



Открытые вопросы

- Как начать использовать открытые вопросы в своих продажах?
- Открытые вопросы в продажах и примеры использования для построения правильного диалога со своими клиентами.
- Какие есть преимущества и недостатки у прямых вопросов, а также как с этими недостатками бороться.

Разберём:

1. [Что такое открытые вопросы в продажах](#)
2. [Преимущества и недостатки](#)
3. [Примеры использования прямых вопросов в продажах](#)
4. [Как начать использовать открытые вопросы в своих продажах](#)
5. [Вывод](#)

Что такое открытые вопросы в продажах?

Открытый вопрос, простыми словами — это такой вопрос, на который ваш собеседник **не сможет ответить однозначно** — да или нет и ему нужно дать вам полный и развернутый ответ, что нам и нужно для хороших продаж!

Открытые вопросы могут начинаться так:

- что?
- кто?
- как?
- где?
- сколько?
- почему?
- какой?
- в связи с чем?
- и тд, главное, чтобы дать возможность высказаться человеку, которому ты задал вопрос.



**

В продажах открытые вопросы используют для:

- начала разговора – таким образом вы можете познакомиться и узнать собеседника, его желания, цели и тд;
- направления разговора по заранее намеченному плану – когда вы работаете по определенному скрипту/сценарию. И когда вы видите, что диалог заворачивается в другом направлении – с помощью открытого вопроса вы можете повернуть мысли

собеседника в нужном направлении, вернув в структуру скрипта/сценария;

- перехода с одной темы на другую;
- использования «техники активного слушания» в продажах;
- получения информации по выявлению потребностей/ценностей клиента;
- создания комфортных условий диалога;
- уточнения запросов клиента/снятия возражения;
- выигрыша времени на обдумывание – если ситуация зашла в тупик или вам нужно время обдумать свое решение или ответ – дайте своему собеседнику высказаться, задав открытый вопрос;
- определения причин отказа или сомнения клиента по тому или иному поводу;
- закрепления отношений с клиентами и партнерами;
- и самое основное, когда ты правильно настроишь систему открытых вопросов – твой клиент своими ответами **продает сам себе!!!** И в таком случае вам не нужно будет закрывать возражения и бороться со страхами и сомнениями в покупке.

Все это ты можешь сделать по одной простой причине, задавая своему собеседнику открытый вопрос – ты предоставляешь ему право высказать **свое мнение** и **не ограничиваешь** его ни по времени ни по объему. И, поверь, твой собеседник будет благодарен тебе за такую возможность! А уж если ты проявишь искренний интерес к его словам, то он расскажет даже то, о чем предпочитал бы молчать при других обстоятельствах.

Сейчас люди испытывают дефицит общения! Посмотрите – везде ограничения: смс-ки, чаты, мессенджеры – сильно не разгуляешься. Да и люди привыкли, что очень часто никто их не слушает. Когда вы задаете потенциальному клиенту вопросы и выслушиваете их мнение искренне и **не перебивая**, они проникаются доверием, что **особенно важно в продажах**.

Таким образом цель открытых вопросов в продажах – разговорить собеседника, помочь ему выговориться и дать возможность стать

главным в процессе продаж и тогда он сам себе все продаст, как это реализовать? См. ниже.

Преимущества и недостатки

Я выделил **4 преимущества** открытых вопросов в продажах, итак, открытым вопросом ты:

Во-первых, мотивируешь своего оппонента дать полный и подробный ответ не ограничивая себя.

Во-вторых, стимулируешь человека на размышления, анализ своих действий, поступков, слов.

В-третьих, даешь право распорядиться объемом информации, который он хочет донести своими чувствами и эмоциями при комментировании событий.

В-четвертых, ты заставляешь себя внимательно слушать потенциального Клиента, в противном случае можно упустить важную информацию. И это само собой отлично влияет на продажу.

Однако у открытых вопросов есть и недостатки, которые нужно учитывать при продажах.

Недостатки открытых вопросов

- тебе может попасться разговорчивый покупатель, а время ограничено
- таблетка — мягко уводим диалог в нужную вам сторону дополнительными вопросами;
- ты можешь узнать подробности из жизни клиента, которые не относятся к делу
- таблетка – не перебиваем, когда собеседник сделает паузу, задайте наводящие вопросы и верните его в русло диалога;
- потенциальный Клиент, если он не привык к обстоятельным ответам, может смутиться

- таблетка – наводящими вопросами разговаривайте его и только после задавайте открытый вопрос;
- если твой собеседник не умеет формулировать свои мысли, можно получить непонятный ответ – много слов, а толку ноль
- таблетка – наводящие вопросы



Чтобы не обидеть оппонента и вытянуть из него нужную тебе информацию, научись чувствовать нить беседы и вовремя задавать как открытые, так и уточняющие вопросы.

Перед звонком потенциальному клиенту, тебе **ОБЯЗАТЕЛЬНО** нужно сесть и составить список вопросов, которые ты будешь задавать. И одно из основных свойств – порядок задавания (для себя можешь составить 10-15 удобных и комфортных именно для себя вопросов).

К слову, список и порядок вопросов для потенциальных и постоянных Клиентов будет существенно отличаться, надеюсь, ты это понимаешь.

Ты можешь воспользоваться ниже перечисленными примерами открытых вопросов для составления своего списка. Для удобства я распределил примеры по категориям.

Что нужно выяснять и с помощью каких вопросов

Выявление проблемы, боли или другую потребность Клиента.

Как правило, это начало разговора и это может быть первым вопросом, но ... если Клиент еще не готов, то следует немного подождать и разговорить его наводящими вопросами, small talk.

- Что для Вас важно в объекте?
- Что подыскиваете?
- Подскажите, какие требования вы предъявляете к этому ...?
- В чем актуальность интереса к этой теме именно сейчас ...?
- Что для Вас важно при получении информации по объекту...?
- Из каких вариантов выбираете? (выбиралИ)
- Что для вас важно при заключении договора ...?
- Как бы Вам хотелось...?
- Как бы Вы подбирали себе ...?
- Какие проблемы вы сможете решить, купив инвестиционную недвижимость на Бали?
- Когда вы впервые услышали/задумались об этой возможности?

Определение качеств, характеристик и требований к объекту.

Для грамотного предоставления/продажи юнита тебе нужно учесть все характеристики, которые нужны Клиенту для удовлетворения своих запросов.

- Какую именно ... подыскиваете? (виллу, какие апартаменты?)
- По каким критериям подбираете...?
- Как вы считаете, какими характеристиками должен обладать объект обязательно...? (цена, срок сдачи, качество, доходность, гарантии?)
- Что для Вас важно при выборе ...?
- Есть у Вас какие-то особые предпочтения?
- Есть какие-то отдельные пожелания? / Какие пожелания...?
- Что нравилось, что не нравилось?

- Чем вы руководствуетесь во время выбора ...?
- Что имеет для вас первостепенное значение при выборе ...?
- На какие преимущества вы обратили внимание?

Результат, который нужен Клиенту.

Чтобы определить конкретику, что нужно Клиенту, тебе важно узнать результат (идеальную картину), который желает получить клиент.

- Как собираетесь пользоваться юнитом(смотря о чём говорите)?
- Каких результатов ожидаете? (в разрезе доходности). Сколько времени на это уделять в идеале?
- Что хотите получить в итоге?
- Для чего это приобретаете?
- Чем я могу помочь Вам лучше выполнить Вашу задачу? (привязываем к контексту)
- Что поднимает вам настроение? ☺
- Как вы считаете, эта покупка принесёт Вам максимальную пользу? (ситуативно)

Выяснение бюджета на покупку.

Чтобы не тратить время впустую, желательно понять рамки бюджета, которые покупатель сможет потратить на наш объект.

- В каком бюджете рассматриваете варианты?
- В каком ценовом диапазоне ищете недвижимость? На что ещё обращаете внимание при подборе?

Выявление степени «теплоты» Клиента.

Когда нужен продукт вчера или послезавтра вашему клиенту.

- Вы только «узнать» или готовы к принятию решения, если условия подойдут?
- Когда Вы сможете ознакомиться с нашим предложением?

Работа с возражениями, страхами и опасениями.

Что мешает покупке.

- Есть что-то, что хотели бы избежать при заключении договора или в процессе владения...?
- Какие есть опасения или сомнения в плане сотрудничества?
- Что вас настораживает при выборе этого юнита ...?
- Если бы мы с вами встретились через 5 лет, чем бы вы гордились(что бы вызывало улыбку на лице), купив наш юнит ...?
- Какие возможности вы перед собой видите?
- С какими проблемами вы ожидаете столкнуться?
- Как вы будете оценивать успешность нашей с вами сделки?
- Чем вы рискуете, если вдруг оплаты по рассрочке перестанут идти с вашей стороны?
- Почему вы считаете свой выбор правильным?

Без категории

Для продолжения диалога.

- Расскажите, пожалуйста, поподробнее ...
- Уточните, пожалуйста ...
- Опишите дополнительно варианты ...
- Как вы относитесь к... следующему...?

Задание. Воспользуйся этими примерами и составь свои открытые вопросы для диалога со своими Клиентами. В структуре сценария добавь по 3 вопроса минимум в каждый блок!

Как начать использовать открытые вопросы в продажах?

Когда в конце разговора ты спросишь своего Клиента: *«Вы находите наши переговоры полезными?»*(*Вы считаете наш разговор полезным для себя?*)

Ты уже понял, что это закрытый вопрос и Клиент может ответить — да или нет. В принципе тоже неплохой ответ, но как мы узнаем, что именно оказалось полезным для Клиента?

Да никак, тем более что многие люди стесняются прямо в глаза сказать, что они не довольны чем-то, иногда и про то, чем довольны.

Покупатель положит трубку и ... может больше и не поднять трубку, а ты будешь сидеть и гадать, что же с ним произошло, почему он морозится.

Поэтому более правильно будет спросить: *«Уважаемый ..., мы уже довольно много времени провели в переговорах, можете ли вы поделиться, что полезного вы нашли для себя из нашего общения?»*

В таком случае Клиент, задумается и ... отвечая на твой вопрос у себя в голове, начнёт и продолжит сам себя убеждать в полезности и ценности, как общения с тобой, так и предмета обсуждения=+1 к ценности следующего контакта с тобой!

А ты, слушая ответ, поймёшь, как разговор влияет на восприятие клиента и это поможет тебе продолжить переговоры в нужном направлении, даже просто поняв – чего, возможно, пока не хватает клиенту в разговоре.

Таким образом, доверие со стороны Клиента к тебе растёт и ... помимо продажи ты можешь предложить ему дать рекомендации своим друзьям и знакомы касаясь тебя, как брокера по Бали, так и наших объектов.

Но, это уже высшая каста продаванов. Хорошая новость в том, что этому можно и нужно учиться. Для начала нам нужно научиться превращать любой вопрос в открытый. ☺

Пошаговая инструкция — как начать использовать открытые вопросы в своих продажах

Для начала банальные вещи, но без них мы не продвинемся дальше:

для того чтобы задать открытый вопрос тебе нужно поставить вопросительное слово в начале предложения и всё. ☺

1. Проведи анализ, какие вопросы ты задаешь своим потенциальным Клиентам, с кем общаешься в целом;
2. Посчитай сколько из них закрытых и сколько открытых;

3. Отметь закрытые вопросы, меняя которые на открытые, ты получишь более качественную и ценную информацию от Клиента/окружения. Которая, в свою очередь, позволит тебе легче и больше продать (как юнитов, так и мыслей, идей).
4. Замени эти закрытые вопросы на открытые, да, прям пропиши, не ленись!
5. Сними статистику, улучшились продажи, нет, на сколько. (начни с конверсии(CV) из первого звонка во второй).
6. Продолжай делать так 30 дней (магия привычки ;).



Лайфхак, как превратить закрытый вопрос в открытый.

Когда ты уже задал закрытый вопрос по привычке, забывчивости или не знанию, ты всегда можешь его открыть в конце, спросив мнение собеседника и попросив уточнить.

Пример:

Закрытый вопрос – *кажется ли вам консультация полезной?* и все, конец фразы

Открытый вопрос – *кажется ли вам консультация полезной?* плюс продолжение

– собеседник ответил – да, то *расскажите, в чем именно полезной?*

– собеседник ответил – нет, то *расскажите, в чем именно не полезной?*

Все просто. Отрабатываем и зарабатываем больше \$ ☺

Вывод.

Ты узнал, что такое открытые вопросы в продажах и примеры использования для постройки правильного диалога со своими Клиентами.

Какие есть преимущества и недостатки у прямых вопросов, а также как с этими недостатками бороться.

И получил пошаговую инструкцию как начать использовать открытые вопросы в своих продажах.

Внедряйте! Успехов!

P.S. можно прочитать и не поработать над своими вопросами, а можно взять прям сейчас ручку и лист бумаги (лучше эксель) и Результат будет виден лично тобой через неделю☺

Вопросы:

Какие недостатки открытых вопросов?

Можно узнать подробности из жизни клиента, которые не относятся к делу

Клиент может смутиться, если он не привык к обстоятельным ответам

Можно получить непонятный ответ – много слов, а толку ноль

Может попасться разговорчивый покупатель, а время ограничено

Для какой цели нужно задавать вопрос: Если бы мы с вами встретились через 5 лет, чем бы вы гордились (что бы вызывало улыбку на лице), купив наш юнит ...?

Для работа с возражениями, страхами и опасениями

Для выяснения степени "теплоты" Клиента

Для выяснения результата, который нужен Клиенту

Для выявления проблемы, боли или другой потребности Клиента

Выберите из списка открытые вопросы

Кажется ли вам консультация полезной?

Вы рассматриваете покупку для инвестиций?

Представьте, что вы уже у себя на вилле. Что вы видите вокруг?

Когда Вы сможете ознакомиться с нашим предложением?

Вы ознакомились с нашей презентацией?

Что для вас важно при заключении договора?