**1 урок**

Добрый день. Меня зовут Юлия Задорная. Я тренер по голосу и речи, радио-и телеведущая, НЛП-практик и основатель онлайн школы с выпускниками из 26-ти стран мира которые говорят уверенно и продают дорого.

В этом уроке я расскажу вам какую ключевую роль играют в продажах голос и речь.

Ну, во-первых вы должны понимать, что поставленный голос и грамотная речь – это ваш основной рабочий инструмент, и уметь правильно воспользоваться им равносильно тому, чтобы сделать продажу, но сделать это так, чтобы клиент к вам опять вернулся.

Дело в том, что при разговоре с клиентом, особенно по телефону для усиления убедительности ваших слов не получиться использовать мимику и жесты как это делаю сейчас я при личном контакте. Поэтому нужно уделять особое внимание как звучит ваш голос, какую интонацию вы подключаете и насколько структурна, а также грамотна ваша речь.

Экспертам, руководителям, менеджерам по продажам я всегда настоятельно рекомендую анализировать свой стиль разговора с клиентом. Например, записать и прослушать разговор, чтобы оценить себя со стороны. К тому же всегда есть возможность обратиться к коллегам за помощью или целенаправленно найти наставника, чтобы овладеть всеми тонкостями разговорного искусства. Любая обратная связь — это всегда шаг к тому, чтобы улучшить конверсию ваших продаж.

Теперь рассмотрим самые популярные минусы в продажах при разговоре по телефону с вашим клиентом: Если хотите успешно продавать и хорошо зарабатывать исключите из своей коммуникации следующие моменты:

Очень быстрый темп речи (когда вы спешите выдать весь поток заученной информации, это выглядит неестественно и теряет весь смысл того, что вы хотите донести до клиента).

Очень громкий голос - это знаете ли звучит уже агрессивно и отталкивает от вас человека

Очень тихий голос - уж поверьте мне, что вашим потенциальным клиентам нужен уверенный и компетентный в своем деле эксперт

Нечеткая речь (кстати, проанализируйте как вас часто переспрашивают), а еще лучше прослушайте как вы заедаете окончания и зажёвываете слова в разговоре.

Большое значение в успешной коммуникации, особенно по телефону имеет улыбка. Хоть ее и нельзя увидеть, но совершенно точно можно почувствовать. Вспомните работу радиоведущих в эфире. Согласитесь, что улыбка придает голосу приветливость, доброжелательность и делает любой (за редким исключением) вполне себе дорогим на автомате. Этот инструмент всегда под рукой, поэтому пользуйтесь им и располагайте к себе собеседника. Только не переигрывайте.

Кстати, попробуйте записать одну и ту же фразу, которая чаще всего по вашим наблюдениям употребляется в разговоре с клиентами. Сделайте это в двух вариантах – с улыбкой на устах, и с хмурым выражением лица, а затем прослушайте. Это поможет вам убедиться в том, что улыбка действительно важна во время телефонного разговора. Только так голос эксперта будет звучать по-настоящему приветливо и дружелюбно.

И еще одна моя рекомендация – вести особо важные разговоры по телефону стоя. Во-первых, это придает голосу нотки деловой серьезности, а во-вторых делает его более свободным и объёмным т.е продающим. В положении стоя, голос будет звучать совершенно по-другому.

Вообще в коммуникациях с клиентами должны быть эмоции - искреннее удивление, восхищение, и даже расстройство там, где это уместно, тогда общение будет более естественным и не таким формальным. Я абсолютно убеждена, что все клиенты, совершая покупку хотят почувствовать себя эмоционально хорошо. И ваша задача - дать это каждому.

Обратите внимание, что грамотная речь должна быть не такой напыщенной и шаблонной. Поэтому фразы подобные как: «Мы сформируем для Вас лучшее индивидуальное предложение с точки зрения цены и качества», сломает мозг и пройдет мимо ушей вашего клиента. Упрощайте сложно подчиненные предложения. Ну например - «Это действительно лучшее предложение сейчас на рынке». Все легко и просто.

Поэтому при подготовке шаблонов для разговора, нет смысла писать книжным языком. Обычно сложно произнести то, что написано книжным, художественным, литературным языком. Пропишите небольшой спич и как говорят у нас на радио "покатайте его на языке" т.е произнесите несколько раз. Поиграйте с интонацией, попробуйте визуализировать то, что говорите, донести все в цвете как на экране и добейтесь того, чтобы спич действительно звучал убедительно.

Есть еще одно золотое правило в продажах. Чем больше вы даете возможностей говорить клиенту, тем больше будет вероятность закрытия сделки. Особенно это важно при первом касании, т.е при первом знакомстве. Запомните - важно быть максимально искренним, естественным, уметь слушать и постепенно вовлекать человека в беседу.

В следующем уроке мы поговорим о каналах восприятия информации клиентом, эмоциональном воздействии на него и умении рассказывать истории.

Если вы хотите научиться говорить легко, красиво, убедительно, повысить четкость вашей речи, добиться шикарной дикции, поработать с речевым дыханием, избавиться раз и навсегда от слов-паразитов, научиться продающей самопрезентации, а также успешно выступать на публике в онлайн и офлайн пространстве я приглашаю вас на свой онлайн курс "Имидж голоса и речи". Переходите по ссылкам в инфобоксе и добро пожаловать в мою школу голоса и речи.

**2 урок**

Добрый день. Добрый день. Меня зовут Юлия Задорная. Я тренер по голосу и речи, радио-и телеведущая, НЛП-практик и основатель онлайн школы с выпускниками из 26-ти стран мира которые говорят уверенно и продают дорого.

В этом уроке я расскажу вам о пяти каналах информации, чтобы лучше понимать потребности клиентов. Каждый канал помогает выявить предпочтения ваших клиентов и улучшить уже вашу способность предложить им продукт или услугу. Какие же это каналы - канал визуальный, канал аудиальный, кинестетический канал, лингвистический и эмоциональный.

Итак, канал визуальный: Многие клиенты предпочитают визуальные способы восприятия информации. Это конечно же картинка (весь спектр цветовой гаммы) -а также изображения, диаграммы, видео и графики. Людей с таким каналом восприятия обычно привлекают яркие и визуальные материалы. В их речи очень часто будет встречаться следующая категория слов- красивый, яркий, маленький, большой, впечатляющий. Одним словом, это то, что радует глаз. Здесь надо сразу понимать - человек больше склонен доверять информации на вид.

Аудиальный канал: Для некоторых клиентов самый эффективный способ восприятия информации - это восприятие на слух. Т.е люди предпочитают слушать аудиозаписи, аудиокниги или просто общаться по телефону. Здесь как никогда важен ваш голос и речь. Никаких высоких и писклявых ноток в голосе. Никаких звуков- паразитов и никаких слов-паразитов в речи, правильное ударение в словах, расстановка акцентов, пауз, красивый интонационный рисунок, тон голоса. Распознать аудиала легко по по вводному и часто употребляемому слову в разговоре "Слушай! Послушай! и все в таком духе - тихо, громко, шумно, музыкально итд.

Следующий канал кинестетический: Здесь лучше всего информация будет восприниматься через осязание (тактильный контакт), обоняние и движение. Клиенту важно прикоснуться к продукту, попробовать его на себе или протестировать его (например, парфюм). Для таких людей важно создать возможность практически ощутить ваш продукт. В речи будут встречаться такие слова как мягкая, комфортная, удобная, запах, на ощупь, чувствую и так дальше.

Канал лингвистический: Для этой категории ваших клиентов способ восприятия информации будет язык написания. Такие люди предпочитают читать тексты, анализировать словесную информацию и общаться письменно. Здесь уже принципиальны содержательные и информативные тексты, а также качественное письменное общение и больше конкретики. Слова, которые будут чаще всего встречаться в речи таких людей - функционально, озадачен, возникла идея, центральная полоса, детализация, конкретика, а еще много цифр и постоянных подсчетов.

И наконец эмоциональный канал где важную роль будут играть положительные эмоции, связанные с вашим продуктом или услугой. Ваша задача создавать как можно больше эмоционального соединения с клиентами через ваше общение. Больше убедительного и эмоционально окрашенного голоса. Очень хорошо работают яркие, эмоциональные рассказы, впечатляющий сторитейлинг и положительные отзывы клиентов, с которыми вы уже работали.

Помните, что каждый клиент уникален, и его предпочтения по каналам восприятия информации различаются. Главное адаптироваться и каждому предложить оптимальное решение. Используйте этот набор инструментов. Такой подход обязательно повысит ценность вашего предложения и последующей коммуникации.

Если вы хотите сделать свой голос продающим, научиться говорить легко, убедительно и читать потребности человека как книгу по его голосу, а также искоренить распространенные ошибки в своей речи, использовать ее для создания убедительных аргументов и сообщений добро пожаловать на мой онлайн курс «Имидж голоса и речи»