



Правила общения с клиентом в текстовых каналах связи

1. Подготовился к ответу, просмотрел историю предыдущих коммуникаций

К каждому ответу нужно готовиться. Переписка может длиться несколько дней, далее звонки, примечания..и переписка уходит вверх. Чтобы не переспрашивать "Чем помочь?", показывая при этом свой непрофессионализм, а сразу прийти с решением, нужно читать переписку выше, смотреть комменты и заметки

Что даёт подготовка: мы не задаём вопросов, на которые клиент уже ответил, не тратим его время, увереннее ведём диалог и быстрее доводим до результата

Как нужно делать: Изучи всю историю чата, если она есть. Обращай внимание на примечания, чтобы не упустить важное. Не задавай лишних вопросов, ответы на которые клиент дал ранее


Примеры

✗ Клиент: Да, давайте

Менеджер: Здравствуйте! Что хотели бы уточнить?

Клиент: В смысле? Вы же 2 дня назад мне задали вопрос

Менеджер: Ой, теперь вижу

 Клиент: Да, давайте

Менеджер: *(пролистал чат чуть выше и увидел, что предлагал клиенту альтернативный юнит)* Отлично, тогда оформляю документ брони на [номер юнита], как всё будет готово – отправлю вам на почту

Клиент: спасибо, буду ждать)

2. Понял реальную проблему клиента

Вопросы клиентов часто завуалированные, непонятные, сформулированы неверно, весьма туманно и абстрактными словами. Наша задача – верно понять, что клиенту на самом деле нужно. Важно: если нам непонятен вопрос – мы переспрашиваем. Если непонятна проблема – мы разбираемся. Лучше переспросить и верно ответить, чем неверно понять вопрос и ответить вообще не на то, потратив время клиента впустую и оставив о себе дурное впечатление глупого сотрудника

Примеры

 Клиент: Здравствуйте, мы передумали

Менеджер: Добрый день, я вас понял. Можете рассмотреть альтернативу – виллы.... Клиент: Вы не поняли. Мы передумали сдавать самостоятельно и хотим, чтобы этим занималась ваша управляющая компания

Менеджер: аааааа.....

 Клиент: Здравствуйте, мы передумали


Менеджер: Добрый день. Уточните, пожалуйста, касемо чего? Во всём разберёмся Клиент: Да посоветовались и решили, что с вашей управляющей компанией действительно выгоднее и меньше головной боли. Передумали сдавать своими силами

Менеджер: Отлично, можем созвониться, чтобы я рассказал всё подробнее. Когда вам удобнее?

3. Ответил верно по сути вопроса, в соответствии с информацией, которая у нас есть

Верно по сути вопроса – это значит, что понял вопрос и ответил именно на него. Не на что-то своё, не на додуманный вопрос в голове, а именно на тот вопрос, который задаёт клиент. В соответствии с информацией – это значит, что мы верно подсказали то, что у нас записано в регламентах, описании проектов, договорах и так далее. Это может быть: полное название проекта, срок аренды, валюта счёта для оплаты. В общем всё то, что у нас записано и находится перед глазами


Пример

 Клиент: Добрый день. На сколько договор аренды?

Менеджер: Добрый день, 43 года с возможностью права на приоритетное продление на 30 лет
Клиент: А на сайте указано, что 31 год

Менеджер: Ой, простите, я написал срок по The Umalas Signature, а 31 – это по виллам. Перепутал((

Клиент: wtf.....

 Клиент: Добрый день. На сколько договор аренды?

Менеджер: Добрый день. По комплексу The Umalas Signature – 43 года с возможностью права на приоритетное продление на 30 лет, если говорим о виллах – то 31 год. Какой проект интересует? Предлагаю созвониться, разберём юридические моменты, покажу, как получать чистую прибыль 20%, уделяя всего 2 часа в год на управление

Клиент: Да, я о виллах, спасибо :) Могу созвониться завтра, в 12 мск

Менеджер: Отлично, на связи

4. Полностью отработал возражение клиента

Если клиент пишет, что это слишком дорого, что надо посоветоваться, нет времени на звонок и отказывается от приобретения – проводим отработку прямо в чате., согласно [4.3. Работа с возражениями](#).

Уточняем причину, приводим аргументы, находим решение

Примеры

❌ Клиент: Здравствуйте, мы передумали бронировать. Нашли, где дешевле

Менеджер: Добрый день! Понятно, очень жаль, досвидания

(менеджер пытается дозвониться до клиента, клиент не берёт трубку, потому что всё написал, менеджер отправляет сделку в Cancellation)

✅ Клиент: Здравствуйте, мы передумали бронировать. Нашли, где дешевле Менеджер: Добрый день, [Имя клиента]. Скажу вам так: мы собаку съели в этом вопросе. Если вам предлагают аналогичные варианты дешевле, значит на чем-то сильно экономят, либо нет того уровня преимуществ. Я бы на вашем месте задумался все ли там в порядке

Клиент: Ну действительно, если разобраться, то Бали перспективнее Турции. Менеджер: Конечно, по посещаемости Бали уже побил все доковидные рекорды, спрос на недвижимость будет только расти.....



5. Без скрытой агрессии


Что такое скрытая агрессия? Это текст, который хоть и непрямо, но косвенно заставляет тебя, как клиента, чувствовать себя виноватым. Неважно в чём – это может быть что угодно: не проходит оплата, юнит уже

забронирован, оплата в индонезийских рупиях и так далее. По сути это такой стиль общения, который будет принижать того, на кого он направлен. Намекать на его неправоту и указывать на правоту говорящего


Почему нельзя использовать такой стиль в общении? Потому что он:

1. Построен на завуалированных упрёках, а мы не имеем права упрекать клиента. Мы должны решать его проблему, а не упрекать в том или ином виде
2. Неконструктивен, то есть не ведёт к решению вопроса
3. Неприятен клиенту, потому что не всегда виноват клиент
4. Используется только теми, кто боится взять на себя ответственность в диалоге

Примеры

 Клиент: Добрый день, а какой налог на недвижимость при покупке я должен заплатить?

Менеджер: Добрый день. Я же вам вчера по телефону говорил, что VAT 11%. Вы вообще хоть какие-то цифры запомнили? Давайте согласуем дату КЭВа, когда удобно?

 Клиент: Добрый день, а какой налог на недвижимость при покупке я должен заплатить?

Менеджер: Добрый день. Налог VAT в размере 11% + 1% нотариальный сбор 😊 Это единоразовый платёж. Предлагаю созвониться, разберём все юридические моменты подробнее, покажу, как получать чистую прибыль 20%, уделяя всего 2 часа в год на управление. Что скажете?

Клиент: Да, давайте)


6. Сначала решение, потом разборки

Если мы, как компания, где-то накосячили, или если накосячил клиент, сначала надо снять боль клиента, а потом уже разбираться в ошибке. Ну, то есть, посыл в том, чтобы сперва снимать критичный вопрос, то, что

доставляет клиенту неудобства в моменте "вотпрямсейчас", а уже после разбирать, кто прав, кто виноват и как сделать так, чтобы такого больше не повторялось


ОЧЕНЬ ВАЖНО: решить проблему ≠ признать, что косяк мой, и проблема возникла из-за меня. Решение проблемы = просто решение проблемы. Клиент не всегда бывает прав в оценке ситуации, но говорить ему об этом нужно мягко и бережно, без обвинений и упрёков

Пример

 Клиент: Привет! Мне не пришла ссылка оплату брони

Менеджер: Добрый день. Её вам должны были отправить. В почту заходили? Спам проверяли? Не могли удалить в корзину случайно? Попробуйте перезайти в почту

Клиент: Я ХОЧУ СЕЙЧАС НЕ В ПОЧТУ ЗАЙТИ, А ОПЛАТИТЬ БРОНЬ. ИЛИ УЖЕ НЕ ХОЧУ

 Клиент: Привет! Мне не пришла ссылка оплату брони

Менеджер: *(может и должен её продублировать, согласно регламенту [Ru-9. Про оформление документа брони](#))* Добрый день. Вот она: [ссылка]. А вообще, мы выслали её на [email клиента]. Скажите, он актуальный? Спам проверяли? Не могли удалить в корзину случайно? Попробуйте, пожалуйста, перезайти в почту, как будет время, чтобы убедиться, что вам приходят все бухгалтерские документы


7. Ответил на все вопросы клиента однозначно

Очень важно ответить на все вопросы клиента, ничего не пропуская и не оставляя за скобками. Если что-то пропустим – именно с этим потом могут возникнуть проблемы у клиента в самый неподходящий момент, либо он будет нас переспрашивать и тратить время

Если вопрос понятен, мы отвечаем на него однозначно и чётко, чтобы наш ответ нельзя было понять не так. Потому что если клиент может понять что-то не так, он обязательно поймёт не так (это закон Мёрфи: что может произойти – произойдёт). Не потому, что он глупый, а потому, что он не владеет спецификой нашей работы, он не в материале, не в профессии. А

вот мы в материале, в теме. Поэтому именно наша задача ответить так, чтобы нас можно было понять сразу и однозначно. Чтобы ответить однозначно, нужно ответить прямо. Не виляя, без витиеватого стиля письма. Например: сколько стоит булка чёрного хлеба? Она стоит 5 рублей

Примеры


 Клиент: Прежде, чем созвониться, дайте стартовую инфу. Сколько стоит вилла Sky Stars?

Менеджер: Добрый день. 1 500 000\$

Клиент: НИЧЕГО СЕБЕ У ВАС РАЗНИЦА В ЦИФРАХ! Мы видели в рекламе, что от 260 000\$. До свидания!

Менеджер: Полтора миллиона стоит Sky Stars Luxury Residence, а от 260K – Sky Stars Ocean View. Вы видимо второй интересовались

Клиент: Вот теперь понятно. А почему сразу не написали, что они разные?... Менеджер: Ой, простите

 Клиент: Прежде, чем созвониться, дайте стартовую инфу. Сколько стоит вилла Sky Stars?

Менеджер: Здравствуйте! Стоимость Sky Stars Luxury Residence – 1 500 000\$, а Sky Stars Ocean View – от 260 000\$. Какой вариант будем рассматривать?

Клиент: Спасибо, второй мне по карману! Для первой инвестиции – то, что искал :)