції. Може накласти вето чи призупинити процес. За довгих циклів угоди VIP може ініціювати зміну ЛПР.

- **КОРИСТУВАЧ (USER)**

Використовує придбаний продукт у роботі. Має особисті, часом суб'єктивні уподобання. Може мати право голосу, інколи вирішальне. Несе відповідальність за свої завдання чи ділянку роботи. (перекласти на укр, зв'язок від експертів до людини, що приймає рішення, визначити хто володіє грошми, хто може допомогти)



Ролі ЛПР

- **Співробітники у функціональних ролях мають свої інтереси. Вони впливають один на одного і процес купівлі в цілому. Варіанти цього впливу можна описати як метафункціональні ролі.**



Ролі ЛПР. Метафункціональні

- **АТТРАКТОР**

Зацікавлений в укладанні угоди. Приваблює прихильників. Ділиться інформацією з МП. Складає йому протекцію.

- **ДЕТРАКТОР**

Перешкоджає укладанню угоди. Блокує контакти та обмін інформацією. Запобігає знайомству з новими контактними особами. Просуває конкурентне рішення або відмову від розв'язання задачі в цілому.

- **ІНФОРМАЦІЙНИЙ КАНАЛ**

Ділиться інформацією. Підтверджує чи спростовує наявну інформацію. Допомагає розібратися на користь сторін та схему прийняття рішення. Діє зі своїх інтересів або у рамках приємного спілкування.



Навіщо: Мета візиту

Переконати партнера збільшити закупівлю та рекомендувати наші аналізатори з реагентами та тести за рахунок:

- Інформації про наші продукти та задоволення потреб кожного закладу з яким ми працюємо та постійний контакт з партнерами.
- Збільшення ніши використання наших продуктів – вигоди для адміністрації під їхні потреби.
- Робота із запитами та запереченнями, позитивними та негайними відгуками.
- Зменшення ніши використання конкурентних продуктів за рахунок переваг наших продуктів.

Pharmascope[®]

Виявлення потреби Партнера

Що таке потреба?

Потреба це **максимально чіткій** критерій, або кілька критеріїв, за якими Партнер робить вибір серед пропозицій для вирішення певної задачі.



Pharmasco[®]

Виявлення потреби Партнера

Для чого її виявляти?



Pharmasco[®]

Рольова Гра

Таблетка



Pharmasco[®]

Виявлення потреби Партнера

Для чого **потрібно** виявляти потреби партнера на **кожному візиті**?



Pharmasco[®]

Виявлення потреби Партнера

Що таке група потреб,
Чим відрізняється від потреби?



Рольова Гра

Вікіпедія



Pharmasco[®]

Виявлення потреби Партнера

Як можна виявити потреби
у партнера?



Pharmasco[®]

1. SPIN-модель

Суть: Методика, що базується на чотирьох типах запитань:

- **Situation** — ситуаційні
- **Problem** — проблемні
- **Implication** — наслідкові
- **Need-payoff** — запитання про цінність рішення

Приклад: Продавець CRM-системи:

- **S:** Як ви зараз ведете облік клієнтів?
- **P:** Чи виникають труднощі з пошуком історії комунікацій?
- **I:** Що трапляється, коли менеджер не бачить попередні контакти?
- **N:** Як би вам допомогло рішення, яке автоматично фіксує всі дзвінки та листування?

SPIN selling



2. Методика BANT

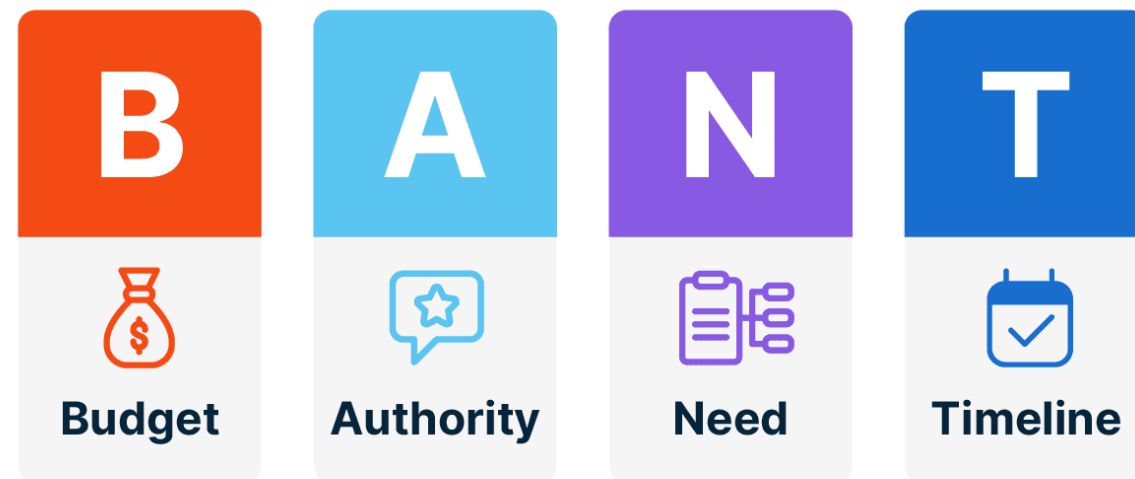
Суть: Оцінка клієнта за чотирма критеріями:

- **B**udget — бюджет
- **A**uthority — повноваження
- **N**eed — потреба
- **T**iming — терміни

Приклад: Під час розмови продавець SaaS-рішення з'ясовує:

- Який бюджет на автоматизацію?
- Хто приймає остаточне рішення?
- Які задачі ви хочете вирішити?
- Коли плануєте впровадження?

What is BANT?



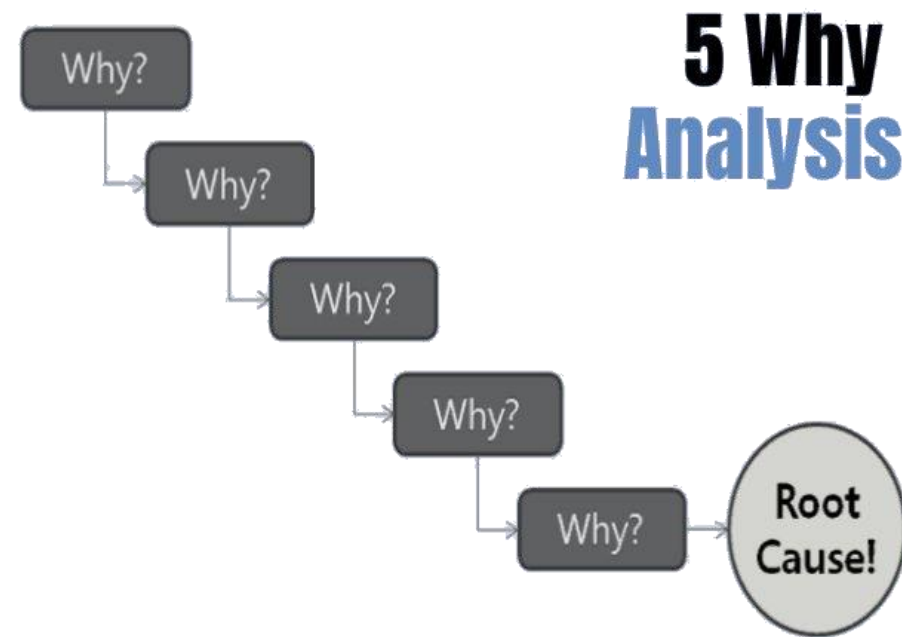
✿ 3. Техніка «5 Чому»

Суть: Послідовне запитування «Чому?» для виявлення кореневої потреби.

Приклад: — Чому ви шукаєте нову систему обліку?

- Бо стара часто зависає.
- Чому це проблема?
- Через це ми втрачаємо замовлення.
- Чому втрачаєте?
- Клієнти не можуть оформити покупку.
- Чому не можете це виправити?
- Немає підтримки.

→ Отже, ключова потреба — **стабільність і підтримка**.



4. DISC-профілювання (поведінковий підхід)

Суть: Визначення типу поведінки клієнта (Dominance, Influence, Steadiness, Compliance) і адаптація стилю виявлення потреб.

Приклад:

- **D (Домінант):** коротко, по суті, фокус на результаті.
- **I (Вплив):** емоційно, з прикладами, історіями.
- **S (Стабільність):** м'яко, з акцентом на підтримку.
- **C (Сумлінність):** логічно, з цифрами, деталями.



Pharmasco[®]

🧠 5. Jobs To Be Done (JTBD)

Суть: Замість «що клієнт хоче купити» — «яку роботу він хоче виконати».

Приклад: Клієнт не просто купує дріль — він хоче **зробити дірку в стіні**, щоб повісити полицю. → Продавець фокусується на **результаті**, а не на характеристиках.



Виявлення потреби Партнера метод воронки запитань

Відкриті запитання.

Що для Вас цінне...

Що для вас головне...

По яких критеріях обираєте....

Що би ви хотіли покращити...

Що відмітили при використанні....

Уточнюючі запитання.

Що маєте на увазі, говорячи...

В чому виражається....

Закриті запитання.

Чи вірно я розумію що ідеальний продукт
такий, що...

Корисним буде виявити кілька потреб

Pharmasco®



Виявлення потреби Партнера

Що потрібно зробити до
переходу до воронки
запитань?



Pharmasco[®]

З'ясування ситуації

- Чи використовуєте ви в своїй практиці?
- Як часто ви використовуєте... у своїй практиці?
- Чи розглядаєте ви пропозиції щодо?...
- Яка кількість аналізів проводиться?....
- Якими апаратними можливостями користуєтесь?....
-

Важливо!

БЕЗ З'ЯСУВАННЯ СИТУАЦІЇ ВИЯВЛЕННЯ ПОТРЕБИ НЕ МАЄ СЕНСУ!



Pharmasco[®]

Приклад актуалізації потреби через воронку запитань

- Чи використовуєте ви в своїй практиці?
- Як часто ви використовуєте... у своїй практиці?



З'ясування ситуації

- Що для вас є найголовнішим при виборі ...?
- Що ви вкладаєте в поняття?
- Чи вірно я зрозуміла що...?



Виявлення потреби

- Хочу вам презентувати
- Презентація продуктів компанії за моделлю ХПВ



Презентація продукту

Приклад актуалізації потреби через воронку запитань (партнер не є користувачем продукції компанії)

- Знаю, що в Вашій лабораторії є необхідність проводити аналізи....
- Що для вас є найголовнішим при виборі аналізатора для проведення таких досліджень?
- ***Відповідь Партнера (точність)***

Уточнююче запитання

- Що ви маєте на увазі, говорячи про точність в таких випадках
- ***Відповідь Партнера (повторність результату при...)***



Pharmasco®

Попередній досвід

Метод виявлення потреб партнера через попередній досвід дозволяє сформувати позитивний образ продукції компанії, якою партнер користується.

Головна мета цього методу щоб партнер «похвалив» продукцію компанії, тим самим ще раз додатково «ПРОДАВ» її сам собі.



Приклад актуалізації потреби через попередній досвід

- Знаю що Ви є активним користувачем продукції нашої компанії
- Як часто вам вдавалося використовувати наші продукти у своїй практиці?
- Які продукти нашої компанії вам сподобалися найбільше?
- Що для вас виявилось найціннішим в ...?
- Підтримка за моделлю ХПВ
- Згодна з Вами, дійсно...

Pharmasco[®]

Приклад актуалізації потреби через попередній досвід (партнер є користувачем продукції компанії)

- Знаю що ви є активним користувачем продукції компанії Фармаско
- Як часто Ви користуєтесь та якими аналізаторами компанії фармаско останнім часом?
- ***Відповідь Партнера (30-40 аналізів на день)***

Відкрите запитання

- Що для вас виявилось найціннішим в продукції компанії?
- ***Відповідь Партнера (точність)***

Уточнююче запитання

- У чому проявлялася точність в роботі з аналізаторами компанії Фармаско?
- ***Відповідь Партнера (Аналізатор показує результати)***



Рольова Гра

Цінна покупка



Pharmasco[®]

Поведінкові типи

- У кожної людини є свої персональні особливості
- Людина любить вести справи з людьми, з якими вона відчуває себе комфортно
- Люди почувають себе комфортно зі схожими на себе



Поведінкові типи

- Поведінковий тип-це стійкий набір стереотипів поведінки
- Поведінковий тип не має прямого відносини до особистості людини
- Він не відповідає на питання:

Хто ми такі?



Поведінкові типи

- Наш поведінковий тип - це наша «зона комфорту», наша звична поведінка під час спілкування з іншими людьми
- Завдяки цій поведінці навколишні сприймають і **оцінюють нас**, а ми в свою чергу **оцінюємо і сприймаємо їх**



Pharmasco[®]

Чому поведінка?

- Це дозволяє сконцентруватися на діях, а не на особливостях людини.
- Це дозволяє уникнути суб'єктивності у спостереженнях і підвищити достовірність висновків
- Це дозволяє оцінити партнера безпосередньо під час зустрічі.



Поведінкові типи

- Визначення поведінкового типу людини відбувається виключно за результатами **оцінки його дій** (поведінки)



Визначення поведінкового типу

- 1 Вісь:

Прагнення людини впливати на оточуючих

- 2 Вісь:

Ступінь емоціонального реагування людини на події



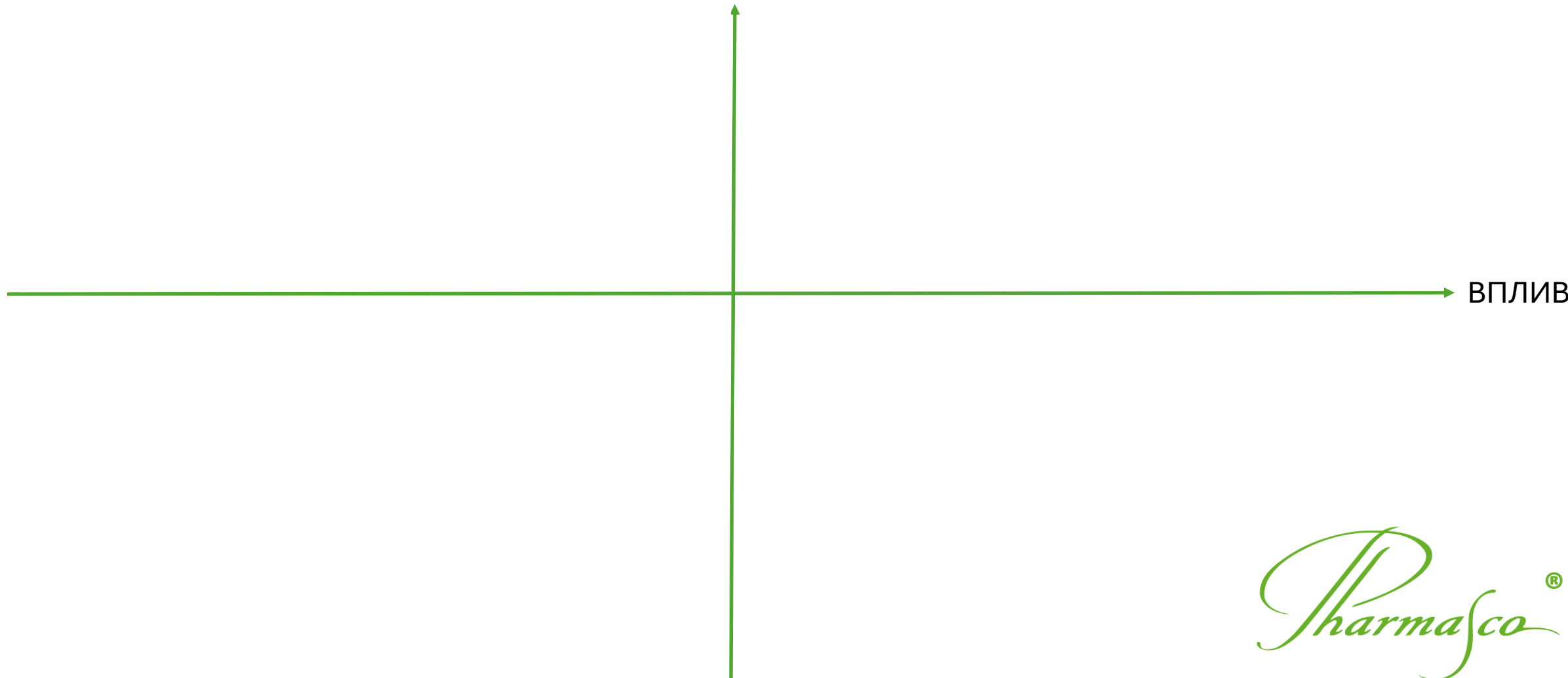
Pharmasco®



Pharmasco[®]

Поведінкові типи

ЕМОЦІЙНІСТЬ



Pharmasco[®]

Поведінкові типи

ЕМОЦІЇ	
СПІВ ПРА ЦЯ	Steadness
	Influence
СУПЕР НИЦ ТВО	Compliance
	Dominance
ЦІЛЬ	



DOMINANCE

Domіnance домінуючий інтроверт

- Намагається зрозуміти конкретні вигоди
- Дуже раціонально витрачає свій час
- Не веде сторонні розмови
- Виходить з себе, якщо не може займатися справами





INFLUENCE

Influence впливаючий екстраверт

- Відкритий та доброзичливий, але не боїться відмовляти
- Орієнтований на особисте спілкування, напористий
- Неорганізований
- Може довго розповідати про себе, свої проблеми





STEADINESS

Steadiness (товариський тип) підпорядкований екстраверт

- Не любить зазнавати тиску, уникає подібних ситуацій
- Не любить приймати складні рішення
- Не економить час (з погляду оточуючих)
- Прагне розвивати взаємини з людьми





COMPLIANCE

Compliance підпорядкований інтроверт

- Намагається зрозуміти фундаментальні ідеї
- Старанно вбирає інформацію
- Все аналізує
- Дуже точний і пунктуальний, особливо якщо це стосується цифр
- Вважає, що для успішної співпраці достатньо інтенсивно обмінюватись інформацією



Використання МОВИ





Стабільний «ЕМОЦІЙНА» Мова: ПОЧУТТЯ, ВІДЧУТТЯ, ВРАЖЕННЯ, ВЗАЄМОВІДНОСИНИ	Ініціативний «ВІЗУАЛЬНА» Мова: МІМІКА, ЖЕСТИ, ІНТОНАЦІЇ, ВИДІЛЯТИ ГОЛОВНЕ ТОНОМ.
Аналітичний «АУДІАЛЬНА» Мова: СЛУХАТИ, ПОВТОРЮВАТИ СЛОВО-У-СЛОВО, ГОВОРИТИ - ПО ПЕРШЕ, ПО-ДРУГЕ.	Домінантний «КІНЕСТЕТИЧНА» Мова: ВПЕВНЕНІСТЬ, КОНТРОЛЬ, ПЕРСПЕКТИВИ, РІШЕННЯ, ДІЇ

Обмін інформацією

Стабільний ЛЮБЯТЬ ПОГОВОРТИ, ОСОБЛИВО ПРО ВПЛИВ НА ЛЮДЕЙ, ПРО ТОГО ХТО ЦЕ ВЖЕ ВИКОРИСТОВУЄ	Ініціативний ЛЮБЛЯТЬ ДИСКУСІЇ, НАМАГАЮТЬСЯ ШУКАТИ ЩОСЬ НОВЕ
Аналітичний ЛЮБЛЯТЬ ТОЧНІСТЬ, ЛОГІЧНІСТЬ ТА ДЕТАЛІЗАЦІЮ «ЧИМ ЦЕ ПІДТВЕРДЖЕНО, ЯКІ ДЕТАЛІ?»	Домінантний ХОЧЕ ОПИСУ РЕЗУЛЬТАТІВ І КОНКРЕТНИХ ДІЙ «ЩО ТРЕБА ЗРОБИТИ, ЩО ЦЕ ДАСТЬ, СКІЛЬКИ, КОЛИ?»

Поведінкові типи

Стабільний СТУРБОВАНИЙ ІНТЕРЕСАМИ СПРАВИ ХОРОШИЙ СЛУХАЧ ТЕРПЛЯЧИЙ ТА ДОБРОЗИЧЛИВИЙ ДОБРЕ ВИРІШУЄ КОНФЛІКТИ, ПРИМІРЯЄ ТИХ, ЩО СПЕРЕЧАЮТЬСЯ	Ініціативний ЛЮБИТЬ БУТИ В КОМПАНІЇ ЕНЕРГІЙНИЙ, ШВИДКО РУХАЄТЬСЯ МАЄ ТВОРЧУ УЯВУ ЛЮБИТЬ ВСТАНОВЛЮВАТИ ВЗАЄМИНИ З ОТОЧУЮЧИМИ ЛЮДЬМИ
Аналітичний ЕМОЦІЇ НЕ ВПЛИВАЮТЬ НА ЙОГО РІШЕННЯ ДОБРОСОВІСНИЙ І ПОСТІЙНИЙ ВДУМЛИВИЙ ЗБИРАЄ ТА ОЦІНЮЄ ІНФОРМАЦІЮ, ПЕРЕВІРЯЄ ТА ПЕРЕПЕРЕНВІРЯЄ ДАНІ	Домінантний ДОВОДИТЬ РОЗПОЧАТУ СПРАВУ ДО КІНЦЯ ПРАГНЕ ШВИДКО ДОСЯГТИ УСПІХУ ШВИДКО ПРИЙМАЄ РІШЕННЯ ТА ПОЧИНАЄ ДІЯТИ ДИСЦИПЛІНОВАНИЙ, ЛЮБИТЬ КОНТРОЛЮВАТИ СЕБЕ ТА ОТОЧУЮЧИХ

Тип	Мова тіла / Поведінкові сигнали	На що це вказує
 D — Домінантний	<ul style="list-style-type: none"> • Жвава жестикуляція • Пряма поза, нахил уперед • Частий контакт поглядом • Швидкий темп мовлення 	<ul style="list-style-type: none"> • Хочє контролювати ситуацію • Нетерплячий до “порожніх балачок” • Очікує конкретики та рішень
 I — Ініціативний	<ul style="list-style-type: none"> • Відкрита постава, посмішка • Активна міміка, жестикулює руками • Часто змінює тему • Може торкатися співрозмовника 	<ul style="list-style-type: none"> • Орієнтований на емоційний контакт • Хочє, щоб його “почули” і зацікавили • Висловлює потреби через історії
 S — Стабільний	<ul style="list-style-type: none"> • Спокійні рухи • Витриманий голос • Мінімальна жестикуляція • Часто схрещує руки, тримає “безпечну” дистанцію 	<ul style="list-style-type: none"> • Цінує безпеку, послідовність • Може приховувати незгоду • Не любить конфліктних тем
 C — Аналітичний	<ul style="list-style-type: none"> • Зосереджений погляд “всередину” • Мало емоцій, “холодна” міміка • Вивірені рухи, обмірковані відповіді • Часто робить нотатки або дивиться в документи 	<ul style="list-style-type: none"> • Потребує чіткості та аргументів • Спостерігає, аналізує перед реакцією • Не любить імпровізацій і тиску

Рольова Гра

Визначте тип партнера



Pharmasco[®]

Домінантний (ХАРАКТЕРНІ РИСИ)

- Любить діяти швидко, основуючись на проектах (без детальної проробки)
- Намагається задавати випережуючі питання і пропонувати альтернативи
- Більше інтересується реальними діями, ніж теоретичними міркуваннями



Домінантний (ХАРАКТЕРНІ РИСИ)

- *ХОЧЕ БУТИ:*

Головним

- *ХОЧЕ ВІД ПАРТНЕРА:*

Конкретики, починає керувати роботою

- *В РОЗМОВІ:*

Задає запитання, мовчить

- *ПРАЦЮЄ:*

Рішучо і швидко



Pharmasco[®]

Домінантний (ХАРАКТЕРНІ РИСИ)

- *ЛЮБИТЬ:*

Продуктивність

- *ДРАТУЄТЬСЯ:*

Коли бачить нерішучість і повільність

- *ЙОГО СТИЛЬ РОБОТИ:*

Тут і зараз

- *ЙОГО РІШЕННЯ:*

Кінцеві та без пояснень



Pharmasco®

Домінантний (ЯК З НИМИ ПРАЦЮВАТИ?)

- *ЗАДАВАТИ ПИТАННЯ:*

Прямі, конкретні

- *ПІДТРИМУВАТИ*

Їхні рішення

- *ДЕМОНСТРУВАТИ:*

Свій досвід в області та конкретні результати використання

- *ПРОПОЗИЦІЯ:*

Конкретна та відчутна



Pharmasco[®]

Ініціативний (ХАРАКТЕРНІ РИСИ)

- Насолоджується загальною картиною справи і швидко втомлюється від перерахування деталей
- Любить знайомитися з розповідями та ілюстраціями
- Може раптово зацікавитися посторінними справами чи деталями



Ініціативний (ХАРАКТЕРНІ РИСИ)

- *ХОЧЕ:*

Викликати захоплення

- *ХОЧЕ ВІД ПАРТНЕРА:*

Поклоніння

- *В РОЗМОВІ:*

Задає питання і досліджує нові напрямки

- *ПРАЦЮЄ:*

Швидко і спонтанно



Pharmasco®

Ініціативний (ХАРАКТЕРНІ РИСИ)

- *ЛЮБИТЬ:*

Визнання

- *ДРАТУЄТЬСЯ:*

Стикаючись зі скукою і буденністю

- *ЙОГО СТИЛЬ РОБОТИ:*

Відкладання на потім

- *ЙОГО РІШЕННЯ:*

Спонтані



Pharmasco®

Ініціативний (ЯК З НИМ ПРАЦЮВАТИ?)

- *ЗАДАВАТИ ПИТАННЯ:*

Гіпотетичні, краще слухати

- *ПІДТРИМУВАТИ:*

Їхні ідеї

- *ДЕМОНСТРУВАТИ:*

Оригінальність, творчий підхід і здатніс генерувати свіжі ідеї

ПРОПОЗИЦІЯ:

Пряма, але не нав'язлива



Pharmasco®

Стабільний (ХАРАКТЕРНІ РИСИ)

- *ХОЧЕ:*

Сприйматися позитивно

- *ХОЧЕ ВІД ПАРТНЕРА:*

Приємних емоцій дружності, прагне до гармонії

- *В РОЗМОВІ:*

Багато говорить на інші теми

- *ПРАЦЮЄ:*

Повільно і з комфортом



Pharmasco®

Стабільний (ХАРАКТЕРНІ РИСИ)

- *ЛЮБИТЬ:*

Увагу

- *ДРАТУЄТЬСЯ:*

Стикаючись з нетерпінням / натиском

- *ЙОГО СТИЛЬ РОБОТИ:*

Потім чи пізніше

- *ЙОГО РІШЕННЯ:*

З урахуванням думки оточуючих



Pharmasco[®]

Стабільний (ЯК З НИМ ПРАЦЮВАТИ?)

- *ЗАДАВАТИ ПИТАННЯ:*

Не погрозливі

- *ПІДТРИМУВАТИ:*

Їх почуття

- *ДЕМОНСТРУВАТИ:*

Теплоту і прагнення до спільної з ними роботи



Pharmasco[®]

Стабільний (ЯК З НИМ ПРАЦЮВАТИ?)

- *ВПЛИВАТИ:*

Через дружність

- *НАВОДИТИ ПЕРЕВАГИ:*

Особисті

- *ПРОПОЗИЦІЯ:*

Має включати прийняття зобов'язань на себе



Pharmasco[®]

Аналітичний (ХАРАКТЕРНІ РИСИ)

- Хоче знати все деталі
- Прагне отримати факти і довідки
- Намагається все пояснити теоретично



Аналітичний (ХАРАКТЕРНІ РИСИ)

- *ХОЧЕ БУТИ:*

Правильним/Правим

- *ХОЧЕ ВІД ПАРТНЕРА:*

Точності та правдивої інформації

- *В РОЗМОВІ:*

Роз'яснює проблеми

- *ПРАЦЮЄ:*

Системно і повільно



Pharmasco[®]

Аналітичний (ХАРАКТЕРНІ РИСИ)

- *ЛЮБИТЬ:*

Акуратність/Деталі

- *ДРАТУЄТЬСЯ:*

Коли отримує сюрпризи і зустрічається з невизначенням

- *ЙОГО СТИЛЬ РОБОТИ:*

Структурованість

- *ЙОГО РІШЕННЯ:*

Продумані



Pharmasco[®]

Аналітичний (ЯК З НИМИ ПРАЦЮВАТИ?)

- *ЗАДАВАТИ ПИТАННЯ:*

Деталізуючі (уточнюючі)

- *ПІДТРИМУВАТИ:*

Хід їх думок

- *ДЕМОНСТРУВАТИ:*

Знання деталей та системний підхід

- *ПРОПОЗИЦІЯ:*

Деталізована, логічно обгрунтована



Pharmasco[®]

Поведінкові типи


	Домінантний	Ініціативний	Стабільний	Аналітичний
ЦІЛІ	РЕЗУЛЬТАТИ КОНТРОЛЬ	СПІЛКУВАННЯ З ЛЮДЬМИ	СТАБІЛЬНІСТЬ СПОКІЙ	ТОЧНІСТЬ ПОРЯДОК СПОКІЙ
СТРАХИ	ВТРАТА КОНТРОЛЯ РОБОТА НА КОГОСЬ	ВИГНАННЯ НЕВИЗНАННІСТЬ	ВТРАТА ВЗАЄМИН	НЕВИПРАВДАНА КРИТИКА ВІДХІД ВІД СТАНДАРТІВ
ПОВЕДІНКА	ДИРЕКТИВНА	ДИРЕКТИВНА ГОВОРЛИВА	ПІДТРИМУЮЧА	ОБЕРЕЖНИЙ
СТРЕСС	ДОМІНАНТНИЙ НЕТЕРПЛЯЧИЙ	ЕМОЦІЙНИЙ НЕОРГАНІЗОВАНИЙ	НЕРІШУЧИСТЬ	УПРЯМСТВО
ПРІОРИТЕТИ	ЦІЛЬ ЗАДАЧА	ВЗАЄМОВІДНОСИН И	ВЗАЄМОВІДНОСИН И	ЗАДАЧА

Поведінкові типи


	Домінантний	Ініціативний	Стабільний	Аналітичний
<i>НЕ ЛЮБИТЬ</i>	КОНТРОЛЬ ЗВЕРХУ І ВІДСУТНІСТЬ РЕЗУЛЬТАТУ	БЕЗЛІЧ ДЕТАЛЕЦЬ, САМОТНІСТЬ	НЕТЕРПЛЯЧІСТЬ І БЕЗЛАД	ДЕЗОРГАНІЗАЦІЯ, ДЕФІЦИТ ПОЯСНЕНЬ
<i>ПРИЙНЯТТЯ РІШЕНЬ</i>	ШВИДКЕ	ЕМОЦІЙНЕ НА ОСНОВІ ІНТУІЦІЇ	ПОВІЛЬНЕ	ЗВАЖЕНЕ
<i>ПОТРЕБИ</i>	АЛЬТЕРНАТИВИ ПРОДУКТИВНІСТЬ	ДЕНМОНСТРАТИВНІ СТЫТ ЕКОНОМІЯ СИЛ	ГАРАНТІЇ СТАБІЛЬНОСТІ ОСОБИСТА УВАГА	ПІДТВЕРДЖЕННЯ ЯКОСТІ ТОЧНОСТІ ЛОГІЧНОСТІ
<i>СИЛЬНІ СТОРОНИ</i>	РІШУЧИЙ, ПРЯМИЙ СУПЕРНИК ПРИЙМАЄ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ НА СЕБЕ	ВІДКРИТИЙ ДО СПІЛКУВАННЯ, ВМІЄ ОБГОВОРЮВАТИ, ОПТИМІСТИЧНИЙ	ПРАЦЮЮЧИЙ, НАДІЙНИЙ, КОМАНДНИЙ ГРАВЕЦЬ, ХОРОШИЙ СЛУХАЧ	СИСТЕМАТИЧНИЙ, ТОЧНИЙ, АНАЛІТИЧНИЙ, ДОБРЕ ПІДГОТОВЛЕНИЙ
<i>ОБМЕЖЕННЯ</i>	НЕТЕПЛЯЧИЙ, ЛЯКАЮЧИЙ ПОГАНО СЛУХАЄ	НЕ ВІРИТЬ ФАКТАМ ЗАНАДТО ГОВОРЛИВИЙ	ПОВІЛЬНИЙ, НЕРІШУЧИЙ	ГЛИБОКОМИСЛЯЧИЙ, ІНДИВІДУАЛІСТ ОБЕРЕЖНИЙ

Тип	Що цінує	Чого уникає	Краще запитувати як...	Приклад формулювання
 D — Домінантний	Результат, швидкість, контроль	Повільність, деталізація, слабкість	Конкретно, по суті, з фокусом на вигоду або результат	“Який результат для вас принципово важливий?” “Що дозволить вам швидко ухвалити рішення?”
 I — Ініціативний	Натхнення, враження, взаємодія	Рутинність, холодність, “суха” мова	Відкрито, емоційно, з натяком на взаємність та визнання	“Що вас найбільше захоплює в роботі з нами?” “Як би ви описали ідеальну співпрацю?”
 S — Стабільний	Гармонію, стабільність, довіру	Тиск, невизначеність, ризики	М’яко, з підтримкою, підкреслюючи довгостроковість	“Що для вас створює відчуття безпеки у партнерстві?” “Наскільки важлива для вас послідовність у процесах?”
 C — Аналітичний	Факти, точність, логіку	Емоційність, хаос, поспішні рішення	Чітко, з аргументами, з попередженням про структуру	“Які критерії є для вас критичними при виборі рішення?” “Яку інформацію вам потрібно бачити перед фінальним кроком?”


Приклади відкритих запитань

-  D — Домінантний (цілеспрямований, рішучий)
- **Характеристика:** цінує результат, прямоту, швидкість
- **Запитання:**
- "Який результат для вас буде найважливішим у цьому проєкті?"
- "Що для вас критично важливо, щоб ухвалити рішення швидко?"
- "Які бар'єри можуть уповільнити реалізацію, і як їх обійти?"


Приклади відкритих запитань

-  I — Ініціативний (відкритий, комунікабельний)
- **Характеристика:** цінує емоції, враження, натхнення
- **Запитання:**
 - "Що вас найбільше надихає у нових проєктах?"
 - "Як ви уявляєте ідеальну взаємодію з нами?"
 - "Який досвід з минулого був для вас особливо позитивним?"

Приклади відкритих запитань

-  **S — Стабільний (спокійний, орієнтований на відносини)**
- **Характеристика:** цінує надійність, гармонію, сталість
- **Запитання:**
 - "Що для вас означає комфортна співпраця?"
 - "Які елементи партнерства для вас є запорукою довіри?"
 - "Наскільки важлива для вас передбачуваність у процесах?"

Приклади відкритих запитань

-  **C — Аналітичний (структурований, точний)**
- **Характеристика:** цінує факти, логіку, деталі **Запитання:**
- "Які критерії оцінки результату для вас ключові?"
- "Якої інформації вам не вистачає для ухвалення рішення?"
- "Як ви зазвичай структурюєте процес прийняття рішень?"

Рольова Гра

Виявити потребу партнера



Pharmasco[®]

Актуалізація потреби

1. Виявлення та підтвердження потреби Партнера

- З'ясувати в яких ситуаціях призначається наші продукти
- в якій кількості
- чим подобаються (з'ясувати властивість, котру Партнер цінує в наших продуктах)

2. Аргументація

- Презентація продуктів, за моделью ХПВ
- Донесення ключового повідомлення
- Робота із промо-матеріалами



Презентація за моделлю ХПВ під виявлену потребу

- **Х - Специфічні властивості**
- **П - Переваги**
- **В - Вигоди під потребу**

Партнера



Pharmasco[®]

Специфічні властивості

Реально існуючі
характеристики
пропонованого товару
чи послуги



Pharmascope®

Переваги

Явище чи процес, що є
наслідком наявності
певної властивост

Поставити ауді



Pharmasco[®]

Вигода

Вирішення проблем, які
реально цікавлять
Партнера

Конкретні рішення, є
наслідком наявності
властивостей та
переваг



Pharmasco®

Вищій пілотаж

- Найвищій рівень майстерності — тонка настройка комунікації, коли важливо не лише **що** кажеш, а ще і **як і якими словами**.
- Це мікроаналітика — мова, інтонація та словесні тригери, які підвищують довіру до тебе з боку партнера кожного типу за категоризацією DISC.

Вищий пілотаж

-  **D — Домінантний**

Слова-тригери	“Результат”, “контроль”, “ефективність”, “ухвалити рішення”, “оптимально”
Інтонація	Упевнена, без коливань, короткі фрази, тон — “я знаю, що роблю”
Ключові фрази	“Пропоную прямий шлях до результату”, “це дасть вам конкурентну перевагу”, “діємо без затримок”
Не варто	Вдаватися в довгі передісторії, знижувати темп або запитувати дозволу (“можна я щось запропоную?”)

Вищій пілотаж

-  I — Ініціативний

Слова-тригери	“Натхнення”, “співпраця”, “ідеї”, “вплив”, “команда”, “захопливо”
Інтонація	Живий, емоційний, доброзичливий тон, відкритість, жестикуляція підтримується тембром
Ключові фрази	“Уявіть, як круто буде, якщо...”, “це справді може стати яскравим кейсом”, “ви точно зможете вплинути”
Не варто	Бути сухим або надто структурованим — тоді відчують байдужість

Вищий пілотаж

-  S — Стабільний

Слова-тригери	“Надійність”, “гармонія”, “сталість”, “довіра”, “турбота”, “спокій”
Інтонація	Спокійна, врівноважена, м’який тембр, паузи — важлива впевненість без натиску
Ключові фрази	“Я тут, щоб підтримати”, “нам важливо зберегти комфортний темп”, “нічого не змінюємо раптово”
Не варто	Тиснути, ставити ультиматуми, міняти домовленості без попередження

Вищий пілотаж

-  С — Аналітичний

Слова-тригери	“Аргументи”, “логіка”, “структура”, “деталі”, “оцінка ризиків”, “точність”, “прогноз”
Інтонація	Стриманий, логічний тембр, рівномірний темп, акцент на чіткість
Ключові фрази	“Дозвольте покажу поетапно”, “ось дані, які це підтверджують”, “ми врахували ризики та маємо рішення”
Не варто	Імпровізувати, обіцяти без гарантій, тиснути емоційно — це знижує довіру

Вищий пілотаж

- ✂ Як використовувати:
- У відкритті — “закидай” **довірчий тригер** через фразу або ТОН.
- У діалозі — дотримуйся стилю + періодично підсилюй ключовими словами.
- У фіналі — рефрейм: підкресли бажану цінність саме для цього типу.

Рольова Гра

Вигоди партнера



Pharmasco[®]

Фінальна рольова гра

Візит до партнера



Pharmasco[®]



Pharmasco®

ЛАБОРАТОРІЯ В КИШЕНІ

з 2002 року

Бажаю Вам Успіху!

- Павло Гриценко
- Менеджер з розвитку персоналу
- p.hrytsenko@pharmasco.com
- моб. тел.: +38 (067) 313-66-26
+38 (093) 216-80-41