

Stage	№	Criterion name	Prompt	Prompt от 12.08.2025	Итоговый процент звонка
Квалификация	1	1. Продавец уточнил наличие ДМС	<p>Проверь, обсуждал ли Продавец наличие добровольного медицинского страхования (ДМС) у компании Клиента. Оцени, задавал ли Продавец соответствующий вопрос или Клиент сам сообщил об этом. Обрати внимание: если Клиент сообщил, что договора ДМС нет, это тоже считается результатом.</p> <p>[1] – если Продавец спросил, есть ли ДМС, или Клиент сам сообщил об этом. [0] – если наличие ДМС не обсуждалось вообще. [Пусто] – если разговор слишком короткий или прервался до этого момента.</p> <p>В обосновании укажи: – кто именно затронул тему (Продавец или Клиент) – как был сформулирован вопрос или ответ – что именно сказал Клиент про наличие или отсутствие ДМС – дополнительный контекст, если Клиент уточнял нюансы (например, работает только с одной компанией, не пользуется и т.д.)</p> <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник страховой компании Лучи, предлагающий компании Клиента корпоративную программу добровольного медицинского страхования (ДМС) сотрудникам. В транскрипции название компании может звучать по-разному. Учитывая следующие варианты, которые также подтверждают, что речь идёт о компании Лучи (она имеет несколько брендов): «Лучи», «Lucci», «Luchi», «страховая Лучи», «страховая Lucci», «BestDoctor», «Best Doctor», «БестДоктор», «Бест Доктор», «ВестДоктор», «Вест Доктор», «БестДоктор», «Бестдок», «БестД-р», «БестДоктор», «Росбанк Страхование», «Росбанк страх», «Росбанк Страхование Жизни», «РБС», «РБСЖ», также допустимы формулировки: «ранее BestDoctor», «бывший БестДоктор», «раньше назывались по-другому», «сменили бренд», «работали под Росбанком».</p>		да
	2	2. Планируют ли внедрять ДМС для сотрудников	<p>Проверь, обсудили ли Продавец и Клиент будущее использование добровольного медицинского страхования (ДМС). Если у компании Клиента нет ДМС, Продавец должен уточнить, планируют ли его внедрение, рассматривают ли такую возможность или интересуются этой темой на перспективу. Если у компании Клиента уже есть ДМС, Продавец должен уточнить, рассматривают ли они возможность смены текущего поставщика / провайдер.</p> <p>[1] – если Продавец задавал хотя бы один из этих вопросов: – планируете ли вы внедрять ДМС, – рассматриваете ли вы изменения текущей программы, – хотели бы сменить поставщика ДМС, или если Клиент сам сообщил об интересе к внедрению или смене. [0] – если ни внедрение, ни смена текущего провайдера не обсуждались. [Пусто] – если разговор прервался до момента, когда можно было бы затронуть эту тему.</p> <p>В обосновании укажи один из вариантов: Конкретный запрос — если Клиент явно дал понять, что хочет внедрить или сменить ДМС Спортивный интерес — если Клиент изучает рынок, интересуется на будущее, но не готов к действиям сейчас Нет ДМС — если программы сейчас нет Уже есть ДМС — если программа есть, но обсуждались планы по смене</p> <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник страховой компании Лучи, предлагающий компании Клиента корпоративную программу добровольного медицинского страхования (ДМС) сотрудникам. В транскрипции название компании может звучать по-разному. Учитывая следующие варианты, которые также подтверждают, что речь идёт о компании Лучи (она имеет несколько брендов): «Лучи», «Lucci», «Luchi», «страховая Лучи», «страховая Lucci», «BestDoctor», «Best Doctor», «БестДоктор», «Бест Доктор», «ВестДоктор», «Вест Доктор», «БестДоктор», «Бестдок», «БестД-р», «БестДоктор», «Росбанк Страхование», «Росбанк страх», «Росбанк Страхование Жизни», «РБС», «РБСЖ», также допустимы формулировки: «ранее BestDoctor», «бывший БестДоктор», «раньше назывались по-другому», «сменили бренд», «работали под Росбанком».</p>		да
	3	3. Количество застрахованных ДМС сотрудников	<p>Проверь, обсуждалось ли количество сотрудников, подключённых к корпоративной программе добровольного медицинского страхования (ДМС). Оцени, задавал ли Продавец соответствующий вопрос или Клиент сам сообщил это число. Допустимо, если Клиент указал примерную оценку или диапазон (например, "около 100 человек" или "половина сотрудников").</p> <p>[1] – если Продавец спросил, сколько сотрудников застраховано по ДМС, или Клиент сам сообщил это число. [0] – если численность застрахованных сотрудников не обсуждалась. [Пусто] – если разговор прервался до момента, когда можно было бы задать такой вопрос.</p> <p>В обосновании укажи один из вариантов: Конкретное Число — если в разговоре упомянуто конкретное число застрахованных сотрудников, например: 120 Нет ДМС — если у компании нет программы ДМС Не спросили — если Продавец не задавал вопрос вообще</p> <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник страховой компании Лучи, предлагающий компании Клиента корпоративную программу добровольного медицинского страхования (ДМС) сотрудникам. В транскрипции название компании может звучать по-разному. Учитывая следующие варианты, которые также подтверждают, что речь идёт о компании Лучи (она имеет несколько брендов): «Лучи», «Lucci», «Luchi», «страховая Лучи», «страховая Lucci», «BestDoctor», «Best Doctor», «БестДоктор», «Бест Доктор», «ВестДоктор», «Вест Доктор», «БестДоктор», «Бестдок», «БестД-р», «БестДоктор», «Росбанк Страхование», «Росбанк страх», «Росбанк Страхование Жизни», «РБС», «РБСЖ», также допустимы формулировки: «ранее BestDoctor», «бывший БестДоктор», «раньше назывались по-другому», «сменили бренд», «работали под Росбанком».</p>		да
	4	4. Дата окончания или смены ДМС	<p>Проверь, задавал ли Продавец вопрос о дате окончания текущего договора добровольного медицинского страхования ДМС или о предполагаемой дате перехода на новую программу. Если Клиент сам сообщил эту дату — также учитывай это.</p> <p>[1] – если была названа дата окончания текущего ДМС, предполагаемая дата перехода, дата тендера или срок продления — по инициативе Продавца или Клиента. [0] – если тема сроков не обсуждалась. [Пусто] – если разговор прервался до этого момента или у Клиента отсутствует ДМС.</p> <p>В обосновании укажи один из вариантов: Конкретное значение — если дата была уточнена (например, "уточнили дату: март 2025" или "уточнили дату: до конца года") Дата не названа — если вопрос был задан, но Клиент не дал конкретный ответ Не спросили — если Продавец не задавал вопрос вообще</p> <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник страховой компании Лучи, предлагающий компании Клиента корпоративную программу добровольного медицинского страхования (ДМС) сотрудникам. В транскрипции название компании может звучать по-разному. Учитывая следующие варианты, которые также подтверждают, что речь идёт о компании Лучи (она имеет несколько брендов): «Лучи», «Lucci», «Luchi», «страховая Лучи», «страховая Lucci», «BestDoctor», «Best Doctor», «БестДоктор», «Бест Доктор», «ВестДоктор», «Вест Доктор», «БестДоктор», «Бестдок», «БестД-р», «БестДоктор», «Росбанк Страхование», «Росбанк страх», «Росбанк Страхование Жизни», «РБС», «РБСЖ», также допустимы формулировки: «ранее BestDoctor», «бывший БестДоктор», «раньше назывались по-другому», «сменили бренд», «работали под Росбанком».</p>		да

		<p>Проверь, задали ли Продавец вопрос о том, какие задачи или цели решает добровольное медицинское страхование (ДМС) в компании Клиента.</p> <p>Это может быть цель повышения лояльности, улучшения соцпакета, снижения текучести, заботы о здоровье сотрудников, имиджа работодателя и т. д.</p> <p>[1] – если Продавец спросил, зачем Клиент внедрил ДМС или какие задачи оно закрывает, либо Клиент сам рассказал об этом [0] – если вопрос не был задан и тема целей/задач ДМС не обсуждалась [Пусто] – если разговор прервался до этого момента</p> <p>В обосновании укажи:</p> <ul style="list-style-type: none"> – кто поднял тему – какие формулировки использовал Клиент (например: "забота о здоровье", "удержание персонала", "чтобы не отставать от конкурентов") – если ничего не прозвучало — не пиши теги, просто укажи: не обсуждалось <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник страховой компании Лучи, предлагающий компании Клиента корпоративную программу добровольного медицинского страхования (ДМС) сотрудникам. В транскрипции название компании может звучать по-разному. Учитывай следующие варианты, которые также подтверждают, что речь идёт о компании Лучи (она имеет несколько брендов): «Лучи», «Lucci», «Luchi», «страховая Лучи», «страховая Lucci», «BestDoctor», «Best Doctor», «БестДоктор», «Бест Доктор», «ВестДоктор», «Вест Доктор», «БестДоктор», «Бестдок», «БестД-р», «БестДоктор», «Росбанк Страхование», «Росбанк страх», «Росбанк Страхование Жизни», «РБС», «РБСЖ», также допустимы формулировки: «ранее BestDoctor», «бывший БестДоктор», «раньше назывались по-другому», «сменили бренд», «работали под Росбанком».</p>		
5	5. Какие задачи решает ДМС в компании	<p>Проверь, объяснил ли Продавец, кто представляет компанию, почему ей можно доверять, и в чём преимущества продукта.</p> <p>Он должен был тезисно сформировать у Клиента доверие к бренду и интерес к продукту — через причины нам верить (Reasons to believe, RTB), факты, достижения, принадлежность к холдингу, опыт или клиентские кейсы.</p> <p>[1] – если Продавец озвучил хотя бы один аргумент, повышающий доверие к компании или продукту (например: известные клиенты, рейтинг, масштаб, Интеррос, Виртуальная клиника и т. д.). [0] – если Продавец не рассказал, кто мы, чем сильны и почему нам можно доверять. [Пусто] – если разговор прервался до этого момента.</p> <p>В обосновании укажи:</p> <ul style="list-style-type: none"> – что именно Продавец сообщил Клиенту — перечисли ключевые фразы, примеры, цифры или формулировки RTB (Reasons to believe) – как отреагировал Клиент. <p>Примеры RTB, которые засчитываются:</p> <ul style="list-style-type: none"> – "Мы работаем с Ozon, Мегафон, Hoff, Aviasales" – "У нас более 1,1 млн полисов" – "Входим в группу Интеррос (Норникель, Роза Хутор)" – "Рейтинг guAA от Эксперт РА" – "250 врачей в собственном штате, 25 000+ клиник по всей России" – "Мы первые запустили Виртуальную клинику" – "93% клиентов ценят аналитику и прозрачность" – "8 из 10 кейсов решаем за 1 час" – "4,8–5,0 рейтинг мобильного приложения" <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник страховой компании Лучи, предлагающий компании Клиента корпоративную программу добровольного медицинского страхования (ДМС) сотрудникам. В транскрипции название компании может звучать по-разному. Учитывай следующие варианты, которые также подтверждают, что речь идёт о компании Лучи (она имеет несколько брендов): «Лучи», «Lucci», «Luchi», «страховая Лучи», «страховая Lucci», «BestDoctor», «Best Doctor», «БестДоктор», «Бест Доктор», «ВестДоктор», «Вест Доктор», «БестДоктор», «Бестдок», «БестД-р», «БестДоктор», «Росбанк Страхование», «Росбанк страх», «Росбанк Страхование Жизни», «РБС», «РБСЖ», также допустимы формулировки: «ранее BestDoctor», «бывший БестДоктор», «раньше назывались по-другому», «сменили бренд», «работали под Росбанком».</p>		да
6	6. Сформирована лояльности продукту и компании			да

	<p>Проверь, как Продавец выстраивал позиционирование компании по отношению к конкурентам.</p> <p>Он не должен акцентировать внимание на возрасте компании или сроке работы на рынке, где мы можем проигрывать (например, "мы таме давно на рынке"), а наоборот — акцент должен быть смещен на наши сильные стороны: технологичность, клиентоцентричность, простота, скорость, удобство, цифровой опыт.</p> <p>ЛУЧИ позиционируется как онлайн-страховая, с которой легко.</p> <p>[1] – если Продавец не акцентировал возраст компании или её традиционность", но при этом подчеркнул преимущества технологичности и клиентского сервиса: удобство, скорость, понятность, мобильное приложение, аналитика, Виртуальная клиника и т. п.</p> <p>[0] – если Продавец сравнивал ЛУЧИ с конкурентами через "ставк" или "традиционность", либо вообще не сделал фокус на наших преимуществах.</p> <p>[Пусто] – если разговор прервался до момента, когда могло бы состояться сравнение.</p> <p>В обосновании укажи:</p> <ul style="list-style-type: none">– какие формулировки использовал Продавец при сравнении с конкурентами– упомянул ли преимущества (например, "нам доверяют за удобство", "мы быстрее и понятнее", "онлайн-страхование" и т.д.)– избегал ли тем, где ЛУЧИ объективно слабее (долгий срок работы, массовость, узнаваемость бренда) <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник страховой компании Лучи, предлагающий компании Клиента корпоративную программу добровольного медицинского страхования (ДМС) сотрудников. В транскрипции название компании может звучать по-разному. Учитывая следующие варианты, которые также подтверждают, что речь идёт о компании Лучи (она имеет несколько брендов): «Лучи», «Lucsi», «Luchi», «страховая Лучи», «страховая Lucsi», «BestDoctor», «Best Doctor», «БестДоктор», «Бест Доктор», «ВестДоктор», «Вест Доктор», «БестДок», «БестДок», «БестД-р», «БестДоктор», «Росбанк Страхование», «Росбанк страх», «Росбанк Страхование Жизни», «РБС», «РБСЖ», также допустимы формулировки: «ранее BestDoctor», «бывший БестДоктор», «раньше назывались по-другому», «сменили бренд», «работали под Росбанком».</p>	<p>Проверь, как Продавец выстраивал позиционирование компании по отношению к конкурентам. Он не должен акцентировать внимание на возрасте компании или сроке работы на рынке, где мы можем проигрывать, а наоборот — акцент должен быть смещен на наши сильные стороны: технологичность, клиентоцентричность, простота, скорость, удобство, цифровой опыт. ЛУЧИ позиционируется как онлайн-страховая, с которой легко.</p> <p>[1] – если Продавец не акцентировал возраст компании или её традиционность, но при этом подчеркнул преимущества технологичности и клиентского сервиса: удобство, скорость, понятность, мобильное приложение, аналитика, Виртуальная клиника и т. п.) и использовал релевантные аргументы на баттл-карты по конкуренту, если он упомянул. В обосновании укажи: какие формулировки использовал Продавец, какие пункты из баттл-карты применил (с цитатами), какие не использовал, и что можно было бы добавить в баттл-карту на основе разговора. Если конкурент не из списка баттл-карт — оцени по тем же правилам, но в конце обоснования дай рекомендации, что стоит внести в новую баттл-карту по этому конкуренту.</p> <p>[0] – если Продавец сравнивал ЛУЧИ с конкурентами через стаж или традиционность, либо вообще не сделал фокус на наших преимуществах, либо не использовал аргументы из баттл-карты по упомянутому конкуренту.</p> <p>[Пусто] – если разговор прервался до момента, когда могло бы состояться сравнение.</p> <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник страховой компании Лучи, предлагающий компании Клиента корпоративную программу добровольного медицинского страхования (ДМС) сотрудников. В транскрипции название компании может звучать по-разному. Учитывая следующие варианты, которые также подтверждают, что речь идёт о компании Лучи (она имеет несколько брендов): «Лучи», «Lucsi», «Luchi», «страховая Лучи», «страховая Lucsi», «BestDoctor», «Best Doctor», «БестДоктор», «Бест Доктор», «ВестДоктор», «Вест Доктор», «БестДок», «БестДок», «БестД-р», «БестДоктор», «Росбанк Страхование», «Росбанк страх», «Росбанк Страхование Жизни», «РБС», «РБСЖ», также допустимы формулировки: «ранее BestDoctor», «бывший БестДоктор», «раньше назывались по-другому», «сменили бренд», «работали под Росбанком».</p> <p>Страховщик баттл карт по конкурентам:</p> <ul style="list-style-type: none">РЕСО-Гарантия (РЕСО, RESO)Масштаб: около 6,8 млрд Р, ТОП-6. Сильны в автостраховании. в ДМС консервативны, много агентов. Крупная сеть собственных клиник Медсансы, к которым подсказывают застрахованных.Слабые места: старый технический стек, плохое приложение, низкая гибкость программ, слабая аналитика, формальная коммуникация.Чем выигрывают Лучи: современное приложение с оценкой 4,8, гибкость, развитый HR-кабинет, мгновенные изменения, партнерская коммуникация.Что может сказать клиент: У РЕСО хорошая репутация — да, но в автостраховании, не в ДМС. Быстро предложили коробочное решение — быстро не значит качественно, HR будет мучиться. <ul style="list-style-type: none">СОГАЗ (СОГАЗ, SOGAZ)Масштаб: 88,1 млрд Р, 35% рынка, монополист, обслуживает гигантов Газпром, РЖД, медленный и бюрократичный.Слабые места: медленный сервис, бюрократия, мало цифровизации, базовая аналитика, отсутствие проактивности.Чем выигрывают Лучи: подключение за 7 дней, идеальный клиентский сервис, современное приложение, развитый HR-кабинет, добрые Виртуальная клиника 24/7, гибкость тарифов, партнерская коммуникация.Что может сказать клиент: Большая сеть — мы подключаем нужные ПТУ за 10 дней. Надежный — надежность это сервис и прозрачность, а не только лицензия. Низкие цены — качество сервиса страдает. <ul style="list-style-type: none">Зетта ex-Allianz (Зетта, Zetta, Аллианц)Масштаб: малый игрок в B2B ДМС, сильный бренд, хорошая аналитика, широкое покрытие, но сервис хромает.Слабые места: проблемы с прозрачностью, сервисом, приложением, нет ВК, нет чата.Чем выигрывают Лучи: прозрачность, идеальный клиентский сервис, приложение с оценкой 4,8, развитая Виртуальная клиника, круглосуточная поддержка, развитый HR-кабинет.Что может сказать клиент: у нас все понятно и без звездочек, ВК работает, HR-кабинет удобный. <ul style="list-style-type: none">ВСК (ВСК, VSK)Масштаб: около 10,4 млрд Р в корпоративном ДМС, 4-е место. Сильная розница, агрессивный девизинг в прошлом, нестабильный сервис.Слабые места: ограниченный HR-кабинет, слабая цифровизация, низкая гибкость, формальный подход, долгий запуск.Чем выигрывают Лучи: развитый HR-кабинет, лидер по ВК, современное приложение, запуск за 2 дня, теплое и быстрое обслуживание.Что может сказать клиент: Надежная компания — страховка да, но мы создаем систему заботы. Предлагают базу — с нами выше вовлеченность и удобство. <ul style="list-style-type: none">СогласиеМасштаб: крупный страховщик, в ДМС не приходит. Хорошо удерживает клиентов, но завсика на конкретных людях.Слабые места: формальный подход, низкая гибкость в МСБ, долгие ответы, отсутствие технологий, нет ВК, плохое приложение.Чем выигрывают Лучи: гибкость под клиента, развитый HR-кабинет, служба заботы, высокий NPS, современное приложение.Что может сказать клиент: Страхуют нас по другим рискам — в ДМС важна экспертиза. Хорошая цена — посмотрите, сколько времени HR тратит на поддержку. <ul style="list-style-type: none">АльфаСтрахование (Альфа, АльфаСтрах, Alfa)Масштаб: 28,8 млрд Р, около 11% рынка, сильные позиции, хорошее приложение и HR-кабинет, развитая сеть.Слабые места: разные уровни сервиса для регионов и столиц, путаница в терминах, нет прямого канала с врачом-куратором, проблемы с ВПГ-линии, сбоя в приложении iOS, слабая телемедицина.Чем выигрывают Лучи: гибкость, прозрачность, врач-куратор на связи, идеальный сервис: стабильное приложение, лучшая ВК.Что может сказать клиент: Известный бренд — важное удобство и поддержка. Есть бонусы — мы даем больше пользы в ежедневном использовании. <ul style="list-style-type: none">Ингосстрах (Ингос, Ingos)Масштаб: около 14,6 млрд Р, старейший игрок, большая сеть, собственные клиники, хорошие бонусы, но плохое сопровождение.Слабые места: нестабильная телемедицина, неудобное приложение, текущая менеджеров, негибкость.Чем выигрывают Лучи: стабильная ВК, современное приложение, идеальный сервис, гибкость подключения новых ПТУ.Что может сказать клиент: Большая сеть — мы подключаем нужные клиники. Давно на рынке — важен партнер, который подстраивается. <ul style="list-style-type: none">СберЗдоровье (Сбер, DocDoc)Масштаб: телемедицинский сервис, не ДМС в классическом понимании, часто пересекается с Доступным ДМС Лучи.Слабые места: сложные процессы, скрытые отказы, низкая гибкость, ограниченные очные визиты, нет страховой лицензии.Чем выигрывают Лучи: полноценный ДМС с лицензией, больше очных визитов, стабильная телемедицина, дополнительные услуги сорые, вакцинация, реабилитация.Что может сказать клиент: У них много функций — но нет страховки и поддержки HR на уровне ДМС. <ul style="list-style-type: none">Росгосстрах (РГО)Масштаб: старейший игрок, фокус на госзаказах, устаревшие процессы.Слабые места: онлайн-документооборот, нет цифровых сервисов, бюрократия.Чем выигрывают Лучи: быстрый запуск, гибкость, современное приложение, развитый HR-кабинет.Что может сказать клиент: Надежная компания — подход как раньше это медленно и неудобно. <ul style="list-style-type: none">Ренессанс Страхование (Реник)Масштаб: около 7,3 млрд Р, активен в B2B, бьет за клиента ценой, сильные бонусы, интеграция с 1С.Слабые места: медленные менеджеры, непонятная коммуникация, повышение тарифов без объяснений, нет HR-аналитики, неудобный документооборот.Чем выигрывают Лучи: быстрый запуск, прозрачность, развитый HR-кабинет, лучшая ВК, современное приложение.Что может сказать клиент: Дешевле на старте — потом рост тарифов и плохая поддержка. Высокий NPS — субъективно, запросите методику.	<p>да</p>
--	--	--	-----------

8	8. Продавец ведет диалог с партнерской позиции	<p>Проверь, продемонстрировал ли Продавец экспертность и уверенность в диалоге, основываясь на содержании фраз. Он должен был показывать знание особенностей сегмента клиента, типовых болей сотрудников и потребностей по ДМС, а также делиться опытом других компаний. Важно, чтобы Продавец говорил не общими фразами, а опирался на конкретные знания и опыт.</p> <p>[1] – если Продавец: – назвал характерные боли или потребности компаний схожего типа – упомянул особенности сегмента (например, НР-процессы, бюджеты, проблемы ДМС) – привёл примеры других клиентов и сравнил ситуации – давал рекомендации или объяснял, как продукт решает конкретные задачи [0] – если ничего из вышеуказанного не прозвучало, и Продавец не демонстрировал глубокое понимание клиента и его контекста [пусто] – если разговор перешел до возможного раскрытия этих моментов</p> <p>В обосновании укажи: – какие примеры клиентов или ситуаций упоминал Продавец – какие особенности сегмента были озвучены – какие проблемы или потребности Клиента были упомянуты – если ничего не прозвучало — напиши, что Продавец говорил общими фразами без конкретики</p> <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник страховой компании Лучи, предлагающий компании Клиента корпоративную программу добровольного медицинского страхования (ДМС) сотрудников. В транскрипции название компании может звучать по-разному. Учитывая следующие варианты, которые также подтверждают, что речь идёт о компании Лучи (она имеет несколько брендов): «Лучи», «Лусси», «Лусли», «страховая Лучи», «страховая Лусси», «BestDoctor», «Best Doctor», «БестДоктор», «Бест Доктор», «ВестДоктор», «Вест Доктор», «БестДоктор», «Бестдок», «БестД-р», «БестДоктор», «Росбанк Страхование», «Росбанк страх», «Росбанк Страхование Жизнь», «РБС», «РБСЖ», также допустимы формулировки: «ранее BestDoctor», «бывший БестДоктор», «раньше назывались по-другому», «сменили бренд», «работали под Росбанком».</p>		да
9	9. Уточнили ЛПР или не ЛПР	<p>Проверь, задал ли Продавец вопрос о том, кто принимает решение о выборе поставщика добровольного медицинского страхования (ДМС) на стороне Клиента. Также оцени, выяснил ли Продавец, будет ли сам собеседник участвовать в принятии решения, или оно будет передано другому лицу.</p> <p>[1] – если Продавец спросил, кто является конечным лицом, принимающим решение (ЛПР), или Клиент сам назвал такого человека, или подтвердил, что сам принимает решение. [0] – если порядок принятия решения и наличие ЛПРа не обсуждался. [пусто] – если разговор перешел до возможного обсуждения этого вопроса.</p> <p>В обосновании укажи один из вариантов: Общаемся с ЛПР — если Клиент сообщил, что сам принимает решение Дотянемся до ЛПР — если Клиент не является ЛПРом, но может организовать доступ к нему (например, “я передам”, “я свяжу вас” или аналогичные формулировки по смыслу) ЛПР неизвестен — если Клиент затруднился назвать ЛПРа или сказал, что не знает Не спросили — если Продавец не задал вопрос вообще</p> <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник страховой компании Лучи, предлагающий компании Клиента корпоративную программу добровольного медицинского страхования (ДМС) сотрудников. В транскрипции название компании может звучать по-разному. Учитывая следующие варианты, которые также подтверждают, что речь идёт о компании Лучи (она имеет несколько брендов): «Лучи», «Лусси», «Лусли», «страховая Лучи», «страховая Лусси», «BestDoctor», «Best Doctor», «БестДоктор», «Бест Доктор», «ВестДоктор», «Вест Доктор», «БестДоктор», «Бестдок», «БестД-р», «БестДоктор», «Росбанк Страхование», «Росбанк страх», «Росбанк Страхование Жизнь», «РБС», «РБСЖ», также допустимы формулировки: «ранее BestDoctor», «бывший БестДоктор», «раньше назывались по-другому», «сменили бренд», «работали под Росбанком».</p>		да
10	10. Озвучено предложение привлечь ЛПР	<p>Проверь, предложил ли Продавец обсудить корпоративную программу добровольного медицинского страхования (ДМС) напрямую с лицом, принимающим решения (ЛПР) или привлечь ЛПРа к дальнейшему обсуждению. Если Продавец уже общается с ЛПРом, то факт предложения не требуется.</p> <p>Предложение может быть оформлено в любой форме, например: – “можно ли подключить руководителя к обсуждению” – “давайте созвонимся с тем, кто принимает решение” – “давайте пригласим ЛПРа на встречу” – “можно ли будет подключить его к пилотному ДМС”</p> <p>[1] – если Продавец предложил привлечь ЛПРа к обсуждению или уже общается с ЛПРом [0] – если Продавец этого не сделал и продолжает обсуждение только с посредником [пусто] – если разговор перешел до этого момента.</p> <p>В обосновании укажи один из вариантов: Общаемся с ЛПР — если из диалога ясно, что Продавец общается напрямую с лицом, принимающим решение Привлечем ЛПРа — если Продавец предложил пригласить/подключить ЛПРа к обсуждению Нет возможности привлечь ЛПР — если Клиент прямо сказал, что нет возможности или смысла это делать Не предложил — если Продавец общался не с ЛПРом и не сделал шагов для привлечения</p> <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник страховой компании Лучи, предлагающий компании Клиента корпоративную программу добровольного медицинского страхования (ДМС) сотрудников. В транскрипции название компании может звучать по-разному. Учитывая следующие варианты, которые также подтверждают, что речь идёт о компании Лучи (она имеет несколько брендов): «Лучи», «Лусси», «Лусли», «страховая Лучи», «страховая Лусси», «BestDoctor», «Best Doctor», «БестДоктор», «Бест Доктор», «ВестДоктор», «Вест Доктор», «БестДоктор», «Бестдок», «БестД-р», «БестДоктор», «Росбанк Страхование», «Росбанк страх», «Росбанк Страхование Жизнь», «РБС», «РБСЖ», также допустимы формулировки: «ранее BestDoctor», «бывший БестДоктор», «раньше назывались по-другому», «сменили бренд», «работали под Росбанком».</p>		да
11	11. Продавец предложил провести встречу	<p>Проверь, предложил ли Продавец Клиенту провести встречу или презентацию, чтобы подробнее обсудить корпоративную программу добровольного медицинского страхования (ДМС).</p> <p>[1] – если Продавец предложил провести встречу, независимо от того, согласился ли Клиент [0] – если Продавец не предложил встречу [пусто] – если разговор перешел до логического завершения</p> <p>В обосновании укажи один из вариантов: Встреча назначена — Клиент согласился и договорился о конкретном формате Клиент отказался — Клиент вежливо/прямо отказался от встречи Возможна позже — Клиент не готов сейчас, но не исключает в будущем Не предложил — Продавец вообще не поднимал тему встречи</p> <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник страховой компании Лучи, предлагающий компании Клиента корпоративную программу добровольного медицинского страхования (ДМС) сотрудников. В транскрипции название компании может звучать по-разному. Учитывая следующие варианты, которые также подтверждают, что речь идёт о компании Лучи (она имеет несколько брендов): «Лучи», «Лусси», «Лусли», «страховая Лучи», «страховая Лусси», «BestDoctor», «Best Doctor», «БестДоктор», «Бест Доктор», «ВестДоктор», «Вест Доктор», «БестДоктор», «Бестдок», «БестД-р», «БестДоктор», «Росбанк Страхование», «Росбанк страх», «Росбанк Страхование Жизнь», «РБС», «РБСЖ», также допустимы формулировки: «ранее BestDoctor», «бывший БестДоктор», «раньше назывались по-другому», «сменили бренд», «работали под Росбанком».</p>	<p>Проверь, предложил ли Продавец Клиенту провести встречу или презентацию, чтобы подробнее обсудить корпоративную программу добровольного медицинского страхования (ДМС), и зафиксировал ли конкретные договорённости по дальнейшим действиям.</p> <p>[1] – если Продавец предложил встречу и в разговоре зафиксированы конкретные следующие шаги: дата, время, согласованный формат обсуждения, повторное касание, ожидание от Клиента и т.п. [0] – если Продавец не предложил встречу, или предложил, но не зафиксировал никаких следующих шагов [пусто] – если разговор перешел до логического завершения и не ясно, как завершится взаимодействие</p> <p>В обосновании укажи один из вариантов: – Встреча назначена — договорились о конкретной дате/времени или формате обсуждения – Клиент отказался — Клиент прямо или вежливо отказался от встречи – Возможна позже — Клиент не готов сейчас, но обсуждение встречи или дальнейших шагов перенесли на будущее – Не предложил — Продавец не поднимал тему следующего шага (встречи, повторного контакта и т.д.)</p> <p>Важно: этот критерий оценивает не просто факт предложения встречи, а качество завершения разговора. Важно, чтобы Продавец обязательно зафиксировал четкие договорённости о дальнейших действиях — особенно с учётом того, что цикл сделки может быть длинным.</p> <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник страховой компании Лучи, предлагающий компании Клиента корпоративную программу добровольного медицинского страхования (ДМС) сотрудников. В транскрипции название компании может звучать по-разному. Учитывая следующие варианты, которые также подтверждают, что речь идёт о компании Лучи (она имеет несколько брендов): «Лучи», «Лусси», «Лусли», «страховая Лучи», «страховая Лусси», «BestDoctor», «Best Doctor», «БестДоктор», «Бест Доктор», «ВестДоктор», «Вест Доктор», «БестДоктор», «Бестдок», «БестД-р», «БестДоктор», «Росбанк Страхование», «Росбанк страх», «Росбанк Страхование Жизнь», «РБС», «РБСЖ», также допустимы формулировки: «ранее BestDoctor», «бывший БестДоктор», «раньше назывались по-другому», «сменили бренд», «работали под Росбанком».</p>	да

		<p>Проверь, обсуждал ли Продавец с Клиентом, как тот оценивает текущего страховщика по добровольному медицинскому страхованию ДМС и планирует ли продолжать сотрудничество.</p> <p>Если у компании нет ДМС, укажи, что программы нет.</p> <p>[1] – если Клиент дал негативную оценку текущему поставщику, указал нарекания, недовольство, пожелания по улучшению, упомянул, что ищут замену, сомневаются в продлении договора</p> <p>[0] – если Клиент дал позитивную оценку, выразил удовлетворённость текущим поставщиком, подтвердил продление договора или желание остаться с текущим</p> <p>[Пусто] – Звонок прервался до этого момента или у компании нет ДМС.</p> <p>В обосновании укажи:</p> <ul style="list-style-type: none"> – есть ли ДМС – как Клиент охарактеризовал текущего страховщика (дословно или кратко) – были ли названы причины недовольства или, наоборот, сильные стороны текущего решения – какие планы упомянул Клиент (продление, замена, ещё думают) <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник страховой компании Лучи, предлагающий компании Клиента корпоративную программу добровольного медицинского страхования (ДМС) сотрудников. В транскрипции название компании может звучать по-разному. Учитывая следующие варианты, которые также подтверждают, что речь идёт о компании Лучи (она имеет несколько брендов): «Лучи», «Лисси», «Лисчи», «страховая Лучи», «страховая Lucci», «BestDoctor», «Best Doctor», «БестДоктор», «Бест Доктор», «Вест Доктор», «БестДоктор», «Бестдок», «БестД-р», «БесДоктор», «Росбанк Страхование», «Росбанк страх», «Росбанк Страхование Жизни», «РБС», «РБСЖ», также допустимы формулировки: «ранее BestDoctor», «бывший БестДоктор», «раньше назывались по-другому», «сменили бренд», «работали под Росбанком».</p>		
12	Характеристика текущего страховщика и планов на продолжение сотрудничества	<p>Проверь, выяснил ли Продавец, есть ли у Клиента готовое техническое задание (ТЗ) на добровольное медицинское страхование (ДМС), и договорился ли о его получении.</p> <p>Если ТЗ нет — важно, чтобы это было зафиксировано в разговоре.</p> <p>[1] – если Продавец задал вопрос о наличии ТЗ и/или договорился о его получении, либо Клиент сам сообщил об этом.</p> <p>[0] – если наличие ТЗ и возможность его получения не обсуждались.</p> <p>[Пусто] – если разговор прервался до момента.</p> <p>В обосновании укажи один из вариантов:</p> <p>ТЗ нет — если Клиент сказал, что ТЗ нет</p> <p>ТЗ есть — направят — если Клиент согласился направить ТЗ или Продавец зафиксировал договорённость</p> <p>ТЗ есть — не направят — если ТЗ есть, но Клиент отказался его передавать</p> <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник страховой компании Лучи, предлагающий компании Клиента корпоративную программу добровольного медицинского страхования (ДМС) сотрудников. В транскрипции название компании может звучать по-разному. Учитывая следующие варианты, которые также подтверждают, что речь идёт о компании Лучи (она имеет несколько брендов): «Лучи», «Лисси», «Лисчи», «страховая Лучи», «страховая Lucci», «BestDoctor», «Best Doctor», «БестДоктор», «Бест Доктор», «Вест Доктор», «БестДоктор», «Бестдок», «БестД-р», «БесДоктор», «Росбанк Страхование», «Росбанк страх», «Росбанк Страхование Жизни», «РБС», «РБСЖ», также допустимы формулировки: «ранее BestDoctor», «бывший БестДоктор», «раньше назывались по-другому», «сменили бренд», «работали под Росбанком».</p>		да
13	Уточнили наличие и возможность предоставить ТЗ на ДМС	<p>Проверь, уточнил ли Продавец, каким образом компания Клиента выбирает сотрудников для подключения к добровольному медицинскому страхованию (ДМС).</p> <p>Оцени, обсуждали ли стороны:</p> <ul style="list-style-type: none"> – страхуют ли всех сотрудников или только часть – какие критерии отбора используются (например, после испытательного срока, по инициативе сотрудников) – есть ли модель софинансирования (когда сотрудник частично платит за ДМС) <p>[1] – если Продавец задал вопрос о принципе отбора сотрудников, либо Клиент сам рассказал, кого и как они страхуют (всех, ТОПов, выборочно, с софинансированием).</p> <p>[0] – если способ отбора сотрудников не обсуждался.</p> <p>[Пусто] – если разговор прервался до момента, когда можно было бы задать такой вопрос.</p> <p>В обосновании укажи один или несколько вариантов:</p> <p>ТОПы — если страхуют только руководители или ключевые сотрудники</p> <p>Все — если страхуют все сотрудники (например, с первого дня или после испытательного срока)</p> <p>Выборочно — если страхуют только часть персонала по какому-то критерию</p> <p>Софинанс — если сотрудники частично оплачивают ДМС</p> <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник страховой компании Лучи, предлагающий компании Клиента корпоративную программу добровольного медицинского страхования (ДМС) сотрудников. В транскрипции название компании может звучать по-разному. Учитывая следующие варианты, которые также подтверждают, что речь идёт о компании Лучи (она имеет несколько брендов): «Лучи», «Лисси», «Лисчи», «страховая Лучи», «страховая Lucci», «BestDoctor», «Best Doctor», «БестДоктор», «Бест Доктор», «Вест Доктор», «БестДоктор», «Бестдок», «БестД-р», «БесДоктор», «Росбанк Страхование», «Росбанк страх», «Росбанк Страхование Жизни», «РБС», «РБСЖ», также допустимы формулировки: «ранее BestDoctor», «бывший БестДоктор», «раньше назывались по-другому», «сменили бренд», «работали под Росбанком».</p>		да
14	Принцип выбора сотрудников для страхования	<p>Проверь, был ли назван адрес или территориальное расположение офиса Клиента.</p> <p>Информация могла быть озвучена как Продавцом, так и самим Клиентом — важно, чтобы она присутствовала в разговоре.</p> <p>[1] – если Продавец уточнил или Клиент сам назвал адрес, город или район расположения офиса</p> <p>[0] – если адрес или расположение офиса не обсуждались</p> <p>[Пусто] – если разговор прервался до возможного обсуждения этой темы</p> <p>В обосновании укажи:</p> <ul style="list-style-type: none"> – кто именно сообщил адрес – какая формулировка прозвучала (например, "мы в Екатеринбурге", "офис в Москве, на Павелецкой") – если обсуждалось несколько офисов — укажи все <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник страховой компании Лучи, предлагающий компании Клиента корпоративную программу добровольного медицинского страхования (ДМС) сотрудников. В транскрипции название компании может звучать по-разному. Учитывая следующие варианты, которые также подтверждают, что речь идёт о компании Лучи (она имеет несколько брендов): «Лучи», «Лисси», «Лисчи», «страховая Лучи», «страховая Lucci», «BestDoctor», «Best Doctor», «БестДоктор», «Бест Доктор», «Вест Доктор», «БестДоктор», «Бестдок», «БестД-р», «БесДоктор», «Росбанк Страхование», «Росбанк страх», «Росбанк Страхование Жизни», «РБС», «РБСЖ», также допустимы формулировки: «ранее BestDoctor», «бывший БестДоктор», «раньше назывались по-другому», «сменили бренд», «работали под Росбанком».</p>		да
15	Территориальное расположение офиса	<p>Проверь, был ли назван адрес или территориальное расположение офиса Клиента.</p> <p>Информация могла быть озвучена как Продавцом, так и самим Клиентом — важно, чтобы она присутствовала в разговоре.</p> <p>[1] – если Продавец уточнил или Клиент сам назвал адрес, город или район расположения офиса</p> <p>[0] – если адрес или расположение офиса не обсуждались</p> <p>[Пусто] – если разговор прервался до возможного обсуждения этой темы</p> <p>В обосновании укажи:</p> <ul style="list-style-type: none"> – кто именно сообщил адрес – какая формулировка прозвучала (например, "мы в Екатеринбурге", "офис в Москве, на Павелецкой") – если обсуждалось несколько офисов — укажи все <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник страховой компании Лучи, предлагающий компании Клиента корпоративную программу добровольного медицинского страхования (ДМС) сотрудников. В транскрипции название компании может звучать по-разному. Учитывая следующие варианты, которые также подтверждают, что речь идёт о компании Лучи (она имеет несколько брендов): «Лучи», «Лисси», «Лисчи», «страховая Лучи», «страховая Lucci», «BestDoctor», «Best Doctor», «БестДоктор», «Бест Доктор», «Вест Доктор», «БестДоктор», «Бестдок», «БестД-р», «БесДоктор», «Росбанк Страхование», «Росбанк страх», «Росбанк Страхование Жизни», «РБС», «РБСЖ», также допустимы формулировки: «ранее BestDoctor», «бывший БестДоктор», «раньше назывались по-другому», «сменили бренд», «работали под Росбанком».</p>		да

16. Менеджер запросил и обосновал необходимость предоставить текущий список ЛПУ и мед. программу	<p>Проверь, запрашивал ли Продавец у Клиента текущий список лечебно-профилактических учреждений (ЛПУ) и/или медицинскую программу, по которой сейчас работает компания. Важно, чтобы Продавец объяснил, зачем это нужно — для точного расчёта, адаптации, устранения стресса при переходе, сравнения условий и т. д.</p> <p>[1] – если Продавец запросил список ЛПУ и/или мед. программу и обосновал, зачем это нужно (например: “чтобы сохранить привычные клиники”, “сравнить с текущими условиями”, “дать точный тариф по фактическому списку”). [0] – если Продавец не запрашивал эту информацию, либо просто упомянул вскользь без объяснения смысла. [Пусто] – если разговор прервался до этого момента.</p> <p>В обосновании укажи: – запросил ли Продавец список ЛПУ, мед. программу или оба – какая аргументация прозвучала – дословную или близкую к оригиналу цитату с объяснением важности (например, “иначе не сможем точно рассчитать тариф”, “так будет проще сохранить любимые клиники сотрудников”) – если был запрос, но без объяснения — тоже зафиксируй</p> <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник страховой компании Лучи, предлагающий компании Клиента корпоративную программу добровольного медицинского страхования (ДМС) сотрудников. В транскрипции название компании может звучать по-разному. Учитывая следующие варианты, которые также подтверждают, что речь идёт о компании Лучи (она имеет несколько брендов): «Лучи», «Lucci», «Luchi», «страховая Лучи», «страховая Lucci», «BestDoctor», «Best Doctor», «БестДоктор», «Бест Доктор», «ВестДоктор», «Вест Доктор», «БестДоктор», «Бестдок», «БестД-р», «БестДоктор», «Росбанк Страхование», «Росбанк страх», «Росбанк Страхование Жизнь», «РБС», «РБСЖ», также допустимы формулировки: «ранее BestDoctor», «бывший БестДоктор», «раньше назывались по-другому», «сменили бренд», «работали под Росбанком».</p>	
17. Уточнили ПБС и возможность получения	<p>Проверь, запрашивал ли Продавец информацию о половозрастном составе (ПВС) сотрудников компании Клиента и объяснил ли, зачем она нужна. ПВС влияет на обращаемость по ДМС и, соответственно, на точность расчёта тарифа. Без этой информации расчёт может быть завышен по допущениям.</p> <p>[1] – если Продавец задал вопрос о ПВС и объяснил, зачем эта информация нужна (например: “влияет на частоту обращений”, “иначе расчёт будет условным/по среднему профилю”). [0] – если Продавец не спрашивал о ПВС и не поднимал этот вопрос. [Пусто] – если разговор прервался до возможного обсуждения этой темы.</p> <p>В обосновании укажи: – был ли задан вопрос о ПВС – как именно Продавец объяснил важность этой информации – цитату или близкую по смыслу формулировку: “ПВС влияет на тариф”, “если будет ПВС — сможем дать более точный расчёт”, “иначе считаем по усреднённому профилю” – если Клиент сам предложил направить ПВС — также засчитывается</p> <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник страховой компании Лучи, предлагающий компании Клиента корпоративную программу добровольного медицинского страхования (ДМС) сотрудников. В транскрипции название компании может звучать по-разному. Учитывая следующие варианты, которые также подтверждают, что речь идёт о компании Лучи (она имеет несколько брендов): «Лучи», «Lucci», «Luchi», «страховая Лучи», «страховая Lucci», «BestDoctor», «Best Doctor», «БестДоктор», «Бест Доктор», «ВестДоктор», «Вест Доктор», «БестДоктор», «Бестдок», «БестД-р», «БестДоктор», «Росбанк Страхование», «Росбанк страх», «Росбанк Страхование Жизнь», «РБС», «РБСЖ», также допустимы формулировки: «ранее BestDoctor», «бывший БестДоктор», «раньше назывались по-другому», «сменили бренд», «работали под Росбанком».</p>	да
18. Статистика использования ДМС и востребованные ЛПУ	<p>Проверь, уточнил ли Продавец, есть ли у Клиента статистика обращений по текущей программе добровольного медицинского страхования ДМС — в том числе: – как часто сотрудники пользуются ДМС – в какие клиники чаще всего обращаются – какие услуги наиболее востребованы</p> <p>Важно, чтобы Продавец объяснил, зачем эта информация нужна: она позволяет точнее оценить реальную нагрузку на программу и скорректировать расчёт тарифа. Если Клиент сам сообщил наличие/отсутствие статистики — это также засчитывается.</p> <p>[1] – если Продавец задал вопрос о статистике обращений и/или востребованных клиниках, и/или Клиент сам сообщил, есть ли такая информация и готов ли он её предоставить [0] – если Продавец не поднимал эту тему и не спрашивал [Пусто] – если разговор прервался до момента, когда эту тему можно было бы обсудить</p> <p>В обосновании укажи один из вариантов: Статистики нет — если Клиент сообщил, что данных нет Есть, но не даст — если Клиент сказал, что статистика есть, но не планирует делиться Предоставит статистику — если Клиент согласился направить данные Не спросили — если вопрос вообще не поднимался</p> <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник страховой компании Лучи, предлагающий компании Клиента корпоративную программу добровольного медицинского страхования (ДМС) сотрудников. В транскрипции название компании может звучать по-разному. Учитывая следующие варианты, которые также подтверждают, что речь идёт о компании Лучи (она имеет несколько брендов): «Лучи», «Lucci», «Luchi», «страховая Лучи», «страховая Lucci», «BestDoctor», «Best Doctor», «БестДоктор», «Бест Доктор», «ВестДоктор», «Вест Доктор», «БестДоктор», «Бестдок», «БестД-р», «БестДоктор», «Росбанк Страхование», «Росбанк страх», «Росбанк Страхование Жизнь», «РБС», «РБСЖ», также допустимы формулировки: «ранее BestDoctor», «бывший БестДоктор», «раньше назывались по-другому», «сменили бренд», «работали под Росбанком».</p>	да
19. Планируемый бюджет или предложение от текущего страховщика	<p>Проверь, задал ли Продавец вопрос о бюджете Клиента на добровольное медицинское страхование (ДМС). Это может быть вопрос об общем годовом бюджете, стоимости текущей программы или полиса, бюджете на одного сотрудника, прогнозе роста тарифов, проценте индексации или наличии/отсутствии утверждённого бюджета. Если у Клиента нет ДМС, Продавец должен был уточнить, есть ли план выделения бюджета.</p> <p>[1] – если Продавец задал хотя бы один вопрос о бюджете или предложениях от текущего страховщика, и/или Клиент сам сообщил информацию [0] – если тема бюджета не поднималась [Пусто] – если разговор прервался до момента, когда можно было бы задать вопрос</p> <p>В обосновании укажи один или несколько вариантов: Точный бюджет — Клиент назвал конкретную сумму (например: “1,2 млн в год”, “15 000 Р на человека”) Примерный бюджет — Клиент дал ориентир или диапазон (например: “до 2 млн”, “в пределах 1000 Р”) Не сказал — Продавец спросил, но Клиент отказался, не знает или уклонился от ответа Не спросили — Продавец не поднимал тему бюджета Бюджет будет — бюджета сейчас нет, но он планируется или согласовывается</p> <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник страховой компании Лучи, предлагающий компании Клиента корпоративную программу добровольного медицинского страхования (ДМС) сотрудников. В транскрипции название компании может звучать по-разному. Учитывая следующие варианты, которые также подтверждают, что речь идёт о компании Лучи (она имеет несколько брендов): «Лучи», «Lucci», «Luchi», «страховая Лучи», «страховая Lucci», «BestDoctor», «Best Doctor», «БестДоктор», «Бест Доктор», «ВестДоктор», «Вест Доктор», «БестДоктор», «Бестдок», «БестД-р», «БестДоктор», «Росбанк Страхование», «Росбанк страх», «Росбанк Страхование Жизнь», «РБС», «РБСЖ», также допустимы формулировки: «ранее BestDoctor», «бывший БестДоктор», «раньше назывались по-другому», «сменили бренд», «работали под Росбанком».</p>	да

		<p>Проверь, задад ли Продавец вопрос о возможности застраховать родственников сотрудников по программе добровольного медицинского страхования (ДМС).</p> <p>Если Клиент сам сообщил о такой опции — также засчитывается.</p> <p>[1] – если Продавец задад вопрос или Клиент сам сообщил, что у сотрудников есть возможность застраховать родственников</p> <p>[0] – если этот вопрос не поднимался</p> <p>[Пусто] – если разговор прервался до этого момента</p> <p>В обосновании укажи:</p> <ul style="list-style-type: none"> – кто поднял тему – кто именно ответил Клиент – возможно ли страховать родственников – за чей счёт (если упоминалось) – есть ли такие случаи сейчас <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник страховой компании Лучи, предлагающий компании Клиента корпоративную программу добровольного медицинского страхования (ДМС) сотрудников. В транскрипции название компании может звучать по-разному. Учитывая следующие варианты, которые также подтверждают, что речь идёт о компании Лучи (она имеет несколько брендов): «Лучи», «Lucsi», «Luchi», «страховая Лучи», «страховая Lucsi», «BestDoctor», «Best Doctor», «БестДоктор», «Бест Доктор», «ВестДоктор», «Вест Доктор», «БестДоктор», «Бестдок», «БестД-р», «БестДоктор», «Росбанк Страхование», «Росбанк страх», «Росбанк Страхование Жизни», «РБС», «РБСЖ», также допустимы формулировки: «ранее BestDoctor», «бывший БестДоктор», «раньше назывались по-другому», «сменили бренд», «работали под Росбанком».</p>		
20	20. Страхование ДМС родственников сотрудников	<p>Проверь, обсуждались ли с Клиентом критерии, по которым он оценивает потенциального поставщика/провайдера добровольного медицинского страхования (ДМС).</p> <p>Оцени, какие конкретно параметры выбора назвал Клиент, даже если это было сказано вскользь или по ходу разговора.</p> <p>[1] – если Клиент назвал хотя бы один критерий выбора провайдера ДМС</p> <p>[0] – если критерии не обсуждались вообще</p> <p>[Пусто] – если разговор прервался до момента, когда это можно было бы уточнить</p> <p>В обосновании укажи один или несколько вариантов тегов, которые упомянул Клиент, из списка ниже:</p> <p>цена — если важна стоимость полиса, общая сумма договора, стоимость на одного сотрудника или сравнение ценовых предложений</p> <p>список клиник — если важен конкретный перечень ЛПУ в программе</p> <p>медицинский объём — если важен набор доступных услуг, типов приёмов, диагностики</p> <p>мобильное приложение — если важен удобный цифровой доступ, UX/интерфейс</p> <p>HR-кабинет — если Клиенту важен личный кабинет для HR, отчётность, заявки</p> <p>бонусы — если упомянуты доп. опции: зубы, спорт, кешбек, подарки</p> <p>сервис — если важно сопровождение, скорость ответа, персональный подход</p> <p>отзывы — если Клиент упоминает внешнюю репутацию или рейтинг на сайтах</p> <p>бренд — если важна узнаваемость, "имя" компании</p> <p>рейтинг — если важна финансовая устойчивость, ruAA и т.п.</p> <p>опыт — если важно, сколько лет работает компания, или "опыт с крупными клиентами"</p> <p>Важно: если Клиент использует синонимичные формулировки — засчитывай как соответствующий тег (например, "нам важен отклик в чате за 5 минут" → сервис).</p> <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник страховой компании Лучи, предлагающий компании Клиента корпоративную программу добровольного медицинского страхования (ДМС) сотрудников. В транскрипции название компании может звучать по-разному. Учитывая следующие варианты, которые также подтверждают, что речь идёт о компании Лучи (она имеет несколько брендов): «Лучи», «Lucsi», «Luchi», «страховая Лучи», «страховая Lucsi», «BestDoctor», «Best Doctor», «БестДоктор», «Бест Доктор», «ВестДоктор», «Вест Доктор», «БестДоктор», «Бестдок», «БестД-р», «БестДоктор», «Росбанк Страхование», «Росбанк страх», «Росбанк Страхование Жизни», «РБС», «РБСЖ», также допустимы формулировки: «ранее BestDoctor», «бывший БестДоктор», «раньше назывались по-другому», «сменили бренд», «работали под Росбанком».</p>	<p>Проверь, обсуждались ли с Клиентом критерии, по которым он оценивает потенциального поставщика/провайдера добровольного медицинского страхования (ДМС).</p> <p>Оцени, какие конкретно параметры выбора назвал Клиент, даже если это было сказано вскользь или по ходу разговора.</p> <p>[1] – если Клиент назвал хотя бы один критерий выбора провайдера ДМС</p> <p>[0] – если критерии не обсуждались вообще</p> <p>[Пусто] – если разговор прервался до момента, когда это можно было бы уточнить</p> <p>Важно: ответ должен содержать два отдельных блока:</p> <p>Тег:</p> <p>Выдели все теги, которые соответствуют озвученным критериям Клиента, через запятую.</p> <p>Если подходящих тегов нет — напиши: Тегов нет.</p> <p>Обоснование:</p> <p>Опиши, какие именно критерии упомянул Клиент, в каком контексте, дословные цитаты и в каком тоне это было сказано.</p> <p>Список тегов (если Клиент использует синонимичные формулировки — засчитывай как соответствующий тег):</p> <p>цена — важна стоимость полиса, общая сумма договора, цена на одного сотрудника</p> <p>список клиник — важен конкретный перечень ЛПУ</p> <p>медицинский объём — набор доступных услуг, диагностика</p> <p>мобильное приложение — важен цифровой доступ, UX</p> <p>HR-кабинет — важна отчётность, заявки</p> <p>бонусы — доп. опции: зубы, спорт, кешбек</p> <p>сервис — сопровождение, скорость отклика</p> <p>отзывы — внешняя репутация, рейтинг</p> <p>бренд — узнаваемость, имя компании</p> <p>рейтинг — ruAA, финансовая устойчивость</p> <p>опыт — сколько лет на рынке, с кем работает компания</p> <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник страховой компании Лучи, предлагающий компании Клиента корпоративную программу добровольного медицинского страхования (ДМС) сотрудников. В транскрипции название компании может звучать по-разному. Учитывая следующие варианты, которые также подтверждают, что речь идёт о компании Лучи (она имеет несколько брендов): «Лучи», «Lucsi», «Luchi», «страховая Лучи», «страховая Lucsi», «BestDoctor», «Best Doctor», «БестДоктор», «Бест Доктор», «ВестДоктор», «Вест Доктор», «БестДоктор», «Бестдок», «БестД-р», «БестДоктор», «Росбанк Страхование», «Росбанк страх», «Росбанк Страхование Жизни», «РБС», «РБСЖ», также допустимы формулировки: «ранее BestDoctor», «бывший БестДоктор», «раньше назывались по-другому», «сменили бренд», «работали под Росбанком».</p>	да
21	21. Критерии выбора поставщика по ДМС	<p>Проверь, обсуждали ли Продавец и Клиент восприятие компании ЛУЧИ:</p> <ul style="list-style-type: none"> – знаком ли Клиент с нашим сервисом – пользовался ли когда-либо – как оценивает нашу работу по сравнению с конкурентами – видит ли конкурентные преимущества <p>[1] – если Продавец задад вопрос об оценке компании ЛУЧИ и/или Клиент сам выразил мнение о сервисе, опыте взаимодействия или сравнении с другими страховщиками</p> <p>[0] – если Продавец не спросил, и Клиент никак не высказался</p> <p>[Пусто] – если разговор прервался до возможного обсуждения этого вопроса</p> <p>В обосновании укажи один из вариантов:</p> <p>Лучший сервис — если Клиент выразит высокую оценку, признал нас лучшими, отметил отличия от конкурентов</p> <p>Никак — если Клиент сказал, что не знает нас, не сталкивался, или не имеет мнения</p> <p>Плохой сервис — если Клиент дал негативную оценку, отметил недостатки, плохой опыт</p> <p>Не спросили — если Продавец вообще не поднял тему восприятия бренда</p> <p>Важно: если Клиент формулирует мягко ("ну, вроде нормальные", "пока не слышал ничего плохого") — оцени это как никак, если нет явного акцента на преимущества.</p> <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник страховой компании Лучи, предлагающий компании Клиента корпоративную программу добровольного медицинского страхования (ДМС) сотрудников. В транскрипции название компании может звучать по-разному. Учитывая следующие варианты, которые также подтверждают, что речь идёт о компании Лучи (она имеет несколько брендов): «Лучи», «Lucsi», «Luchi», «страховая Лучи», «страховая Lucsi», «BestDoctor», «Best Doctor», «БестДоктор», «Бест Доктор», «ВестДоктор», «Вест Доктор», «БестДоктор», «Бестдок», «БестД-р», «БестДоктор», «Росбанк Страхование», «Росбанк страх», «Росбанк Страхование Жизни», «РБС», «РБСЖ», также допустимы формулировки: «ранее BestDoctor», «бывший БестДоктор», «раньше назывались по-другому», «сменили бренд», «работали под Росбанком».</p>		
22	22. Как клиент оценивает ЛУЧИ	<p>Проверь, уточнил ли Продавец, откуда Клиент узнал о компании ЛУЧИ, и/или есть ли у него рекомендации от других людей или компаний, ранее работавших с Лучи.</p> <p>Это могут быть отзывы коллег, рекомендации знакомых, упоминания от других компаний, где Клиент раньше работал.</p> <p>[1] – если Продавец задад вопрос о том, как Клиент узнал о компании, и/или Клиент сам сообщил, что знает о ЛУЧИ по рекомендации, отзывам, личному опыту или опыту коллег</p> <p>[0] – если вопрос не был задан и тема рекомендаций не поднималась</p> <p>[Пусто] – если разговор прервался до возможного обсуждения этого вопроса</p> <p>В обосновании укажи:</p> <ul style="list-style-type: none"> – задад ли Продавец вопрос о рекомендациях – ответ Клиента: был ли опыт лично, через коллег, другие компании – если рекомендаций не было, но Клиент узнал откуда-то ещё (например, "из поиска", "от брокера") — тоже зафиксируй <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник страховой компании Лучи, предлагающий компании Клиента корпоративную программу добровольного медицинского страхования (ДМС) сотрудников. В транскрипции название компании может звучать по-разному. Учитывая следующие варианты, которые также подтверждают, что речь идёт о компании Лучи (она имеет несколько брендов): «Лучи», «Lucsi», «Luchi», «страховая Лучи», «страховая Lucsi», «BestDoctor», «Best Doctor», «БестДоктор», «Бест Доктор», «ВестДоктор», «Вест Доктор», «БестДоктор», «Бестдок», «БестД-р», «БестДоктор», «Росбанк Страхование», «Росбанк страх», «Росбанк Страхование Жизни», «РБС», «РБСЖ», также допустимы формулировки: «ранее BestDoctor», «бывший БестДоктор», «раньше назывались по-другому», «сменили бренд», «работали под Росбанком».</p>		
23	23. Есть ли у клиента рекомендации на Лучи как на поставщика ДМС	<p>Проверь, уточнил ли Продавец, откуда Клиент узнал о компании ЛУЧИ, и/или есть ли у него рекомендации от других людей или компаний, ранее работавших с Лучи.</p> <p>Это могут быть отзывы коллег, рекомендации знакомых, упоминания от других компаний, где Клиент раньше работал.</p> <p>[1] – если Продавец задад вопрос о том, как Клиент узнал о компании, и/или Клиент сам сообщил, что знает о ЛУЧИ по рекомендации, отзывам, личному опыту или опыту коллег</p> <p>[0] – если вопрос не был задан и тема рекомендаций не поднималась</p> <p>[Пусто] – если разговор прервался до возможного обсуждения этого вопроса</p> <p>В обосновании укажи:</p> <ul style="list-style-type: none"> – задад ли Продавец вопрос о рекомендациях – ответ Клиента: был ли опыт лично, через коллег, другие компании – если рекомендаций не было, но Клиент узнал откуда-то ещё (например, "из поиска", "от брокера") — тоже зафиксируй <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник страховой компании Лучи, предлагающий компании Клиента корпоративную программу добровольного медицинского страхования (ДМС) сотрудников. В транскрипции название компании может звучать по-разному. Учитывая следующие варианты, которые также подтверждают, что речь идёт о компании Лучи (она имеет несколько брендов): «Лучи», «Lucsi», «Luchi», «страховая Лучи», «страховая Lucsi», «BestDoctor», «Best Doctor», «БестДоктор», «Бест Доктор», «ВестДоктор», «Вест Доктор», «БестДоктор», «Бестдок», «БестД-р», «БестДоктор», «Росбанк Страхование», «Росбанк страх», «Росбанк Страхование Жизни», «РБС», «РБСЖ», также допустимы формулировки: «ранее BestDoctor», «бывший БестДоктор», «раньше назывались по-другому», «сменили бренд», «работали под Росбанком».</p>		

<p>Критерии успеха</p>		<p>Проверь, презентовал ли Продавец хотя бы одно из уникальных торговых предложений (УТП) компании ЛУЧИ. УТП должно быть не просто упомянуто, но объяснено — с примерами, выгодами, оформлением аргументации и акцентом на ценности для клиента. УТП могут быть сформулированы как напрямую, так и в виде описания выгоды, но обязательно должны быть узнаваемо связаны с одним из продуктов или бонусов ЛУЧИ.</p> <p>Примеры УТП, которые необходимо учитывать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Пилотный ДМС (тестирование продукта на части сотрудников, чтобы оценить эффект перед масштабированием) – Платформа Здоровья (кафеетерий льгот, кастомизация через витрину доп.услуг в приложении) – Семейный УТП / Забота о семье (доп. услуги по телемедицине для родственников, психологи, педиатры, онкочеканы, ветврачи и пр.) – ДМС в рассрочку 0% (возможность подключить ДМС без большой предоплаты) – Любое другое уникальное предложение, специально упакованное для HR/бизнеса <p>[1] – если Продавец презентовал хотя бы одно из УТП компании ЛУЧИ и объяснил, в чем заключается выгода, как это работает и почему это ценно для клиента. В обосновании укажи: какое именно УТП презентовал Продавец, как он его описал, какие формулировки использовал, как реагировал клиент. Добавь соответствующие теги: Пилотный ДМС Платформа Здоровья Семейный УТП Забота на опережение Рассрочка 0%</p> <p>[0] – если ни одно из УТП не было упомянуто или раскрыто. Оставь обоснование пустым.</p> <p>[Пусто] – если разговор прервался до возможного обсуждения этого вопроса</p> <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник страховой компании Лучи, предлагающий компании Клиента корпоративную программу добровольного медицинского страхования (ДМС) сотрудников. В транскрипции название компании может звучать по-разному. Учитывая следующие варианты, которые также подтверждают, что речь идёт о компании Лучи (она имеет несколько брендов): «Лучи», «Lucci», «Luchi», «страховая Лучи», «страховая Lucci», «BestDoctor», «Best Doctor», «БестДоктор», «Бест Доктор», «ВестДоктор», «Вест Доктор», «БестДоктор», «Бестдок», «БестД-р», «БестДоктор», «Росбанк Страхование», «Росбанк страх», «Росбанк Страхование Жизнь», «РБС», «РБСЖ», также допустимы формулировки: «раннее BestDoctor», «бывший БестДоктор», «раньше назывались по-другому», «сменили бренд», «работали под Росбанком».</p>	<p>Проверь, презентовал ли Продавец хотя бы одно из уникальных торговых предложений (УТП) компании ЛУЧИ. УТП должно быть не просто упомянуто, но объяснено — с примерами, выгодами, оформлением аргументации и акцентом на ценности для клиента. УТП могут быть сформулированы как напрямую, так и в виде описания выгоды, но обязательно должны быть узнаваемо связаны с одним из продуктов или бонусов ЛУЧИ.</p> <p>Примеры УТП, которые необходимо учитывать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Пилотный ДМС (тестирование продукта на части сотрудников, чтобы оценить эффект перед масштабированием) – Платформа Здоровья (кафеетерий льгот, кастомизация через витрину доп.услуг в приложении) – Семейный УТП / Забота о семье (доп. услуги по телемедицине для родственников, психологи, педиатры, онкочеканы, ветврачи и пр.) – ДМС в рассрочку 0% (возможность подключить ДМС без большой предоплаты) – Любое другое уникальное предложение, специально упакованное для HR/бизнеса <p>[1] – если Продавец презентовал хотя бы одно из УТП компании ЛУЧИ и объяснил, в чем заключается выгода, как это работает и почему это ценно для клиента. Обязательно укажи в ответе два блока:</p> <p>Теги: Выпиши отдельной строкой все теги, соответствующие озвученным УТП, через запятую. Если тегов нет — напиши: Тегов нет.</p> <p>Обоснование: Укажи, какое именно УТП презентовал Продавец, как он его описал, какие формулировки использовал, как реагировал Клиент.</p> <p>[0] – если ни одно из УТП не было упомянуто или раскрыто. Оставь обоснование и теги пустыми.</p> <p>[Пусто] – если разговор прервался до возможного обсуждения этого вопроса</p> <p>Список тегов (если подходящего нет — придумай новый, точно отражающий суть): Пилотный ДМС Платформа Здоровья Семейный УТП Забота на опережение Рассрочка 0%</p> <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник страховой компании Лучи, предлагающий компании Клиента корпоративную программу добровольного медицинского страхования (ДМС) сотрудников. В транскрипции название компании может звучать по-разному. Учитывая следующие варианты, которые также подтверждают, что речь идёт о компании Лучи (она имеет несколько брендов): Лучи, Lucci, Luchi, страховая Лучи, страховая Lucci, BestDoctor, Best Doctor, БестДоктор, Бест Доктор, ВестДоктор, Вест Доктор, БестДоктор, Бестдок, БестД-р, БестДоктор, Росбанк Страхование, Росбанк страх, Росбанк Страхование Жизнь, РБС, РБСЖ, ранее BestDoctor, бывший БестДоктор, раньше назывались по-другому, сменили бренд, работали под Росбанком.</p>	
24	24. УТП			

	<p>Проверь, насколько Клиент является потенциальным для заключения договора по программе ДМС от компании Продавца, на основе всей транскрипции. Оцени степень заинтересованности, соответствие ожиданий и уровень вовлечённости. Цель — дать итоговую оценку, которую можно сравнивать с субъективной оценкой Продавца.</p> <p>[0–9] — Присвой оценку по шкале от 0 до 9 (1 балл за каждый выполненный пункт чеклиста):</p> <ul style="list-style-type: none">– [9] — все условия выполнены: встреча проведена, интерес к уникальному коммерческому предложению (УТП) есть, коммерческое предложение (КП) подходит, вовлечено лицо принимающее решение (ЛПР), подтверждён бюджет и т.д.– [7–8] — большинство условий выполнено, но есть 1–2 пробела (например, нет инфо о бюджете или неясен статус ЛПРа)– [4–6] — интерес выражен, но нет ключевых условий, например: слабая оценка КП, нет УТП, нет бюджета– [1–3] — Клиент не вовлечён, интерес формальный, оценка КП размыта– [0] — интерес отсутствует, разговор справочный– [Пусто] — если разговор слишком короткий или информация отсутствует <p>В обосновании укажи:</p> <ul style="list-style-type: none">– Структурированный вывод по каждому пункту чеклиста (в формате: 1 – Да. 2 – Нет. ... и т.д.)– Примеры фраз Клиента, подтверждающие или опровергающие соответствие– Итоговое заключение: «Высокая вероятность», «Средняя вероятность», «Низкая вероятность» <p>Чеклист (9 пунктов, максимум 9 баллов):</p> <p>1. С Клиентом проведена встреча</p> <p>[1] – если в разговоре есть прямое упоминание встречи: «как обсуждали на встрече», «в зуме», «созвон», «встречались» и т.п.</p> <p>[0] – если встреча не проводилась и не упоминалась</p> <p>2. Проявлен интерес хотя бы к одному УТП</p> <p>[1] – если Клиент:</p> <ul style="list-style-type: none">– положительно отозвался о каком-либо УТП– задал вопрос по УТП– выразил намерение протестировать/воспользоваться <p>– Продавец отрабатывал вопросы Клиента по УТП</p> <p>[0] – если УТП не обсуждалось</p> <p>3. Коммерческое предложение КП полностью покрывает потребности клиента</p> <p>[1] – если Клиент говорит: «всё учли», «всё отражено», «никаких доп. пожеланий нет», «соответствует запросу» или формулировки похожие по смыслу</p> <p>[0] – если КП явно не покрывает запрос Клиента и это не обсуждалось</p> <p>4. Клиент видит ценность в предложении</p> <p>[1] – если Клиент проговорил, что именно ему понравилось: «у вас больше клиник», «лучшее приложение», «низкая цена», «рекомендации» и т.п.</p> <p>[0] – если ценность не обозначена Клиентом</p> <p>5. Клиент сам (как физлицо) пользовался нашими услугами или знает тех, кто пользовался</p> <p>[1] – если Клиент проговаривает личный опыт или упоминает друзей, коллег, родственников, которые были застрахованы</p> <p>[0] – если личный опыт или упоминания друзей, коллег, родственников, которые были застрахованы не обсуждались</p> <p>6. Компания Клиента ранее работала с компанией Продавца или получила рекомендацию</p> <p>[1] – если компания была Клиентом, кто-то порекомендовал, есть положительное впечатление, отзыв</p> <p>[0] – если данный вопрос не обсуждался</p> <p>7. Вовлечён ЛПР</p> <p>[1] – если:</p> <ul style="list-style-type: none">– Клиент — это ЛПР– или ЛПР участвовал во встрече– или ЛПР дал задачу/рекомендацию– или Клиент озвучил: «он в курсе», «мы покажем финдиру», «ЛПР будет подключен» или формулировки аналогичные по смыслу <p>– если ЛПР не вовлечён и о нём ничего не сказано</p> <p>8. У клиента есть согласованный бюджет на ДМС</p> <p>[1] – если Клиент подтвердил наличие бюджета или озвучил точные условия выделения бюджета</p> <p>[0] – если бюджет не обсуждался</p> <p>9. У Клиента есть график внедрения ДМС или срок принятия решения</p> <p>[1] – если Клиент проговаривает конкретные сроки: «до конца месяца», «в сентябре определимся», «в тендере срок — 15 мая» или формулировки похожие по смыслу</p> <p>[0] – если срок не указан и не обсуждался</p> <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник страховой компании Лучи, предлагающий компании Клиента корпоративную программу добровольного медицинского страхования (ДМС) сотрудников. В транскрипции название компании может звучать по-разному. Учитывая следующие варианты, которые также подтверждают, что речь идёт о компании Лучи (она имеет несколько брендов): «Лучи», «Lucci», «Luch», «страховая Лучи», «страховая Lucci», «BestDoctor», «Best Doctor», «БестДоктор», «Бест Доктор», «ВестДоктор», «Вест Доктор», «БестДоктор», «Бестдок», «БестД-р», «БесДоктор», «Росбанк Страхование», «Росбанк страх», «Росбанк Страхование Жизни», «РБС», «РБСЖ», также допустимы формулировки: «ранее BestDoctor», «бывший БестДоктор», «раньше назывались по-другому», «сменили бренд», «работали под Росбанком».</p>	<p>Проверь, насколько Клиент является потенциальным для заключения договора по программе ДМС от компании Продавца, на основе всей транскрипции. Оцени степень заинтересованности, соответствие ожиданий и уровень вовлечённости Клиента по 9 ключевым признакам. Цель — определить итоговую оценку скоринга от 0 до 9, которая показывает, скольким признакам Клиент соответствует.</p> <p>[0–9] – В качестве оценки нужно присвоить одно число от 0 до 9 — по количеству пунктов Чеклиста ниже, которые сработали. Например, если сработало 5 из 9 пунктов, то оценка будет 5.</p> <p>[Пусто] — если разговор слишком короткий и не даёт данных ни по одному пункту.</p> <p>В обосновании укажи:</p> <ul style="list-style-type: none">– Какие именно пункты сработали и почему (по порядку: 1 — да. Комментарий... 2 — нет. Комментарий...).– Примеры фраз Клиента, подтверждающие выполнение каждого из пунктов. <p>Чеклист - девять признаков для проверки:</p> <ul style="list-style-type: none">– Была встреча с Клиентом. Например: в разговоре есть упоминание - как обсуждали на встрече с вами, в зуме, на прошлом созвоне, мы ранее встречались и т.п.– Есть интерес к УТП. Клиент проявил интерес хотя бы к одному озвученному Продавцем УТП (указаны ниже). Например: Клиент положительно отозвался об УТП, задал вопрос, выразил намерение протестировать и т.п.– КП устроило. Коммерческое предложение полностью покрывает потребности Клиента. Например: Клиент на предложение Продавца сказал что-то подобное: вы всё учли, всё отражено и мне подходит, никаких доп. пожеланий нет, соответствует запросу и т.п.– Видит ценность. Клиент видит ценность в предложенном сервисе ДМС от Продавца. Например: отметил, что у компании Продавца больше клиник, лучше приложение, ниже цена, лучше сервис, компанию Продавец рекомендует и т.п.– Клиент слышал/пользовался. Клиент лично пользовался услугами компании Продавца или знает тех, кто пользовался. Например: упомянул себя, друзей, коллег, родственников, которые были застрахованы в компании Продавца - Лучи.– Работали/рекомендация. Компания Клиента ранее работала с компанией Продавца или получила рекомендацию от кого-то на компанию Продавца. Например: Клиент сказал - мы были у вас раньше, нам вас посоветовали, хорошие отзывы, знаем вас по рынку и т.п.– Вовлечён ЛПР. Лицо принимающее решение о ДМС в компании Клиента вовлечено в процесс. Например: Клиент в разговоре это и есть ЛПР; то есть ЛПР участвует во встрече, или ЛПР дал задачу, ЛПР в курсе, Покажем финдиру (потому что он ЛПР по контексту) и т.п.– Есть бюджет. У Клиента есть согласованный бюджет или озвучены условия его выделения. Например: Клиент сообщил что бюджет есть, или заложить, ориентируемся на 3 млн, если утвердят — покупаем и т.п.– Есть срок по ДМС. Клиент обозначил график внедрения ДМС или срок принятия решения. Например: решим до конца месяца, в сентябре определимся, в тендере срок — 15 мая и т.п. <p>Примеры УТП, которые необходимо учитывать:</p> <ul style="list-style-type: none">– Типовый ДМС (тестирование продукта на части сотрудников, чтобы оценить эффект перед масштабированием)– Платформа Здоровья (кофтерный опыт, кастомизация через витрину доп. услуг в приложении)– Семейный УТП / Забота о семье (доп. услуги по телемедицине для родственников, психологи, педиатры, онкочекеры, ветврачи и пр.)– ДМС в рассрочку 0% (возможность подключить ДМС без большой предоплаты)– Любое другое уникальное предложение, специально упакованное для HR/бизнеса <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник страховой компании Лучи, предлагающий компании Клиента корпоративную программу добровольного медицинского страхования (ДМС) сотрудников. В транскрипции название компании может звучать по-разному. Учитывая следующие варианты, которые также подтверждают, что речь идёт о компании Лучи (она имеет несколько брендов): «Лучи», «Lucci», «Luch», «страховая Лучи», «страховая Lucci», «BestDoctor», «Best Doctor», «БестДоктор», «Бест Доктор», «ВестДоктор», «Вест Доктор», «БестДоктор», «Бестдок», «БестД-р», «БесДоктор», «Росбанк Страхование», «Росбанк страх», «Росбанк Страхование Жизни», «РБС», «РБСЖ», также допустимы формулировки: «ранее BestDoctor», «бывший БестДоктор», «раньше назывались по-другому», «сменили бренд», «работали под Росбанком».</p>	
25	25. Скоринг		

		<p>Проверь, обсуждались ли в разговоре другие страховые компании, которые Клиент рассматривает как альтернативу. Продавец или Клиент могли упомянуть конкурентов напрямую (например: «рассматриваем СОГАЗ», «у нас сейчас Ингосстрах») или косвенно («нам уже прислали предложения», «есть другие варианты» и т. п.).</p> <p>[1] – если в разговоре были упомянуты конкуренты (конкретные названия или обобщенно) [0] – если конкуренты не обсуждались [Пусто] – если разговор прервался до этого момента</p> <p>В обосновании укажи: А) Кто упомянул конкурентов — Клиент или Продавец Б) В каком контексте это произошло — сравнение, получение КП, опыт работы, отказ от текущего провайдера и т. п. В) Выпиши все названные конкуренты дословно, как они прозвучали в разговоре. Если название не прозвучало, но обсуждение конкурентов было, напиши: Безымянный конкурент</p> <p>Например, возможные конкуренты: СОГАЗ, Альфа Страхование, Ингосстрах, Согласие, РЕО, Ренессанс, Росгосстрах, Альянс, Зетта, ВСК, Югория, Капитал-Лайф, Совкомбанк Страхование, Сбер Страхование, СберЗдоровье, СМП Страхование, Спасские ворота, Гайде и другие.</p> <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник страховой компании Лучи, предлагающий компании Клиента корпоративную программу добровольного медицинского страхования (ДМС) сотрудникам. В транскрипции название компании может звучать по-разному. Учитывая следующие варианты, которые также подтверждают, что речь идет о компании Лучи (она имеет несколько брендов): «Лучи», «Лисси», «Лисли», «страховая Лучи», «страховая Lucci», «BestDoctor», «Best Doctor», «БестДоктор», «Бест Доктор», «Вест Доктор», «ВестДоктор», «Бестдок», «БестД-р», «БестДоктор», «Росбанк Страхование», «Росбанк страх», «Росбанк Страхование Жизни», «РБС», «РБСЖ», также допустимы формулировки: «ранее BestDoctor», «бывший БестДоктор», «раньше назывались по-другому», «сменили бренд», «работали под Росбанком».</p>	<p>Проверь, обсуждались ли в разговоре другие страховые компании, которые Клиент рассматривает как альтернативу. Конкуренты могли быть упомянуты напрямую (например: рассматриваем СОГАЗ, или у нас сейчас Ингосстрах) или косвенно (нам уже прислали предложения, или есть другие варианты и т. п.).</p> <p>[1] – если в разговоре были упомянуты конкуренты — с названием или без [0] – если конкуренты не обсуждались [Пусто] – если разговор прервался до этого момента</p> <p>Если конкуренты упоминались, в обосновании укажи: А) Название компании Клиента, от лица которой прозвучал комментарий про конкурентов. Если название компании Клиента не упоминалось, укажи просто: Клиент с ДМС или Клиент без ДМС. Б) Выпиши всех названных конкурентов дословно, как они прозвучали в разговоре, и укажи контекст упоминания — сравнение, получение КП, опыт работы, отказ от текущего провайдера, тендер и т.п. Если название конкурента не прозвучало, но обсуждались предложения от других компаний, напиши: Безымянный конкурент 1, Безымянный конкурент 2 и т.д. В) Для каждого конкурента, если есть, укажи сравнение с нами (Компанией Продавца — Лучи). Где мы лучше — если по контексту понятно или Клиент сам отметил, что у нас ниже цена, больше клиник, лучше приложение, качественнее сервис и т.п. Где мы хуже — если по контексту понятно или Клиент сам отметил преимущества конкурента: известность бренда, стабильность, собственная сеть клиник, опыт, покрытие и т.п. Если сравнение не выражено, но конкурент упомянут, зафиксируй как: Упоминание без оценки</p> <p>Известные нам на текущий момент конкуренты: СОГАЗ, Альфа Страхование, Ингосстрах, Согласие, РЕО, Ренессанс, Росгосстрах, Альянс, Зетта, ВСК, Югория, Капитал-Лайф, Совкомбанк Страхование, Сбер Страхование, СберЗдоровье, СМП Страхование, Спасские ворота, Гайде и другие</p> <p>Например, ответ может выглядеть так: А) Клиент: ООО ФармЛес. Б) Конкуренты: ССБз — упоминался в контексте скорости реакции. Безымянный конкурент 1 — упоминался в контексте цены ДМС. В) Где мы лучше: Клиент отметил, что у Лучи удобнее приложение и Лучи быстрее реагируют. Где мы хуже: Клиент считает, что у СОГАЗа выше доверие у руководства.</p> <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник страховой компании Лучи, предлагающий компании Клиента корпоративную программу добровольного медицинского страхования (ДМС) сотрудникам. В транскрипции название компании может звучать по-разному. Учитывая следующие варианты, которые также подтверждают, что речь идет о компании Лучи (она имеет несколько брендов): «Лучи», «Лисси», «Лисли», «страховая Лучи», «страховая Lucci», «BestDoctor», «Best Doctor», «БестДоктор», «Бест Доктор», «Вест Доктор», «ВестДоктор», «Бестдок», «БестД-р», «БестДоктор», «Росбанк Страхование», «Росбанк страх», «Росбанк Страхование Жизни», «РБС», «РБСЖ», также допустимы формулировки: «ранее BestDoctor», «бывший БестДоктор», «раньше назывались по-другому», «сменили бренд», «работали под Росбанком».</p> <p>[Рекомендация] – данный критерий исключение, в качестве оценки напиши слово Рекомендация, а в обосновании оценки напиши следующее:</p> <p>На основе всей транскрипции составь структурированный, лаконичный, но содержательный портрет Клиента. Укажи ключевые характеристики, которые важны для дальнейшей работы с этим Клиентом. Приводи прямые цитаты, если они подтверждают данные. Если информация по какому-либо пункту отсутствует — напиши Не обсуждалось.</p> <p>А) ДМС (Статус ДМС у Клиента) – Есть ли у компании Клиента корпоративное добровольное медицинское страхование (ДМС) – Если есть: название текущей страховой компании, дата окончания договора, количество застрахованных сотрудников – Если ДМС нет: планирует ли Клиент его внедрить</p> <p>Б) Планы ДМС (Характеристики компании и планы по ДМС) – Есть ли выделенный или планируемый бюджет на ДМС – Какой подход у Клиента к выбору поставщика: что важно, какие параметры он оценивает – Какую роль в соцпакете играет ДМС</p> <p>В) Клиент знает нас (Знание Клиентом компании Продавца) – Знает ли Клиент о ЛУЧИ / BestDoctor – Что именно он знает: сервис, история, отзывы – Использовал ли ранее или получал рекомендации</p> <p>Г) Контакты и ЛПР (лица, принимающие решения) – Кто принимает решение по ДМС: имя, должность, контактные данные (если были озвучены) – Участвовал ли ЛПР в разговоре – Планируется ли его привлечение на следующих этапах</p> <p>Д) Тип контакта – Клиент сам обратился или менеджер инициировал разговор – Если входящий — через какой канал – Была ли назначена встреча по итогам разговора (да / нет)</p> <p>Е) Доп факты (влияющие на продажи) – Любая информация, которая может повлиять на персонализацию предложения – Особенности сегмента, структуры, сложности клиента – Отношение к текущему страховщику и возможности перехода</p> <p>Ж) Реакция на УТП – Был ли запрос или позитивная реакция на хотя бы одно УТП – Что именно заинтересовало Клиента (если озвучено)</p> <p>Например, ответ может выглядеть так: А) ДМС: Не обсуждалось. Б) Планы ДМС: Не обсуждалось. В) Клиент знает нас: Не обсуждалось. Г) Контакты и ЛПР: Частично - оператор сообщил, что сотрудник в отпуске полторы недели и выйдет в октябре, но имя и должность не названы. Д) Тип контакта: Исходящий, встреча не назначена. Е) Доп факты: Клиент работает в компании, где есть ответственный за страховку, но он временно недоступен. Ж) Реакция на УТП: Не обсуждалось.</p> <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник страховой компании Лучи, предлагающий компании Клиента корпоративную программу добровольного медицинского страхования (ДМС) сотрудникам. В транскрипции название компании может звучать по-разному. Учитывая следующие варианты, которые также подтверждают, что речь идет о компании Лучи (она имеет несколько брендов): «Лучи», «Лисси», «Лисли», «страховая Лучи», «страховая Lucci», «BestDoctor», «Best Doctor», «БестДоктор», «Бест Доктор», «Вест Доктор», «ВестДоктор», «Бестдок», «БестД-р», «БестДоктор», «Росбанк Страхование», «Росбанк страх», «Росбанк Страхование Жизни», «РБС», «РБСЖ», также допустимы формулировки: «ранее BestDoctor», «бывший БестДоктор», «раньше назывались по-другому», «сменили бренд», «работали под Росбанком».</p>
26	Упоминание конкурентов		
	Рекомендации		
27	Портрет клиента		

		<p>[Резюме] – данный критерий исключение, в качестве оценки напиши слово Резюме, а в обосновании оценки напиши следующее:</p> <p>Составь краткое и структурированное резюме звонка. Оно должно быть лаконичным, понятным и отражать только ключевые моменты разговора.</p> <p>Обязательно включить:</p> <p>А) Содержание звонка</p> <ul style="list-style-type: none"> – Какие темы и блоки были затронуты – Обсуждались ли мотивация Клиента, наличие и структура ДМС, боли, интерес к смене страховой, условия сотрудничества, бюджет, УТП, конкуренты, сроки, следующий шаг <p>Б) Реакция Клиента на ключевые моменты</p> <ul style="list-style-type: none"> – Была ли она заинтересованной, сомневающейся, позитивной, нейтральной или негативной – Как Клиент реагировал на УТП, презентацию, условия, предложения по пилоту или отправке ТЗ <p>В) Достигнутые договорённости</p> <ul style="list-style-type: none"> – Были ли зафиксированы следующие шаги: отправка ТЗ, подготовка КП, созвон с ЛПР, фоллоу-ап, получение бюджета, продолжение диалога – Уточни, зафиксировал ли Продавец чёткий план действий <p>Это резюме должно помогать быстро понять суть разговора без необходимости прослушивать аудиозаписи.</p> <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник страховой компании Лучи, предлагающий компании Клиента корпоративную программу добровольного медицинского страхования (ДМС) сотрудников. В транскрипции название компании может звучать по-разному. Учитывая следующие варианты, которые также подтверждают, что речь идёт о компании Лучи (она имеет несколько брендов): «Лучи», «Лисси», «Lischi», «страховая Лучи», «страховая Lucci», «BestDoctor», «Best Doctor», «БестДоктор», «Бест Доктор», «ВестДоктор», «Вест Доктор», «БестДоктор», «Бестдок», «БестД-р», «БесДоктор», «Росбанк Страхование», «Росбанк страх», «Росбанк Страхование Жизни», «РБС», «РБСЖ», также допустимы формулировки: «ранее BestDoctor», «бывший БестДоктор», «раньше назывались по-другому», «сменили бренд», «работали под Росбанком».</p>	<p>[Резюме] – данный критерий исключение, в качестве оценки напиши слово Резюме, а в обосновании оценки напиши следующее:</p> <p>Составь краткое и структурированное резюме звонка. Оно должно быть лаконичным, понятным и отражать только ключевые моменты разговора.</p> <p>Обязательно включить:</p> <p>А) Резюме</p> <ul style="list-style-type: none"> – Какие темы и блоки были затронуты – Обсуждались ли мотивация Клиента, наличие и структура ДМС, боли, интерес к смене страховой, условия сотрудничества, бюджет, УТП, конкуренты, сроки, следующий шаг <p>Б) Реакция (Клиента на ключевые моменты)</p> <ul style="list-style-type: none"> – Была ли она заинтересованной, сомневающейся, позитивной, нейтральной или негативной – Как Клиент реагировал на УТП, презентацию, условия, предложения по пилоту или отправке ТЗ <p>В) Договорённости (которые были достигнуты)</p> <ul style="list-style-type: none"> – Были ли зафиксированы следующие шаги: отправка ТЗ, подготовка КП, созвон с ЛПР, фоллоу-ап, получение бюджета, продолжение диалога – Уточни, зафиксировал ли Продавец чёткий план действий <p>Это резюме должно помогать быстро понять суть разговора без необходимости прослушивать аудиозаписи. Например, ответ может выглядеть так: А) Резюме: Продавец обратился по поводу ДМС для сотрудников, на получение информации только о том, что ответственный сотрудник в отпуске. Другие блоки (мотивация, боли, УТП, бюджет, конкуренты) не обсуждались. Б) Реакция: Нейтральная, информативная – оператор вежливо сообщил о недоступности нужного сотрудника и предложил обратиться позже. В) Договорённости: Никаких конкретных следующих шагов не зафиксировано, продавец не предложил перезвонить в определённое время или оставить контакты.</p> <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник страховой компании Лучи, предлагающий компании Клиента корпоративную программу добровольного медицинского страхования (ДМС) сотрудников. В транскрипции название компании может звучать по-разному. Учитывая следующие варианты, которые также подтверждают, что речь идёт о компании Лучи (она имеет несколько брендов): «Лучи», «Лисси», «Lischi», «страховая Лучи», «страховая Lucci», «BestDoctor», «Best Doctor», «БестДоктор», «Бест Доктор», «ВестДоктор», «Вест Доктор», «БестДоктор», «Бестдок», «БестД-р», «БесДоктор», «Росбанк Страхование», «Росбанк страх», «Росбанк Страхование Жизни», «РБС», «РБСЖ», также допустимы формулировки: «ранее BestDoctor», «бывший БестДоктор», «раньше назывались по-другому», «сменили бренд», «работали под Росбанком».</p>
	28. Краткое резюме звонка	<p>[Тег] – данный критерий исключение. Выпиши все возражения, озвученные Клиентом, через запятую. Используй список тегов ниже. Если возражение не подходит ни под один тег — придумай новый, точно отражающий суть, и включи его в список.</p> <p>Если возражений не было — напиши: Тегов нет.</p> <p>Список тегов (тег — описание):</p> <p>дорого — Клиент считает, что ДМС стоит слишком дорого или нет бюджета</p> <p>уже есть страховая — Клиент работает с текущей СК и не хочет менять</p> <p>не доверяю бренду — Клиент не знает компанию, сомневается в её надёжности</p> <p>мало клиник — Клиент считает, что мало клиник по прямому доступу</p> <p>всё можно по ОМС — Клиент не видит смысла в ДМС, так как есть ОМС</p> <p>непонятна ценность — Клиент не понимает, чем вы лучше, зачем менять текущую СК</p> <p>нужно сравнение — Клиент хочет сравнить с предложениями конкурентов</p> <p>плохие отзывы — Клиент читал негативные отзывы</p> <p>гендир не согласовал — Решение зависит от гендиректора, и он против</p> <p>боимся перемен — Клиент опасается стресса у сотрудников из-за изменений</p> <p>давайте позже — Клиент просит вернуться к вопросу позже (квартал, год)</p> <p>не покроете задачи — Клиент сомневается, что ДМС покроет его задачи по лечению</p> <p>не наш формат — Клиенту не подходит тип ДМС или не хватает гибкости</p> <p>нужно больше ТЗ — Клиенту нужно более точное предложение для сравнения</p> <p>нет потребности — Клиент считает, что ДМС сейчас не нужен</p> <p>слишком сложно — Клиент считает, что процесс подключения или перехода слишком сложный</p> <p>страх перед реакцией сотрудников — Клиент боится негативной реакции сотрудников</p> <p>нужны фиксированные предложения — Клиент хочет видеть конкретные коробки/варианты</p> <p>нет выделенного бюджета — Бюджет на ДМС не выделен или не согласован</p> <p>гендир не видит ценности — Генеральный директор не понимает, зачем менять поставщика</p> <p>не обсуждали с ЛПР — ЛПР не участвует в обсуждении или не в курсе предложения</p> <p>В обосновании укажи:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Когда и в каком тоне было высказано возражение – Дословную цитату Клиента <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник страховой компании Лучи, предлагающий компании Клиента корпоративную программу добровольного медицинского страхования (ДМС) сотрудников. В транскрипции название компании может звучать по-разному. Учитывая следующие варианты, которые также подтверждают, что речь идёт о компании Лучи (она имеет несколько брендов): «Лучи», «Лисси», «Lischi», «страховая Лучи», «страховая Lucci», «BestDoctor», «Best Doctor», «БестДоктор», «Бест Доктор», «ВестДоктор», «Вест Доктор», «БестДоктор», «Бестдок», «БестД-р», «БесДоктор», «Росбанк Страхование», «Росбанк страх», «Росбанк Страхование Жизни», «РБС», «РБСЖ», также допустимы формулировки: «ранее BestDoctor», «бывший БестДоктор», «раньше назывались по-другому», «сменили бренд», «работали под Росбанком».</p>	<p>[Тег] – данный критерий исключение. Выпиши все возражения, озвученные Клиентом, через запятую. Используй список тегов ниже. Если возражение не подходит ни под один тег — придумай новый, точно отражающий суть, и включи его в список.</p> <p>Если возражений не было — напиши: Тегов нет.</p> <p>Список тегов (тег — описание):</p> <p>дорого — Клиент считает, что ДМС стоит слишком дорого или нет бюджета</p> <p>уже есть страховая — Клиент работает с текущей СК и не хочет менять</p> <p>не доверяю бренду — Клиент не знает компанию, сомневается в её надёжности</p> <p>мало клиник — Клиент считает, что мало клиник по прямому доступу</p> <p>всё можно по ОМС — Клиент не видит смысла в ДМС, так как есть ОМС</p> <p>непонятна ценность — Клиент не понимает, чем вы лучше, зачем менять текущую СК</p> <p>нужно сравнение — Клиент хочет сравнить с предложениями конкурентов</p> <p>плохие отзывы — Клиент читал негативные отзывы</p> <p>гендир не согласовал — Решение зависит от гендиректора, и он против</p> <p>боимся перемен — Клиент опасается стресса у сотрудников из-за изменений</p> <p>давайте позже — Клиент просит вернуться к вопросу позже (квартал, год)</p> <p>не покроете задачи — Клиент сомневается, что ДМС покроет его задачи по лечению</p> <p>не наш формат — Клиенту не подходит тип ДМС или не хватает гибкости</p> <p>нужно больше ТЗ — Клиенту нужно более точное предложение для сравнения</p> <p>нет потребности — Клиент считает, что ДМС сейчас не нужен</p> <p>слишком сложно — Клиент считает, что процесс подключения или перехода слишком сложный</p> <p>страх перед реакцией сотрудников — Клиент боится негативной реакции сотрудников</p> <p>нужны фиксированные предложения — Клиент хочет видеть конкретные коробки/варианты</p> <p>нет выделенного бюджета — Бюджет на ДМС не выделен или не согласован</p> <p>гендир не видит ценности — Генеральный директор не понимает, зачем менять поставщика</p> <p>не обсуждали с ЛПР — ЛПР не участвует в обсуждении или не в курсе предложения</p> <p>После списка тегов — выпиши в обосновании:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Когда и в каком контексте прозвучало возражение – Дословную цитату Клиента – Если возражение похоже на скрытое, укажи это <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник страховой компании Лучи, предлагающий компании Клиента корпоративную программу добровольного медицинского страхования (ДМС) сотрудников. В транскрипции название компании может звучать по-разному. Учитывая следующие варианты, которые также подтверждают, что речь идёт о компании Лучи (она имеет несколько брендов): «Лучи», «Лисси», «Lischi», «страховая Лучи», «страховая Lucci», «BestDoctor», «Best Doctor», «БестДоктор», «Бест Доктор», «ВестДоктор», «Вест Доктор», «БестДоктор», «Бестдок», «БестД-р», «БесДоктор», «Росбанк Страхование», «Росбанк страх», «Росбанк Страхование Жизни», «РБС», «РБСЖ», также допустимы формулировки: «ранее BestDoctor», «бывший БестДоктор», «раньше назывались по-другому», «сменили бренд», «работали под Росбанком».</p>
Возражения	29. Возражения теги	<p>Проверь, насколько корректно Продавец отработал возражения Клиента в разговоре.</p> <p>[1] – если Продавец корректно отработал хотя бы одно возражение Клиента. Отработка считается корректной, если:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Продавец не игнорирует сомнение Клиента, а реагирует на него конструктивно – Признаёт важность вопроса, уточняет, в чём именно сомнение или возражение – Дает аргументированный ответ – Приводит примеры, объясняет суть, предлагает решение или альтернативу <p>[0] – если Продавец не отработал ни одно из прозвучавших возражений. Считается ошибкой, если:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Возражение было проигнорировано – Ответ был формальным или уклончивым (например: «подумаем», «пришло потом», «не знаю») – Продавец не дал аргументов, не объяснил выгоды или не постарался снять сомнение <p>[Пусто] – если в разговоре не было ни одного возражения со стороны Клиента.</p> <p>В обосновании укажи:</p> <p>А) Какое возражение или сомнение озвучил Клиент (можно краткой цитатой)</p> <p>Б) Как отреагировал Продавец — приведи ключевые фразы</p> <p>В) Почему это можно (или нельзя) считать корректной отработкой</p> <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник страховой компании Лучи, предлагающий компании Клиента корпоративную программу добровольного медицинского страхования (ДМС) сотрудников. В транскрипции название компании может звучать по-разному. Учитывая следующие варианты, которые также подтверждают, что речь идёт о компании Лучи (она имеет несколько брендов): «Лучи», «Лисси», «Lischi», «страховая Лучи», «страховая Lucci», «BestDoctor», «Best Doctor», «БестДоктор», «Бест Доктор», «ВестДоктор», «Вест Доктор», «БестДоктор», «Бестдок», «БестД-р», «БесДоктор», «Росбанк Страхование», «Росбанк страх», «Росбанк Страхование Жизни», «РБС», «РБСЖ», также допустимы формулировки: «ранее BestDoctor», «бывший БестДоктор», «раньше назывались по-другому», «сменили бренд», «работали под Росбанком».</p>	
	30. Продавец корректно отработал возражения	<p>Проверь, насколько корректно Продавец отработал возражения Клиента в разговоре.</p> <p>[1] – если Продавец корректно отработал хотя бы одно возражение Клиента. Отработка считается корректной, если:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Продавец не игнорирует сомнение Клиента, а реагирует на него конструктивно – Признаёт важность вопроса, уточняет, в чём именно сомнение или возражение – Дает аргументированный ответ – Приводит примеры, объясняет суть, предлагает решение или альтернативу <p>[0] – если Продавец не отработал ни одно из прозвучавших возражений. Считается ошибкой, если:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Возражение было проигнорировано – Ответ был формальным или уклончивым (например: «подумаем», «пришло потом», «не знаю») – Продавец не дал аргументов, не объяснил выгоды или не постарался снять сомнение <p>[Пусто] – если в разговоре не было ни одного возражения со стороны Клиента.</p> <p>В обосновании укажи:</p> <p>А) Какое возражение или сомнение озвучил Клиент (можно краткой цитатой)</p> <p>Б) Как отреагировал Продавец — приведи ключевые фразы</p> <p>В) Почему это можно (или нельзя) считать корректной отработкой</p> <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник страховой компании Лучи, предлагающий компании Клиента корпоративную программу добровольного медицинского страхования (ДМС) сотрудников. В транскрипции название компании может звучать по-разному. Учитывая следующие варианты, которые также подтверждают, что речь идёт о компании Лучи (она имеет несколько брендов): «Лучи», «Лисси», «Lischi», «страховая Лучи», «страховая Lucci», «BestDoctor», «Best Doctor», «БестДоктор», «Бест Доктор», «ВестДоктор», «Вест Доктор», «БестДоктор», «Бестдок», «БестД-р», «БесДоктор», «Росбанк Страхование», «Росбанк страх», «Росбанк Страхование Жизни», «РБС», «РБСЖ», также допустимы формулировки: «ранее BestDoctor», «бывший БестДоктор», «раньше назывались по-другому», «сменили бренд», «работали под Росбанком».</p>	
			да

Критические ошибки		<p>Проверь, были ли в разговоре ошибки, которые могли нанести вред репутации компании ЛУЧИ или сорвать потенциальное сотрудничество по ДМС.</p> <p>[1] – Продавец не допустил критических ошибок: – не высказывался негативно о компании ЛУЧИ, продукте, коллегах или процессах – не демонстрировал неуверенность или сомнение в ценности предложения – зафиксировал конкретный следующий шаг (ТЗ, отправка КП, обсуждение УТП, новая встреча, фоллоу-ап с датой)</p> <p>[0] – Продавец допустил одну или несколько критических ошибок. Укажи, что именно произошло:</p> <p>А) Продавец негативно высказывался о ЛУЧИ, процессе работы, продукте или услугах Примеры: «этот момент у нас пока не отлажен», «с этим бывают сложности», «у нас нет информации, это на стороне партнёров», «не знаю, как устроено», «это зависит не от нас».</p> <p>Б) Продавец выражал сомнение в ценности предложения или отговаривал от продолжения Примеры: «если не уверены — можно не продолжать», «может, вам это не нужно», «не будем тратить ваше время», «давайте пока просто подумаем».</p> <p>В) Продавец не зафиксировал конкретный следующий шаг (особенно если Клиент не отказался, а просто сомневался или откладывал) Примеры: – Продавец завершает разговор фразами вроде «подумайте», «я на связи», «пришлите, если что» – Не предлагает конкретных вариантов: отправить презентацию, связаться с ЛПР, обсудить УТП, договориться о повторном контакте – Упускает возможность «дожать» заинтересованного клиента</p> <p>[Пусто] – Разговор завершился слишком рано, и оценка невозможна</p> <p>В обосновании укажи: А) Какие ошибки были допущены Б) Как отреагировал Клиент В) Чем завершился разговор</p> <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник страховой компании Лучи, предлагающий компании Клиента корпоративную программу добровольного медицинского страхования (ДМС) сотрудников. В транскрипции название компании может звучать по-разному. Учитывая следующие варианты, которые также подтверждают, что речь идёт о компании Лучи (она имеет несколько брендов): «Лучи», «Lucci», «Luchi», «страховая Лучи», «страховая Lucci», «BestDoctor», «Best Doctor», «БестДоктор», «Бест Доктор», «БестДоктор», «Бест Доктор», «БестДоктор», «Бестдок», «БестД-р», «БестДоктор», «Росбанк Страхование», «Росбанк страх», «Росбанк Страхование Жизнь», «РБС», «РБСЖ», также допустимы формулировки: «ранее BestDoctor», «бывший БестДоктор», «раньше назывались по-другому», «сменили бренд», «работали под Росбанком».</p>		
31	31. Критические ошибки продавца	<p>[Число] — в качестве оценки укажи число от 0 до 10.</p> <p>Проанализируй весь звонок и оцени его по методологии «Консультативные продажи 2.0». Эта методология предполагает, что Продавец выступает как консультант, помогая Клиенту выбрать наилучшее решение под его задачи. Он не «продает», а помогает принять решение.</p> <p>Ключевые признаки методологии: – Построение доверия и открытого диалога – Выявление глубинных потребностей и приоритетов – Прояснение ограничений (бюджет, сроки, ожидания) – Презентация решения как персонального ответа – Подтверждение пользы и принятие решения</p> <p>В поле обоснования укажи: А) Название методологии Б) Оценку по шкале от 0 до 10 В) Почему поставлена именно эта оценка — с примерами фраз из звонка, ситуаций, реакции Клиента Г) Что нужно было сделать, чтобы получить 10 из 10 — приведи 2–3 конкретных примера фраз, вопросов или приёмов, которые нужно было использовать в этом разговоре</p> <p>Пример оценки критерия: Score: 7</p> <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник страховой компании Лучи, предлагающий компании Клиента корпоративную программу добровольного медицинского страхования (ДМС) сотрудников. В транскрипции название компании может звучать по-разному. Учитывая следующие варианты, которые также подтверждают, что речь идёт о компании Лучи (она имеет несколько брендов): «Лучи», «Lucci», «Luchi», «страховая Лучи», «страховая Lucci», «BestDoctor», «Best Doctor», «БестДоктор», «Бест Доктор», «БестДоктор», «Бест Доктор», «БестДоктор», «Бестдок», «БестД-р», «БестДоктор», «Росбанк Страхование», «Росбанк страх», «Росбанк Страхование Жизнь», «РБС», «РБСЖ», также допустимы формулировки: «ранее BestDoctor», «бывший БестДоктор», «раньше назывались по-другому», «сменили бренд», «работали под Росбанком».</p>		
32	32. Оценка по методологии			

Экспертный блок		<p>[Рекомендация] – данный критерий исключение, в качестве оценки напиши слово Рекомендация, а в обосновании оценки напиши следующее:</p> <p>Проанализируй разговор и выпиши, какие уникальные торговые предложения (УТП) могли бы повлиять на решение Клиента, но не были использованы или были раскрыты недостаточно. Также оцени, не возникла ли в разговоре потребность в таком УТП, которого нет в текущем позиционировании — если да, предложи, что стоило бы добавить в продукт или в подтекст, чтобы закрыть этот запрос.</p> <p>Структура обоснования:</p> <p>А) Какие боли, сомнения или интересы выразил Клиент — и какие УТП могли бы на это сработать Б) Какие УТП были упомянуты, но раскрыты поверхностно или без примеров, и как их можно было усилить В) Какие УТП стоило бы добавить в разговор — как их можно было подать и почему они могли бы сработать именно для этого Клиента Г) Если Клиент сформулировал запрос, на который нет готового УТП — предложи, какого УТП не хватает продукту и как его можно было бы сформулировать</p> <p>Список УТП ЛУЧИ (ориентируйся на них в критерии):</p> <ul style="list-style-type: none"> – Пилотный ДМС (запуск с ограниченным покрытием и минимальной нагрузкой, тестирование сервиса на выборке сотрудников) – Платформа Здоровья (инструменты управления здоровьем и вовлечением, персональные кабинеты, аналитика, коммуникация) – Забота на опережение (проактивная модель поддержки сотрудников, сопровождение, чекпы, раннее выявление рисков) – Семейный УТП (включение родственников, гибкие условия, формат «Забота о семье») – Онлайн-страховая модель — без офисов, с акцентом на удобство и скорость – Клиентоориентированный сервис с высоким уровнем NPS – Мобильное приложение для сотрудников и HR – Гибкость в кастомизации программ и ТЗ – Экономия бюджета за счёт точной тарификации, выверки ПМС, статистики – Отказ от «навязывания» услуг, подстраивание под процессы клиента – Интеграция с HRM / бухгалтерией / API / Платформа ЛУЧИ – Возможность перехода с сохранением текущих клиник и программ – Ориентированность на цифровые каналы, минимизация рутины – Опыт работы с ведущими компаниями: AviaSales, МегаФон, Ozon, AstraZeneca и др. – Поддержка 24/7, забота о сотрудниках клиента как ключевой приоритет – Варианты запуска без бюджета — с пилотом или по инициативе сотрудников <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник страховой компании Лучи, предлагающий компании Клиента корпоративную программу добровольного медицинского страхования (ДМС) сотрудников. В транскрипции название компании может звучать по-разному. Учитывая следующие варианты, которые также подтверждают, что речь идёт о компании Лучи (она имеет несколько брендов): «Лучи», «Lucci», «Luchi», «страховая Лучи», «страховая Lucci», «BestDoctor», «Best Doctor», «БестДоктор», «Бест Доктор», «БестДоктор», «Вест Доктор», «БестДоктор», «Бестдок», «БестДр», «БестДоктор», «Росбанк Страхование», «Росбанк страх», «Росбанк Страхование Жизни», «РБС», «РБСЖ», также допустимы формулировки: «ранее BestDoctor», «бывший БестДоктор», «раньше назывались по-другому», «сменили бренд», «работали под Росбанком».</p>		
	33. Неиспользованные УТП	<p>Проверь, был ли разговор полноценным, логично начался и завершился, без технических сбоев или прерываний. Оцени как начало, так и конец разговора.</p> <p>[1] – если звонок был прерван до логического завершения.</p> <p> сюда относятся случаи, когда:</p> <ul style="list-style-type: none"> – разговор закончился резко, не было логичного прощания вроде “до свидания, всего хорошего” и финальных фраз – видно, что диалог ещё шёл, но внезапно прервался – Клиент сказал, что сейчас не может говорить или попросил перезвонить позже – слышны сбои связи, обрывы, долгие паузы, и разговор завершился неестественно <p>[0] – если разговор был полноценным и завершился логично.</p> <p> сюда относятся ситуации, когда:</p> <ul style="list-style-type: none"> – участии попросились – разговор завершён финальной фразой – в разговоре не было технических сбоев и он шёл до конца <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник страховой компании Лучи, предлагающий компании Клиента корпоративную программу добровольного медицинского страхования (ДМС) сотрудников. В транскрипции название компании может звучать по-разному. Учитывая следующие варианты, которые также подтверждают, что речь идёт о компании Лучи (она имеет несколько брендов): «Лучи», «Lucci», «Luchi», «страховая Лучи», «страховая Lucci», «BestDoctor», «Best Doctor», «БестДоктор», «Бест Доктор», «БестДоктор», «Вест Доктор», «БестДоктор», «Бестдок», «БестДр», «БестДоктор», «Росбанк Страхование», «Росбанк страх», «Росбанк Страхование Жизни», «РБС», «РБСЖ», также допустимы формулировки: «ранее BestDoctor», «бывший БестДоктор», «раньше назывались по-другому», «сменили бренд», «работали под Росбанком».</p>		
Фильтры	34. Сбой или прерывание разговора	<p>Проверь, начинается ли звонок с нового контакта или продолжается предыдущий диалог. Оцени только первые 1–3 минуты разговора.</p> <p>[1] – если звонок начинается не с самого начала общения, а с середины. Это может быть повторный звонок после первой попытки (например, Клиент просит перезвонить позже), и разговор сразу переходит к сути. Признаки:</p> <ul style="list-style-type: none"> – отсутствует приветствие, знакомство или покоение, кто звонит и зачем – Продавец сразу начинает с уточнений, деталей, обсуждает предложения – Продавец ссылается на предыдущий контакт: «как мы говорили раньше», «давайте продолжим», «вы в прошлый раз упоминали...» – Клиент говорит: «да, мы уже обсуждали», «вы мне звонили», «я помню» – Продавец не уточняет имя, цели, мотивацию — действует как будто уже всё знает <p>[0] – если звонок начинается с нового контакта. Признаки:</p> <ul style="list-style-type: none"> – есть приветствие, представление, уточнение, откуда звонок и по какому поводу – Продавец спрашивает, удобно ли общаться – задает первые базовые вопросы (например: о страховой, задачка, мотивации) – Клиент явно впервые говорит с этим Продавцом, нет ссылок на предыдущий диалог <p>[Густо] – если первые минуты звонка отсутствуют или невозможно определить тип контакта</p> <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник страховой компании Лучи, предлагающий компании Клиента корпоративную программу добровольного медицинского страхования (ДМС) сотрудников. В транскрипции название компании может звучать по-разному. Учитывая следующие варианты, которые также подтверждают, что речь идёт о компании Лучи (она имеет несколько брендов): «Лучи», «Lucci», «Luchi», «страховая Лучи», «страховая Lucci», «BestDoctor», «Best Doctor», «БестДоктор», «Бест Доктор», «БестДоктор», «Вест Доктор», «БестДоктор», «Бестдок», «БестДр», «БестДоктор», «Росбанк Страхование», «Росбанк страх», «Росбанк Страхование Жизни», «РБС», «РБСЖ», также допустимы формулировки: «ранее BestDoctor», «бывший БестДоктор», «раньше назывались по-другому», «сменили бренд», «работали под Росбанком».</p>		
	35. Звонок после прерывания			

		<p>Проверь, состоялся ли в значке полноценный разговор с живым человеком, и была ли получена хоть какая-то полезная информация о компании Клиента или теме ДМС.</p> <p>[1] – если содержательного разговора не было. Сюда относятся случаи, когда: – звонок завершился на автоответчике, и соединения с человеком не произошло – Продавец говорил только с секретарём или оператором, который не знал, кто занимается ДМС – удалось выяснить только контактное лицо, но не более – звонок был очень коротким и не содержал полезной информации – попытка соединения с нужным человеком была неудачной, и разговор завершился без результата</p> <p>[0] – если Продавец пообщался с живым представителем компании Клиента (не важно, ЛПР или нет) и: – получил хотя бы базовую информацию о ситуации, интересе к ДМС, текущем статусе, планах или подходящем контакте – Продавец получил данные, с которыми можно работать дальше</p> <p>[Пусто] – если невозможно определить, с кем шёл разговор (например, из-за плохой записки)</p> <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник страховой компании Лучи, предлагающий компании Клиента корпоративную программу добровольного медицинского страхования (ДМС) сотрудников. В транскрипции название компании может звучать по-разному. Учитывая следующие варианты, которые также подтверждают, что речь идёт о компании Лучи (она имеет несколько брендов): «Лучи», «Lucci», «Luchi», «страховая Лучи», «страховая Lucci», «BestDoctor», «Best Doctor», «Бест Доктор», «ВестДоктор», «Вест Доктор», «БестДоктор», «Бестдок», «БестД-р», «БестДоктор», «Росбанк Страхование», «Росбанк страх», «Росбанк Страхование Жизни», «РБС», «РБСЖ», также допустимы формулировки: «ранее BestDoctor», «бывший БестДоктор», «раньше назывались по-другому», «сменили бренд», «работали под Росбанком».</p>		
36	36. Содержательный звонок	<p>Определи психотип Клиента на основе его реплик, вопросов и поведения в разговоре и зафиксируй релевантные сигналы по MEDDIC.</p> <p>[1] – если удалось определить психотип Клиента. Зафиксируй один из вариантов и MEDDIC-сигналы: А) Аналитик — ориентирован на цифры, факты, процессы; задаёт структурные вопросы, просит сравнения и доказательства. MEDDIC-сигналы: Metrics — запрашивает KPI, baseline, влияние на NPS и SLA, биджет; Decision Criteria — формализует критерии выбора и их вес; Decision Process — уточняет этапы проверки, пилота и согласований. Б) Эмпат — важны отношения, доверие, забота о сотрудниках; часто говорит про людей, эмоции, культуру и опыт команды. MEDDIC-сигналы: Identify Pain — поднимает темы неудобства и стресса сотрудников, качества поддержки; Champion — склонен стать внутренним адвокатом при высоком доверии; Decision Criteria — включает пользовательский опыт и коммуникации. В) Прагматик — смотрит на выгоду и эффект; быстро считает деньги; фокус на цене, окупаемости и сроках запуска. MEDDIC-сигналы: Metrics — интерес к ROI, TCO, срокам окупаемости; Decision Criteria — цена, ценность, сроки, Economic Buyer — указывает на того, кто утверждает биджет. Г) Формалист — опирается на регламенты, тендерные процедуры, юридические детали; часто ссылается на правила и соответствие. MEDDIC-сигналы: Decision Process — детально проговаривает этапы закупки и контрольные точки; Decision Criteria — соответствие ТЗ и риск-требованиям; Economic Buyer — указывает на комитеты и обязательные согласования.</p> <p>[0] – если психотип Клиента определить не удалось (реплик недостаточно или признаки невыражены).</p> <p>[Пусто] – если в разговоре отсутствуют реплики Клиента.</p> <p>В обосновании укажи: А) Цитаты Клиента, указывающие на его психотип, и соответствующие MEDDIC-сигналы Б) Как Клиент реагировал на вопросы Продавца (тон, аргументы) В) Дополнительные признаки: эмоции, повторяющиеся темы, ключевые формулировки Г) Вывод по MEDDIC: какие пункты уже подтверждены (Metrics, Economic Buyer, Decision Criteria, Decision Process, Identify Pain, Champion), а какие требуют уточнения</p> <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник страховой компании Лучи, предлагающий компании Клиента корпоративную программу добровольного медицинского страхования (ДМС) сотрудников. В транскрипции название компании может звучать по-разному. Учитывая следующие варианты, которые также подтверждают, что речь идёт о компании Лучи (она имеет несколько брендов): «Лучи», «Lucci», «Luchi», «страховая Лучи», «страховая Lucci», «BestDoctor», «Best Doctor», «Бест Доктор», «ВестДоктор», «Вест Доктор», «БестДоктор», «Бестдок», «БестД-р», «БестДоктор», «Росбанк Страхование», «Росбанк страх», «Росбанк Страхование Жизни», «РБС», «РБСЖ», также допустимы формулировки: «ранее BestDoctor», «бывший БестДоктор», «раньше назывались по-другому», «сменили бренд», «работали под Росбанком».</p>		
37	37. Определение психотипа Клиента	<p>Определи психотип Продавца на основе его манеры речи, структуры вопросов, работы с возражениями и подачи информации. Укажи, какие MEDDIC-сигналы проявляются в его стиле и для каких психотипов Клиентов этот стиль будет наиболее эффективен.</p> <p>[1] – если удалось определить психотип Продавца. Зафиксируй один из вариантов и MEDDIC-сигналы: А) Структурный аналитик — чётко выстраивает ход разговора, опирается на факты и процесс, задаёт последовательные вопросы. MEDDIC-сигналы: Metrics — активно собирает измеримые показатели; Decision Criteria — уточняет формальные критерии выбора; Decision Process — задаёт вопросы про этапы согласования. Лучше всего работает с психотипами Клиента: Аналитик, Формалист. Б) Эмпатичный поддерживающий — активно слушает, признаёт эмоции Клиента, подстраивает тон, делает акцент на заботе и сотрудничестве. MEDDIC-сигналы: Identify Pain — выявляет скрытые боли через эмоциональные маркеры; Champion — формирует доверие и создаёт союзников. Лучше всего работает с психотипами Клиента: Эмпат, частично Прагматик. В) Драйвовый энергичный — высокий, мотивационные формулировки, стремится увлечь и ускорить принятие решения. MEDDIC-сигналы: Champion — вдохновляет Клиента на внутреннюю поддержку; Economic Buyer — стремится напрямую выйти на ЛПР ради ускорения сделки. Лучше всего работает с психотипами Клиента: Прагматик, Эмпат (при позитивной энергии). Г) Экспертный рационализатор — делает упор на экспертность, даёт логичные объяснения, сравнивает варианты, переводит диалог в рациональные критерии. MEDDIC-сигналы: Decision Criteria — подробно раскрывает параметры выбора; Metrics — связывает решение с KPI и ROI; Identify Pain — показывает, как продукт закрывает выявленные боли. Лучше всего работает с психотипами Клиента: Аналитик, Прагматик.</p> <p>[0] – если психотип Продавца определить не удалось (реплик недостаточно или признаки невыражены).</p> <p>[Пусто] – если в разговоре отсутствуют реплики Продавца.</p> <p>В обосновании укажи: А) Цитаты и поведенческие маркеры Продавца, указывающие на его психотип Б) Какие MEDDIC-сигналы проявились в его речи (Metrics, Economic Buyer, Decision Criteria, Decision Process, Identify Pain, Champion) В) Для каких психотипов Клиентов этот стиль подходит лучше всего и почему (связь со стилем и поведением Клиента) Г) Как реагировал на возражения и эмоции Клиента (подстройка тона, уточнения, аргументация)</p> <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник страховой компании Лучи, предлагающий компании Клиента корпоративную программу добровольного медицинского страхования (ДМС) сотрудников. В транскрипции название компании может звучать по-разному. Учитывая следующие варианты, которые также подтверждают, что речь идёт о компании Лучи (она имеет несколько брендов): «Лучи», «Lucci», «Luchi», «страховая Лучи», «страховая Lucci», «BestDoctor», «Best Doctor», «Бест Доктор», «ВестДоктор», «Вест Доктор», «БестДоктор», «Бестдок», «БестД-р», «БестДоктор», «Росбанк Страхование», «Росбанк страх», «Росбанк Страхование Жизни», «РБС», «РБСЖ», также допустимы формулировки: «ранее BestDoctor», «бывший БестДоктор», «раньше назывались по-другому», «сменили бренд», «работали под Росбанком».</p>		
38	38. Определение психотипа Продавца	<p>Определи психотип Продавца на основе его манеры речи, структуры вопросов, работы с возражениями и подачи информации. Укажи, какие MEDDIC-сигналы проявляются в его стиле и для каких психотипов Клиентов этот стиль будет наиболее эффективен.</p> <p>[1] – если удалось определить психотип Продавца. Зафиксируй один из вариантов и MEDDIC-сигналы: А) Структурный аналитик — чётко выстраивает ход разговора, опирается на факты и процесс, задаёт последовательные вопросы. MEDDIC-сигналы: Metrics — активно собирает измеримые показатели; Decision Criteria — уточняет формальные критерии выбора; Decision Process — задаёт вопросы про этапы согласования. Лучше всего работает с психотипами Клиента: Аналитик, Формалист. Б) Эмпатичный поддерживающий — активно слушает, признаёт эмоции Клиента, подстраивает тон, делает акцент на заботе и сотрудничестве. MEDDIC-сигналы: Identify Pain — выявляет скрытые боли через эмоциональные маркеры; Champion — формирует доверие и создаёт союзников. Лучше всего работает с психотипами Клиента: Эмпат, частично Прагматик. В) Драйвовый энергичный — высокий, мотивационные формулировки, стремится увлечь и ускорить принятие решения. MEDDIC-сигналы: Champion — вдохновляет Клиента на внутреннюю поддержку; Economic Buyer — стремится напрямую выйти на ЛПР ради ускорения сделки. Лучше всего работает с психотипами Клиента: Прагматик, Эмпат (при позитивной энергии). Г) Экспертный рационализатор — делает упор на экспертность, даёт логичные объяснения, сравнивает варианты, переводит диалог в рациональные критерии. MEDDIC-сигналы: Decision Criteria — подробно раскрывает параметры выбора; Metrics — связывает решение с KPI и ROI; Identify Pain — показывает, как продукт закрывает выявленные боли. Лучше всего работает с психотипами Клиента: Аналитик, Прагматик.</p> <p>[0] – если психотип Продавца определить не удалось (реплик недостаточно или признаки невыражены).</p> <p>[Пусто] – если в разговоре отсутствуют реплики Продавца.</p> <p>В обосновании укажи: А) Цитаты и поведенческие маркеры Продавца, указывающие на его психотип Б) Какие MEDDIC-сигналы проявились в его речи (Metrics, Economic Buyer, Decision Criteria, Decision Process, Identify Pain, Champion) В) Для каких психотипов Клиентов этот стиль подходит лучше всего и почему (связь со стилем и поведением Клиента) Г) Как реагировал на возражения и эмоции Клиента (подстройка тона, уточнения, аргументация)</p> <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник страховой компании Лучи, предлагающий компании Клиента корпоративную программу добровольного медицинского страхования (ДМС) сотрудников. В транскрипции название компании может звучать по-разному. Учитывая следующие варианты, которые также подтверждают, что речь идёт о компании Лучи (она имеет несколько брендов): «Лучи», «Lucci», «Luchi», «страховая Лучи», «страховая Lucci», «BestDoctor», «Best Doctor», «Бест Доктор», «ВестДоктор», «Вест Доктор», «БестДоктор», «Бестдок», «БестД-р», «БестДоктор», «Росбанк Страхование», «Росбанк страх», «Росбанк Страхование Жизни», «РБС», «РБСЖ», также допустимы формулировки: «ранее BestDoctor», «бывший БестДоктор», «раньше назывались по-другому», «сменили бренд», «работали под Росбанком».</p>		

	40. Выявление бизнес-метрик и болей Клиента	<p>Проверь, какие бизнес-метрики, целевые ориентиры и реальные боли Клиента были выявлены и корректно зафиксированы в разговоре. Метрики и боли взаимосвязаны: боль показывает проблему, а метрика — её количественное проявление и целевой ориентир решения.</p> <p>[1] – если Продавец выяснил и зафиксировал хотя бы одну значимую метрику или боль Клиента. Признаки корректной фиксации: – метрика названа конкретно и измеримо (есть число, показатель, ориентир); – боль описана четко, с пониманием её эффекта на бизнес, сотрудников или процесс; – есть детали проявления (где, у кого, как часто, с какими последствиями); – понятен горизонт (период оценки, срок достижения цели) и способ измерения; – звучат приоритеты или цели Клиента в контексте этих метрик и болей; – Продавец подтвердил понимание боли или метрики и связал её с предложением.</p> <p>Примеры бизнес-метрик и целей: – сохранение привычного списка ЛПУ и отсутствие ограничений доступа; – попадание/удержание стоимости ДМС в запланированном бюджете; – контроль убыточности договора и лимитов расходов; – скорость запуска и подключения регионов; – SLA, NPS, процент использования полиса; – нагрузка HR и скорость обработки запросов; – доля жалоб, удовлетворенность и вовлеченность сотрудников; – стабильность IT-инструментов, удобство приложений, скорость реакции; – регулярность и прозрачность согласований.</p> <p>Примеры болей: – неудобное приложение или сложный путь записи; – нестабильная телемедицина, медленная реакция и текучка менеджеров; – бюрократия и длительные согласования; – отсутствие гибкости в настройках программы и подключении регионов; – слабая HR-аналитика и непрозрачность тарифов; – ограниченная сеть клиник, сложная маршрутизация; – неудобный документооборот и слабая обратная связь.</p> <p>[0] – если ни метрики, ни боли не уточнялись или были обозначены расплывчато, без измеримости, причин и последствий.</p> <p>[Пусто] – если в разговоре отсутствовали реплики Клиента по теме проблем, целей или показателей.</p> <p>В обосновании укажи: А) Все выявленные метрики и боли Клиента с цитатами. Б) Как боль проявляется (причина – следствие – эффект на бизнес/сотрудников). В) Текущие или целевые значения метрики, источник данных (HR, финансы, закупки). Г) Что Клиент считает приоритетом (что болит сильнее, что измеряет чаще). Д) Как Продавец связал эти боли и метрики с предложением, и насколько глубоко понял контекст. Е) Упоминался ли прошлый опыт с другими провайдерами (чем они не устроили, какие боли сформировали).</p> <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник страховой компании Лучи, предлагающий компании Клиента корпоративную программу добровольного медицинского страхования (ДМС) сотрудников. В транскрипции название компании может звучать по-разному. Учитывая следующие варианты, которые также подтверждают, что речь идёт о компании Лучи (она имеет несколько брендов): «Лучи», «Лисси», «Лисси», «страховая Лучи», «страховая Lucci», «BestDoctor», «Best Doctor», «Бест Доктор», «Вест Доктор», «Вест Доктор», «Бест Доктор», «Бестдок», «БестД-р», «БестДоктор», «Росбанк Страхование», «Росбанк страх», «Росбанк Страхование Жизни», «РБС», «РБСЖ», также допустимы формулировки: «ранее BestDoctor», «бывший БестДоктор», «раньше назывались по-другому», «сменили бренд», «работали под Росбанком».</p>		
	41. Работа с эмоциями Клиента	<p>Проверь, как Продавец замечал, интерпретировал и обрабатывал эмоциональные реакции Клиента, включая скрытые возражения, и адаптировал под них подачу. Эмоции часто сигнализируют о скрытых возражениях — страхах, сомнениях, усталости, недоверии или неясности критериев принятия решения.</p> <p>[1] – если Продавец корректно отработал эмоциональные сигналы Клиента и адаптировал общение. Признаки корректной отработки: – Продавец заметил изменение интонации, паузы, раздражение, сомнение или скепсис Клиента; – Продавец распознал, что за эмоцией стоит (сомнение в предложении, страх ошибки, усталость, недоверие, разочарование прошлым опытом, давление сроков, влияние коллег); – Продавец признал важность эмоции и дал Клиенту возможность её выразить; – Продавец задаёт уточняющие вопросы по причине эмоции, связывая их с бизнес-критериями (например, «Понимаю, что у вас был негативный опыт — можете рассказать, что именно не работало?»); – Продавец меняет тон, делает паузу, выбирает более мягкие или поддерживающие формулировки; – Продавец не уходит от темы, а возвращается к ней после прояснения, связывая ответ с болями или ценностями Клиента; – Продавец перевёл эмоцию в осознанное обсуждение (например, из раздражения — в конструктивные критерии выбора).</p> <p>Примеры типичных эмоций и скрытых сигналов: – Раздражение или недоверие – скрытое возражение «опять будут проблемы как с прошлым провайдером»; – Паузы и уклончивые ответы – страх, что проект не примет руководство; – Шутки или самирония – усталость или желание скрыть неудобство; – Повышенная активность – внутренний энтузиазм, можно развить в Champion.</p> <p>[0] – если эмоциональные сигналы Клиента были проигнорированы или отработаны формально. Признаки ошибки: – Продавец не замечает изменения в тоне или поведении Клиента; – отвечает шаблонно («понял, хорошо», «да, бывает»), не углубляясь в причину; – спорит, оправдывается или рационализирует без признания эмоции; – не возвращается к теме, где возникло напряжение; – эмоция Клиента усиливается, разговор теряет конструктив.</p> <p>[Пусто] – если в разговоре отсутствовали эмоциональные реакции Клиента или их невозможно определить по транскрипции.</p> <p>В обосновании укажи: А) Какая эмоция Клиента проявилась и в какой момент (краткая цитата или описание ситуации). Б) Как Продавец её интерпретировал (явно или по реакции). В) Как Продавец отреагировал — что изменил в речи, тоне, е, логике подачи. Г) Было ли скрытое возражение за этой эмоцией и как Продавец помог Клиенту его прояснить. Д) Как изменилась динамика разговора после отработки (снизилось напряжение, появилось доверие, согласован следующий шаг). Е) Какие MEDDIC-сигналы проявились в ходе отработки (Identify Pain, Champion, Decision Criteria).</p> <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник страховой компании Лучи, предлагающий компании Клиента корпоративную программу добровольного медицинского страхования (ДМС) сотрудников. В транскрипции название компании может звучать по-разному. Учитывая все варианты, подтверждающие, что речь идёт о компании Лучи (бренды: Лучи, Lucci, Luchi, страховая Лучи, страховая Lucci, BestDoctor, Best Doctor, БестДоктор, Бест Доктор, ВестДоктор, Вест Доктор, БестДоктор, Бестдок, БестД-р, БестДоктор, Росбанк Страхование, Росбанк страх, Росбанк Страхование Жизни, РБС, РБСЖ, а также формулировки: ранее BestDoctor, бывший БестДоктор, раньше назывались по-другому, сменили бренд, работали под Росбанком).</p>		

		<p>Проверь, повлиял ли стиль и поведение Продавца с учётом психотипа Клиента на прогресс сделки и снижение неопределённости.</p> <p>[1] – если зафиксирован положительный эффект.</p> <p>Признаки:</p> <ul style="list-style-type: none">- согласован конкретный следующий шаг со сроком- Клиент подтвердил готовность или интерес- снизилось напряжение в разговоре- уточнены требования и ожидания- определены ответственные и порядок дальнейших действий. <p>[0] – если положительного эффекта нет.</p> <p>Признаки:</p> <ul style="list-style-type: none">- следующий шаг не согласован- договорённости расплывчаты или отсутствуют- неопределённость сохранилась или выросла- Клиент ушёл в оборону или отложил решение без конкретики. <p>[Пусто] – если по транскрипции невозможно оценить результат разговора или цели созвона не предполагали фиксации следующего шага.</p> <p>В обосновании укажи:</p> <p>А) Что конкретно изменилось по результату разговора (следующая договорённость, ясность требований, снижение напряжения)</p> <p>Б) Какие действия и фразы Продавца этому способствовали или помешали</p> <p>В) Как это связано с психотипом Клиента и адаптацией Продавца</p> <p>Г) Текущий статус и ближайший шаг (если есть срок и ответственный)</p> <p>Д) Зафиксированы ли следующие шаги с учётом конкурирующих предложений. Например, упоминал ли Клиент тендер, сравнение с другими провайдерами или необходимость обсудить предложения конкурентов, и как Продавец это учёл.</p> <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник страховой компании Лучи, предлагающий компании Клиента корпоративную программу добровольного медицинского страхования ДМС сотрудников. В транскрипции название компании может звучать по-разному. Учитывая следующие варианты, которые также подтверждают, что речь идет о компании Лучи она имеет несколько брендов: Лучи, Lucci, Luchi, страховая Лучи, страховая Lucci, BestDoctor, Best Doctor, БестДоктор, Бест Доктор, ВестДоктор, Вест Доктор, БестДоктор, Бестдок, БестД-р, БесДоктор, Росбанк Страхование, Росбанк страх, Росбанк Страхование Жизни, РБС, РБСЖ, а также допустимы формулировки: ранее BestDoctor, бывший БестДоктор, раньше назывались по-другому, сменили бренд, работали под Росбанком.</p>	
42	Финальный баланс для сделки		

Stage	Nº	Criterion name	Prompt	Included in the calculation of the final 100% of call quality
Establishing Contact	1	1. Greeting and intro	<p>Check if the Salesperson greeted the Client, introduced themselves by name, and mentioned the company JoomPro at the beginning of the conversation. The Salesperson should also confirm if it is a good time for the Client to speak.</p> <p>[1] — The Salesperson greeted, introduced themselves, mentioned JoomPro, and confirmed the Client's availability, or the Client themselves confirmed that the conversation could continue. [0] — The Salesperson failed to greet, did not introduce themselves, did not mention the company, or did not confirm the Client's availability, and the Client did not indicate readiness either. [Empty] — The conversation was interrupted before the greeting or introduction took place.</p> <p>In the evaluation reasoning, write in detail: How the Salesperson greeted the Client and introduced themselves, including the wording used. How the Salesperson mentioned the company, including any variants of the name. Whether the Salesperson confirmed that it was an appropriate time to speak, and how the Client responded. If the Client themselves signalled readiness to continue, record this as well.</p> <p>Important: Verify the roles before evaluation. The Salesperson is a consultant from JoomPro who helps clients optimise import operations — from sourcing and negotiating with suppliers to coordinating logistics, customs, financing, custom services and best practices. JoomPro provides end-to-end import management, quality control and analytics. In transcripts, the company name may appear under various spellings or transcription errors; treat all of the following as referring to the same company: "JoomPro," "Joom Pro," "JumPro," "Jum Pro," "Jumpro," "JomPro," "JoonPro," "Jompru," "Joombro," "Joomboro," "Joumpo," "JunPro," "GoomPro," "JoomProo," "Jumproh," "Joumo Pro," "Plataforma Joom," "Plataforma de importação da Joom," "Serviço JoomPro," "serviço de importação," "ZoomPro," and similar variations.</p>	yes
	2	2. Small Talk	<p>Check if the Salesperson initiated or participated in brief small talk with the Client (e.g., neutral conversation about weather, day, or general well-being) before moving into the business discussion.</p> <p>[1] — The Salesperson engaged in small talk and the Client responded, helping to build rapport and ease into the conversation. [0] — There was no small talk; the Salesperson jumped directly into business topics or questions. [Empty] — The conversation ended before any small talk could occur.</p> <p>In the evaluation reasoning, write in detail: What the small talk was about (e.g., comments on the day, seasonal greetings, casual questions about how the Client is doing). How the Client responded (engaged, neutral, negative). Whether the small talk appeared to improve rapport or comfort level.</p> <p>Important: Verify the roles before evaluation. The Salesperson is a consultant from JoomPro who helps clients optimise import operations — from sourcing and negotiating with suppliers to coordinating logistics, customs, financing, custom services and best practices. JoomPro provides end-to-end import management, quality control and analytics. In transcripts, the company name may appear under various spellings or transcription errors; treat all of the following as referring to the same company: "JoomPro," "Joom Pro," "JumPro," "Jum Pro," "Jumpro," "JomPro," "JoonPro," "Jompru," "Joombro," "Joomboro," "Joumpo," "JunPro," "GoomPro," "JoomProo," "Jumproh," "Joumo Pro," "Plataforma Joom," "Plataforma de importação da Joom," "Serviço JoomPro," "serviço de importação," "ZoomPro," and similar variations.</p>	

	3	<p>3. Client's import process</p>	<p>Check if the Salesperson asked whether the Client currently imports directly from abroad (e.g., China) or purchases via local distributors or third parties.</p> <p>[1] — Either the Salesperson inquired about the import model (direct vs. distributors) and received a clear answer, or the Client themselves volunteered information about how they import (e.g., mentioning use of RADAR, brokers or mixed models).</p> <p>[0] — The Salesperson did not ask, and the Client did not mention how they import.</p> <p>[Empty] — The conversation was interrupted before this topic was addressed.</p> <p>In the evaluation reasoning, write in detail:</p> <ul style="list-style-type: none"> – How the Salesperson phrased the question (“Vocês importam diretamente da China ou compram de distribuidores locais”). – If the Client provided the information without prompting, describe the context and content. – The Client’s response and any mention of RADAR, third-party brokers or mixed models. <p>Important: Verify the roles before evaluation. The Salesperson is a consultant from JoomPro who helps clients optimise import operations — from sourcing and negotiating with suppliers to coordinating logistics, customs, financing, custom services and best practices. JoomPro provides end-to-end import management, quality control and analytics. In transcripts, the company name may appear under various spellings or transcription errors; treat all of the following as referring to the same company: “JoomPro,” “Joom Pro,” “JumPro,” “Jum Pro,” “Jumpro,” “JomPro,” “JoonPro,” “Jompru,” “Joombro,” “Joompore,” “Joumpo,” “JunPro,” “Goombro,” “JoomProo,” “Jumproh,” “Joumo Pro,” “Plataforma Joom,” “Plataforma de importação da Joom,” “Serviço JoomPro,” “serviço de importação,” “ZoomPro,” and similar variations.</p>	yes
	4	<p>4. Important sales channels</p>	<p>Check if the Salesperson clarified which sales channels are most important to the Client’s business (e-commerce site, marketplaces, retail).</p> <p>[1] — The Salesperson asked which channels (own e-commerce, Mercado Livre, Shopee, Amazon, physical stores) drive most of the Client’s revenue; the Client responded.</p> <p>[0] — The question about channels was not asked, and the Client did not mention them.</p> <p>[Empty] — The conversation was interrupted before this topic was addressed.</p> <p>In the evaluation reasoning, write in detail:</p> <p>The wording used to ask about channels (“Qual canal de vendas é mais importante para vocês hoje”).</p> <p>Which channel the Client identified as primary.</p> <p>Important: Verify the roles before evaluation. The Salesperson is a consultant from JoomPro who helps clients optimise import operations — from sourcing and negotiating with suppliers to coordinating logistics, customs, financing, custom services and best practices. JoomPro provides end-to-end import management, quality control and analytics. In transcripts, the company name may appear under various spellings or transcription errors; treat all of the following as referring to the same company: “JoomPro,” “Joom Pro,” “JumPro,” “Jum Pro,” “Jumpro,” “JomPro,” “JoonPro,” “Jompru,” “Joombro,” “Joompore,” “Joumpo,” “JunPro,” “Goombro,” “JoomProo,” “Jumproh,” “Joumo Pro,” “Plataforma Joom,” “Plataforma de importação da Joom,” “Serviço JoomPro,” “serviço de importação,” “ZoomPro,” and similar variations.</p>	yes

Situation	5	5. Product catalog and business model	<p>Check if the Salesperson asked whether the Client primarily sells private-label products or resells third-party brands, and whether their catalog changes frequently.</p> <p>[1] — The Salesperson explored the nature of the product catalog and noted whether it is private label, mixed, or largely third-party, and whether it changes often. [0] — Product type and catalog dynamics were not discussed. [Empty] — The conversation was interrupted before this topic was addressed.</p> <p>In the evaluation reasoning, write in detail: How the Salesperson asked about product types (“Vocês trabalham mais com marca própria ou revendem de outras marcas”). The Client’s description of their assortment changes (e.g., seasonal collections).</p> <p>Important: Verify the roles before evaluation. The Salesperson is a consultant from JoomPro who helps clients optimise import operations — from sourcing and negotiating with suppliers to coordinating logistics, customs, financing, custom services and best practices. JoomPro provides end-to-end import management, quality control and analytics. In transcripts, the company name may appear under various spellings or transcription errors; treat all of the following as referring to the same company: “JoomPro,” “Joom Pro,” “JumPro,” “Jum Pro,” “Jumpro,” “JomPro,” “JoonPro,” “Jompru,” “Joombro,” “Joomporo,” “Joumpo,” “JunPro,” “GoomPro,” “JoomProo,” “Jumproh,” “Joumo Pro,” “Plataforma Joom,” “Plataforma de importação da Joom,” “Serviço JoomPro,” “serviço de importação,” “ZoomPro,” and similar variations.</p>	yes
	6	6. Supply chain team structure	<p>Check if the Salesperson asked about the internal team dedicated to import processes and supply chain management.</p> <p>[1] — The Salesperson asked who manages international supply chain, if there is a dedicated team member or department, and how many people are involved. [0] — Team structure and resource allocation for import were not discussed. [Empty] — The conversation was interrupted before this topic was addressed.</p> <p>In the evaluation reasoning, write in detail: How the Salesperson inquired about the internal team (“Vocês têm alguém dedicado ao supply chain internacional”). The Client’s response (e.g., dedicated employee, small team, no dedicated person).</p> <p>Important: Verify the roles before evaluation. The Salesperson is a consultant from JoomPro who helps clients optimise import operations — from sourcing and negotiating with suppliers to coordinating logistics, customs, financing, custom services and best practices. JoomPro provides end-to-end import management, quality control and analytics. In transcripts, the company name may appear under various spellings or transcription errors; treat all of the following as referring to the same company: “JoomPro,” “Joom Pro,” “JumPro,” “Jum Pro,” “Jumpro,” “JomPro,” “JoonPro,” “Jompru,” “Joombro,” “Joomporo,” “Joumpo,” “JunPro,” “GoomPro,” “JoomProo,” “Jumproh,” “Joumo Pro,” “Plataforma Joom,” “Plataforma de importação da Joom,” “Serviço JoomPro,” “serviço de importação,” “ZoomPro,” and similar variations.</p>	yes

	7	7. Centralised or distributed import	<p>Check if the Salesperson asked whether the Client's import process is centralised through one partner or distributed among multiple vendors (freight forwarders, inspection agents, customs brokers).</p> <p>[1] — The Salesperson asked about the supplier and partner model and noted whether it is centralised or fragmented. [0] — The partner structure was not discussed. [Empty] — The conversation was interrupted before this topic was addressed.</p> <p>In the evaluation reasoning, write in detail: How the Salesperson posed the question ("Vocês trabalham com um único parceiro de importação ou com vários fornecedores"). Details from the Client about how they manage freight forwarders, inspection agencies, brokers.</p> <p>Important: Verify the roles before evaluation. The Salesperson is a consultant from JoomPro who helps clients optimise import operations — from sourcing and negotiating with suppliers to coordinating logistics, customs, financing, custom services and best practices. JoomPro provides end-to-end import management, quality control and analytics. In transcripts, the company name may appear under various spellings or transcription errors; treat all of the following as referring to the same company: "JoomPro," "Joom Pro," "JumPro," "Jum Pro," "Jumpro," "JomPro," "JoonPro," "Jompru," "Joombro," "Jooporo," "Joumpo," "JunPro," "GoomPro," "JoomProo," "Jumproh," "Joumo Pro," "Plataforma Joom," "Plataforma de importação da Joom," "Serviço JoomPro," "serviço de importação," "ZoomPro," and similar variations.</p>	yes
	8	8. Client's challenges	<p>Check if the Salesperson asked a broad question about the Client's current situation and challenges, then identified and summarised the key pain points mentioned.</p> <p>[1] — The Salesperson asked a general question about challenges (For example: "What's your biggest challenge in importing right now") and acknowledged and summarised the Client's pains. [0] — The Salesperson did not ask an open question about challenges, or ignored the Client's response. [Empty] — The conversation ended before this question could be asked.</p> <p>In the evaluation reasoning, write in detail: How the Salesperson asked about overall challenges and what response they received. Whether they summarised the Client's pains in their own words. If the question was skipped or ignored.</p> <p>Important: Verify the roles before evaluation. The Salesperson is a consultant from JoomPro who helps clients optimise import operations — from sourcing and negotiating with suppliers to coordinating logistics, customs, financing, custom services and best practices. JoomPro provides end-to-end import management, quality control and analytics. In transcripts, the company name may appear under various spellings or transcription errors; treat all of the following as referring to the same company: "JoomPro," "Joom Pro," "JumPro," "Jum Pro," "Jumpro," "JomPro," "JoonPro," "Jompru," "Joombro," "Jooporo," "Joumpo," "JunPro," "GoomPro," "JoomProo," "Jumproh," "Joumo Pro," "Plataforma Joom," "Plataforma de importação da Joom," "Serviço JoomPro," "serviço de importação," "ZoomPro," and similar variations.</p>	yes

Pain	9	9. Clarifying challenges details	<p>Check if the Client mentioned difficulties in sourcing products and, if so, whether the Salesperson asked follow-up questions to clarify these challenges.</p> <p>[1] — The Client mentioned issues with finding or sourcing products, and the Salesperson asked clarifying questions. [0] — The Client mentioned sourcing difficulties, but the Salesperson did not ask any further questions. [Empty] — The Client did not mention sourcing challenges.</p> <p>In the evaluation reasoning, write in detail: – When and how the Client brought up sourcing challenges. – The follow-up questions asked by the Salesperson (or lack thereof).</p> <p>Important: Verify the roles before evaluation. The Salesperson is a consultant from JoomPro who helps clients optimise import operations — from sourcing and negotiating with suppliers to coordinating logistics, customs, financing, custom services and best practices. JoomPro provides end-to-end import management, quality control and analytics. In transcripts, the company name may appear under various spellings or transcription errors; treat all of the following as referring to the same company: “JoomPro,” “Joom Pro,” “JumPro,” “Jum Pro,” “Jumpro,” “JomPro,” “JoonPro,” “Jompru,” “Joombro,” “Joomporo,” “Joumpo,” “JunPro,” “GoomPro,” “JoomProo,” “Jumproh,” “Joumo Pro,” “Plataforma Joom,” “Plataforma de importação da Joom,” “Serviço JoomPro,” “serviço de importação,” “ZoomPro,” and similar variations.</p>	
	10	10. Logistics and delivery problems	<p>Check if the Client mentioned logistics or delivery problems and whether the Salesperson followed up.</p> <p>[1] — The Client complained about logistics/delivery, and the Salesperson asked follow-up questions. [0] — The Client mentioned logistics issues, but the Salesperson did not probe further. [Empty] — No logistics or delivery problems were mentioned.</p> <p>In the evaluation reasoning, write in detail: – The context in which logistics problems were mentioned. – The questions asked by the Salesperson to explore these problems, or note absence.</p> <p>Important: Verify the roles before evaluation. The Salesperson is a consultant from JoomPro who helps clients optimise import operations — from sourcing and negotiating with suppliers to coordinating logistics, customs, financing, custom services and best practices. JoomPro provides end-to-end import management, quality control and analytics. In transcripts, the company name may appear under various spellings or transcription errors; treat all of the following as referring to the same company: “JoomPro,” “Joom Pro,” “JumPro,” “Jum Pro,” “Jumpro,” “JomPro,” “JoonPro,” “Jompru,” “Joombro,” “Joomporo,” “Joumpo,” “JunPro,” “GoomPro,” “JoomProo,” “Jumproh,” “Joumo Pro,” “Plataforma Joom,” “Plataforma de importação da Joom,” “Serviço JoomPro,” “serviço de importação,” “ZoomPro,” and similar variations.</p>	
	11	11. Challenges in adding SKUs	<p>Check if the Client mentioned problems with adding new Stock Keeping Units (SKUs) or expanding their product range, and whether the Salesperson followed up.</p> <p>[1] — The Client noted difficulties in adding SKUs or expanding assortment, and the Salesperson asked clarifying questions. [0] — The Client mentioned this pain, but the Salesperson did not address it. [Empty] — The Client did not raise this issue.</p> <p>In the evaluation reasoning, write in detail: – What exactly the Client said about adding SKUs or expanding the range. – Any follow-up from the Salesperson to explore this issue.</p> <p>Important: Verify the roles before evaluation. The Salesperson is a consultant from JoomPro who helps clients optimise import operations — from sourcing and negotiating with suppliers to coordinating logistics, customs, financing, custom services and best practices. JoomPro provides end-to-end import management, quality control and analytics. In transcripts, the company name may appear under various spellings or transcription errors; treat all of the following as referring to the same company: “JoomPro,” “Joom Pro,” “JumPro,” “Jum Pro,” “Jumpro,” “JomPro,” “JoonPro,” “Jompru,” “Joombro,” “Joomporo,” “Joumpo,” “JunPro,” “GoomPro,” “JoomProo,” “Jumproh,” “Joumo Pro,” “Plataforma Joom,” “Plataforma de importação da Joom,” “Serviço JoomPro,” “serviço de importação,” “ZoomPro,” and similar variations.</p>	

Pain	12	12. Price and margin concerns	<p>Check if the Client mentioned issues related to price (e.g., high purchase prices) or margin erosion, and whether the Salesperson explored these concerns.</p> <p>[1] — The Client brought up price or margin issues and the Salesperson asked questions. [0] — The Client mentioned price/margin concerns, but the Salesperson did not follow up. [Empty] — The Client did not mention price or margin issues.</p> <p>In the evaluation reasoning, write in detail: — When price or margin concerns were raised by the Client. — How the Salesperson reacted — list their follow-up questions or note absence.</p> <p>Important: Verify the roles before evaluation. The Salesperson is a consultant from JoomPro who helps clients optimise import operations — from sourcing and negotiating with suppliers to coordinating logistics, customs, financing, custom services and best practices. JoomPro provides end-to-end import management, quality control and analytics. In transcripts, the company name may appear under various spellings or transcription errors; treat all of the following as referring to the same company: “JoomPro,” “Joom Pro,” “JumPro,” “Jum Pro,” “Jumpro,” “JomPro,” “JoonPro,” “Jompru,” “Joombro,” “Joompore,” “Joumpo,” “JunPro,” “GoomPro,” “JoomProo,” “Jumproh,” “Joumo Pro,” “Plataforma Joom,” “Plataforma de importação da Joom,” “Serviço JoomPro,” “serviço de importação,” “ZoomPro,” and similar variations.</p>	
	13	13. Volume and capacity issues	<p>Check if the Client mentioned problems with volume (e.g., insufficient local production or capacity) and whether the Salesperson addressed them.</p> <p>[1] — The Client talked about volume constraints and the Salesperson probed for details or offered suggestions. [0] — The Client mentioned volume issues, but the Salesperson did not explore further. [Empty] — Volume constraints were not discussed.</p> <p>In the evaluation reasoning, write in detail: — How the volume issue was mentioned and in what context. — What follow-up questions or suggestions the Salesperson made, or note absence.</p> <p>Important: Verify the roles before evaluation. The Salesperson is a consultant from JoomPro who helps clients optimise import operations — from sourcing and negotiating with suppliers to coordinating logistics, customs, financing, custom services and best practices. JoomPro provides end-to-end import management, quality control and analytics. In transcripts, the company name may appear under various spellings or transcription errors; treat all of the following as referring to the same company: “JoomPro,” “Joom Pro,” “JumPro,” “Jum Pro,” “Jumpro,” “JomPro,” “JoonPro,” “Jompru,” “Joombro,” “Joompore,” “Joumpo,” “JunPro,” “GoomPro,” “JoomProo,” “Jumproh,” “Joumo Pro,” “Plataforma Joom,” “Plataforma de importação da Joom,” “Serviço JoomPro,” “serviço de importação,” “ZoomPro,” and similar variations.</p>	
	14	14. Private-label needs	<p>Check if the Client mentioned a desire to develop private label and white label products, and whether the Salesperson followed up.</p> <p>[1] — The Client expressed interest in private/white label, and the Salesperson asked clarifying questions or discussed possibilities. [0] — The Client mentioned this need, but the Salesperson did not engage. [Empty] — The Client did not discuss private or white label needs.</p> <p>In the evaluation reasoning, write in detail: — When and how the Client raised private/white label needs. — The Salesperson’s questions or comments about this opportunity, or note if absent.</p> <p>Important: Verify the roles before evaluation. The Salesperson is a consultant from JoomPro who helps clients optimise import operations — from sourcing and negotiating with suppliers to coordinating logistics, customs, financing, custom services and best practices. JoomPro provides end-to-end import management, quality control and analytics. In transcripts, the company name may appear under various spellings or transcription errors; treat all of the following as referring to the same company: “JoomPro,” “Joom Pro,” “JumPro,” “Jum Pro,” “Jumpro,” “JomPro,” “JoonPro,” “Jompru,” “Joombro,” “Joompore,” “Joumpo,” “JunPro,” “GoomPro,” “JoomProo,” “Jumproh,” “Joumo Pro,” “Plataforma Joom,” “Plataforma de importação da Joom,” “Serviço JoomPro,” “serviço de importação,” “ZoomPro,” and similar variations.</p>	

	15	15. Cash flow problems	<p>Check if the Client mentioned cash flow issues related to their import operations and whether the Salesperson responded.</p> <p>[1] — The Client brought up cash flow challenges, and the Salesperson asked probing questions or offered financing solutions. [0] — The Client mentioned cash flow pain, but the Salesperson did not follow up. [Empty] — Cash flow problems were not mentioned by the Client.</p> <p>In the evaluation reasoning, write in detail: — How the Client described cash flow issues. — Whether the Salesperson asked clarifying questions or suggested solutions, or note absence.</p> <p>Important: Verify the roles before evaluation. The Salesperson is a consultant from JoomPro who helps clients optimise import operations — from sourcing and negotiating with suppliers to coordinating logistics, customs, financing, custom services and best practices. JoomPro provides end-to-end import management, quality control and analytics. In transcripts, the company name may appear under various spellings or transcription errors; treat all of the following as referring to the same company: “JoomPro,” “Joom Pro,” “JumPro,” “Jum Pro,” “Jumpro,” “JomPro,” “JoonPro,” “Jompru,” “Joombro,” “Joompson,” “Joumpo,” “JunPro,” “GoomPro,” “JoomProo,” “Jumproh,” “Joumo Pro,” “Plataforma Joom,” “Plataforma de importação da Joom,” “Serviço JoomPro,” “serviço de importação,” “ZoomPro,” and similar variations.</p>	
	16	16. Pain's business impact	<p>Check if the Salesperson asked the Client about the impact of their current problem on the business — specifically what will happen if the issue continues unresolved.</p> <p>[1] — The Salesperson explicitly asked how the problem affects the Client's business and what would happen if it continues (e.g., “What's the impact on your business if this pain isn't solved” or “What will happen if you continue like this”), and the Client explained the consequences. [0] — The Salesperson did not ask about the business impact of the pain, or ignored the Client's explanation. [Empty] — The conversation ended before this question could be asked.</p> <p>In the evaluation reasoning, write in detail: — What question the Salesperson used to explore the impact of the problem. — How the Client described the consequences of leaving the issue unresolved.</p> <p>Important: Verify the roles before evaluation. The Salesperson is a consultant from JoomPro who helps clients optimise import operations — from sourcing and negotiating with suppliers to coordinating logistics, customs, financing, custom services and best practices. JoomPro provides end-to-end import management, quality control and analytics. In transcripts, the company name may appear under various spellings or transcription errors; treat all of the following as referring to the same company: “JoomPro,” “Joom Pro,” “JumPro,” “Jum Pro,” “Jumpro,” “JomPro,” “JoonPro,” “Jompru,” “Joombro,” “Joompson,” “Joumpo,” “JunPro,” “GoomPro,” “JoomProo,” “Jumproh,” “Joumo Pro,” “Plataforma Joom,” “Plataforma de importação da Joom,” “Serviço JoomPro,” “serviço de importação,” “ZoomPro,” and similar variations.</p>	yes

17	17. Presentation based on Client's pains	<p>Check if the Salesperson presented JoomPro either before identifying Client pains (general overview is acceptable) or, if the presentation occurred after pains were identified, tailored the content to address these pains.</p> <p>Possible pains to consider: difficulties in sourcing products or suppliers; logistics and delivery problems (delays, costs, coordination issues); challenges with expanding the assortment or adding new SKUs; price and margin concerns (high purchase costs, margin erosion); volume limitations or capacity constraints; interest in private/white label products; and cash flow issues (insufficient funds for orders, payment delays).</p> <p>[1] — The Salesperson delivered a general JoomPro presentation before discussing Client pains OR the Salesperson delivered a presentation after identifying Client pains and tailored it to address those specific challenges, highlighting relevant USPs and services.</p> <p>[0] — The Salesperson gave no presentation at all OR delivered a presentation after discussing Client pains, but did not connect it to the pains and situation of the Client.</p> <p>[Empty] — The conversation was interrupted before this topic was addressed.</p> <p>In the evaluation reasoning, write in detail:</p> <ul style="list-style-type: none"> – When the presentation was made (before or after identifying pains). – If before, specify what and how the Salesperson made a presentation of services and USPs of JoomPro to the Client. – If after, specify what and how the Salesperson made a presentation of services and USPs of JoomPro to the Client, was it based on the Client's pains and situation or not. <p>Important: Verify the roles before evaluation. The Salesperson is a consultant from JoomPro who helps clients optimise import operations — from sourcing and negotiating with suppliers to coordinating logistics, customs, financing, custom services and best practices. JoomPro provides end-to-end import management, quality control and analytics. In transcripts, the company name may appear under various spellings or transcription errors; treat all of the following as referring to the same company: “JoomPro,” “Joom Pro,” “JumPro,” “Jum Pro,” “Jumpro,” “JomPro,” “JoonPro,” “Jompru,” “Joombro,” “Joompson,” “Joumpo,” “JunPro,” “GoomPro,” “JoomProo,” “Jumproh,” “Joumo Pro,” “Plataforma Joom,” “Plataforma de importação da Joom,” “Serviço JoomPro,” “serviço de importação,” “ZoomPro,” and similar variations.</p>	yes
18	18. Financial impact of delays and quality issues	<p>Check if the Salesperson asked the Client to estimate the financial impact of specific pains, such as delays in product arrival or quality control issues.</p> <p>[1] — The Salesperson asked the Client to quantify costs associated with delays or quality problems (e.g., lost sales, penalties, additional warehousing fees), and the Client attempted to provide estimates or acknowledged the impact.</p> <p>[0] — The Salesperson did not attempt to quantify these costs, and the Client did not discuss them.</p> <p>[Empty] — The conversation was interrupted before this topic was addressed.</p> <p>In the evaluation reasoning, write in detail:</p> <p>How the Salesperson asked about financial impact (“Qual o custo estimado se um contêiner atrasa X dias”). What numbers or qualitative impacts the Client mentioned (lost revenue, extra costs).</p> <p>Important: Verify the roles before evaluation. The Salesperson is a consultant from JoomPro who helps clients optimise import operations — from sourcing and negotiating with suppliers to coordinating logistics, customs, financing, custom services and best practices. JoomPro provides end-to-end import management, quality control and analytics. In transcripts, the company name may appear under various spellings or transcription errors; treat all of the following as referring to the same company: “JoomPro,” “Joom Pro,” “JumPro,” “Jum Pro,” “Jumpro,” “JomPro,” “JoonPro,” “Jompru,” “Joombro,” “Joompson,” “Joumpo,” “JunPro,” “GoomPro,” “JoomProo,” “Jumproh,” “Joumo Pro,” “Plataforma Joom,” “Plataforma de importação da Joom,” “Serviço JoomPro,” “serviço de importação,” “ZoomPro,” and similar variations.</p>	

Impact	19	19. Pain's impact on profit margins and revenue	<p>Check if the Salesperson explored how the identified Client's pains affect the Client's profit margins and overall revenue, including opportunity costs from not introducing new products or entering new markets.</p> <p>[1] — The Salesperson asked about margin erosion due to specific problems and the missed revenue opportunities from postponed launches or market entries; the Client provided insight. [0] — Margin impact and lost growth opportunities were not discussed. [Empty] — The conversation was interrupted before this topic was addressed.</p> <p>In the evaluation reasoning, write in detail: Questions asked about margins and revenue impacts ("Como [problema] afeta sua margem"). Whether the Client mentioned rework, returns, lost customers or inability to launch new SKUs/enter new markets.</p> <p>Important: Verify the roles before evaluation. The Salesperson is a consultant from JoomPro who helps clients optimise import operations — from sourcing and negotiating with suppliers to coordinating logistics, customs, financing, custom services and best practices. JoomPro provides end-to-end import management, quality control and analytics. In transcripts, the company name may appear under various spellings or transcription errors; treat all of the following as referring to the same company: "JoomPro," "Joom Pro," "JumPro," "Jum Pro," "Jumpro," "JomPro," "JoonPro," "Jompru," "Joombro," "Joompson," "Joumpo," "JunPro," "GoomPro," "JoomProo," "Jumproh," "Joumo Pro," "Plataforma Joom," "Plataforma de importação da Joom," "Serviço JoomPro," "serviço de importação," "ZoomPro," and similar variations.</p>	
	20	20. Opportunity cost of supply team time	<p>Check if the Salesperson asked what the supply chain team could achieve if they didn't have to spend "X" hours per week resolving current issues.</p> <p>[1] — The Salesperson asked about opportunity costs of time and resources spent on supply chain problems, and the Client discussed alternative uses of that time (e.g., revenue-driving tasks, innovation). [0] — Time/resource opportunity cost was not discussed. [Empty] — The conversation was interrupted before this topic was addressed.</p> <p>In the evaluation reasoning, write in detail: How the question about time and alternative activities was framed. The Client's ideas for redeploying resources to strategic initiatives.</p> <p>Important: Verify the roles before evaluation. The Salesperson is a consultant from JoomPro who helps clients optimise import operations — from sourcing and negotiating with suppliers to coordinating logistics, customs, financing, custom services and best practices. JoomPro provides end-to-end import management, quality control and analytics. In transcripts, the company name may appear under various spellings or transcription errors; treat all of the following as referring to the same company: "JoomPro," "Joom Pro," "JumPro," "Jum Pro," "Jumpro," "JomPro," "JoonPro," "Jompru," "Joombro," "Joompson," "Joumpo," "JunPro," "GoomPro," "JoomProo," "Jumproh," "Joumo Pro," "Plataforma Joom," "Plataforma de importação da Joom," "Serviço JoomPro," "serviço de importação," "ZoomPro," and similar variations.</p>	

		21 21. Pain's impact on departments execution, brand, customers	<p>Check if the Salesperson asked how the identified pains (such as lack of visibility, delays or quality issues) affect the Client's planning and execution in marketing, sales, inventory management, and the overall customer experience or brand reputation.</p> <p>[1] — The Salesperson explored cross-departmental impacts and customer-facing consequences (e.g., missed market opportunities, stockouts, dissatisfied customers), and the Client shared details. [0] — The effects on other departments or customer satisfaction were not discussed. [Empty] — The conversation was interrupted before this topic was addressed.</p> <p>In the evaluation reasoning, write in detail: Which departments' planning and execution were discussed and how they are impacted by the import issues. Whether the Client mentioned negative effects on brand image or customer satisfaction.</p> <p>Important: Verify the roles before evaluation. The Salesperson is a consultant from JoomPro who helps clients optimise import operations — from sourcing and negotiating with suppliers to coordinating logistics, customs, financing, custom services and best practices. JoomPro provides end-to-end import management, quality control and analytics. In transcripts, the company name may appear under various spellings or transcription errors; treat all of the following as referring to the same company: "JoomPro," "Joom Pro," "JumPro," "Jum Pro," "Jumpro," "JomPro," "JoonPro," "Jompru," "Joombro," "Joomporo," "Joumpo," "JunPro," "GoomPro," "JoomProo," "Jumproh," "Joumo Pro," "Plataforma Joom," "Plataforma de importação da Joom," "Serviço JoomPro," "serviço de importação," "ZoomPro," and similar variations.</p>	
		22 22. Pain's emotional impact on the team	<p>Check if the Salesperson explored how dealing with these issues personally affects the Client or their team (stress, morale) and asked about the potential impact on strategic goals and professional standing if the problems are not resolved within 6–12 months.</p> <p>[1] — The Salesperson asked about emotional or personal tolls and long-term consequences of not solving the issues; the Client responded with feelings and reflections on strategic and professional impacts. [0] — Emotional impacts and long-term consequences were not discussed. [Empty] — The conversation was interrupted before this topic was addressed.</p> <p>In the evaluation reasoning, write in detail: How questions about stress, morale and professional implications were introduced. The Client's responses regarding personal impact and potential risks to strategic goals or market share if no action is taken.</p> <p>Important: Verify the roles before evaluation. The Salesperson is a consultant from JoomPro who helps clients optimise import operations — from sourcing and negotiating with suppliers to coordinating logistics, customs, financing, custom services and best practices. JoomPro provides end-to-end import management, quality control and analytics. In transcripts, the company name may appear under various spellings or transcription errors; treat all of the following as referring to the same company: "JoomPro," "Joom Pro," "JumPro," "Jum Pro," "Jumpro," "JomPro," "JoonPro," "Jompru," "Joombro," "Joomporo," "Joumpo," "JunPro," "GoomPro," "JoomProo," "Jumproh," "Joumo Pro," "Plataforma Joom," "Plataforma de importação da Joom," "Serviço JoomPro," "serviço de importação," "ZoomPro," and similar variations.</p>	

		23 23. Identifying critical date or event	<p>Check if the Salesperson asked whether there is a key date or event (campaign, product launch, board deadline) where the issue becomes critical.</p> <p>[1] — The Salesperson directly inquired about the exact date or event that makes the problem urgent, and the Client identified it. [0] — No questions about a specific critical date or event were asked. [Empty] — The conversation was interrupted before this topic was addressed.</p> <p>In the evaluation reasoning, write in detail: How the Salesperson asked about critical dates (“Existe uma data específica ou evento em que isso se torna crítico”). Which date or event the Client indicated (e.g., campaign start, seasonal launch).</p> <p>Important: Verify the roles before evaluation. The Salesperson is a consultant from JoomPro who helps clients optimise import operations — from sourcing and negotiating with suppliers to coordinating logistics, customs, financing, custom services and best practices. JoomPro provides end-to-end import management, quality control and analytics. In transcripts, the company name may appear under various spellings or transcription errors; treat all of the following as referring to the same company: “JoomPro,” “Joom Pro,” “JumPro,” “Jum Pro,” “Jumpro,” “JomPro,” “JoonPro,” “Jompru,” “Joombro,” “Jooporo,” “Joumpo,” “JunPro,” “GoomPro,” “JoomProo,” “Jumproh,” “Joumo Pro,” “Plataforma Joom,” “Plataforma de importação da Joom,” “Serviço JoomPro,” “serviço de importação,” “ZoomPro,” and similar variations.</p>	yes
		24 24. What factors driving the timing of initiatives	<p>Check if the Salesperson asked what factors drive the timing of this initiative (internal OKRs, competitive pressure, customer expectations, regulatory deadlines) and, if the Client did not express any urgency, created a sense of urgency themselves.</p> <p>[1] — One of the following occurred: – The Client articulated their own drivers of urgency (internal goals, competition, customer demand, regulatory deadlines); Or – The Client expressed no urgency, but the Salesperson proactively created a sense of urgency (e.g., by warning about potential missed opportunities, increased costs, or competitive disadvantages if action is delayed).</p> <p>[0] — The Client did not express timing urgency, and the Salesperson did not attempt to create it. [Empty] — The conversation was interrupted before this topic was addressed.</p> <p>In the evaluation reasoning, write in detail: – How the Salesperson solicited information about timing drivers. – Whether the Client identified their own urgency drivers. – If no urgency was expressed, explain how (or if) the Salesperson introduced urgency (e.g., invoking FOMO, highlighting risks of delay).</p> <p>Important: Verify the roles before evaluation. The Salesperson is a consultant from JoomPro who helps clients optimise import operations — from sourcing and negotiating with suppliers to coordinating logistics, customs, financing, custom services and best practices. JoomPro provides end-to-end import management, quality control and analytics. In transcripts, the company name may appear under various spellings or transcription errors; treat all of the following as referring to the same company: “JoomPro,” “Joom Pro,” “JumPro,” “Jum Pro,” “Jumpro,” “JomPro,” “JoonPro,” “Jompru,” “Joombro,” “Jooporo,” “Joumpo,” “JunPro,” “GoomPro,” “JoomProo,” “Jumproh,” “Joumo Pro,” “Plataforma Joom,” “Plataforma de importação da Joom,” “Serviço JoomPro,” “serviço de importação,” “ZoomPro,” and similar variations.</p>	yes

Critical Event	25	25. Potential urgency triggers	<p>Check if the Salesperson discussed likely triggers for urgency identified during desk research, such as upcoming product launches, expansion plans, seasonal peaks or regulatory changes.</p> <p>[1] — The Salesperson referred to pre-meeting research (e.g., new product lines, expansions, seasonal campaigns) and asked if these events create an urgent need for import support; the Client confirmed or clarified.</p> <p>[0] — Potential triggers from pre-meeting research were not mentioned.</p> <p>[Empty] — The conversation was interrupted before this topic was addressed.</p> <p>In the evaluation reasoning, write in detail: Which potential triggers were mentioned (product launches, seasonal peaks, hiring for new categories). How the Client responded, confirming whether these triggers drive urgency.</p> <p>Important: Verify the roles before evaluation. The Salesperson is a consultant from JoomPro who helps clients optimise import operations — from sourcing and negotiating with suppliers to coordinating logistics, customs, financing, custom services and best practices. JoomPro provides end-to-end import management, quality control and analytics. In transcripts, the company name may appear under various spellings or transcription errors; treat all of the following as referring to the same company: “JoomPro,” “Joom Pro,” “JumPro,” “Jum Pro,” “Jumpro,” “JomPro,” “JoonPro,” “Jompru,” “Joombro,” “Joompore,” “Joumpo,” “JunPro,” “GoomPro,” “JoomProo,” “Jumproh,” “Joumo Pro,” “Plataforma Joom,” “Plataforma de importação da Joom,” “Serviço JoomPro,” “serviço de importação,” “ZoomPro,” and similar variations.</p>	
	26	26. Consequences of missing the critical date	<p>Check if the Salesperson asked what happens if the problem is not solved before the identified critical date.</p> <p>[1] — The Salesperson asked about consequences of not meeting the critical date and the Client described potential losses (missed launches, delayed campaigns, market share loss).</p> <p>[0] — Consequences of missing the deadline were not discussed.</p> <p>[Empty] — The conversation was interrupted before this topic was addressed.</p> <p>In the evaluation reasoning, write in detail: How the question was phrased (“O que acontece se não resolvermos antes de [data]”). Specific impacts the Client identified (financial loss, brand damage, opportunity cost).</p> <p>Important: Verify the roles before evaluation. The Salesperson is a consultant from JoomPro who helps clients optimise import operations — from sourcing and negotiating with suppliers to coordinating logistics, customs, financing, custom services and best practices. JoomPro provides end-to-end import management, quality control and analytics. In transcripts, the company name may appear under various spellings or transcription errors; treat all of the following as referring to the same company: “JoomPro,” “Joom Pro,” “JumPro,” “Jum Pro,” “Jumpro,” “JomPro,” “JoonPro,” “Jompru,” “Joombro,” “Joompore,” “Joumpo,” “JunPro,” “GoomPro,” “JoomProo,” “Jumproh,” “Joumo Pro,” “Plataforma Joom,” “Plataforma de importação da Joom,” “Serviço JoomPro,” “serviço de importação,” “ZoomPro,” and similar variations.</p>	

		<p>Check if the Salesperson asked whether delays in sourcing or imports have caused the Client to miss key business goals in the past.</p> <p>[1] — The Salesperson inquired about past incidents where import delays led to missed launches, sales targets or projects, and the Client provided examples. [0] — Past experiences with missed goals due to delays were not discussed. [Empty] — The conversation was interrupted before this topic was addressed.</p> <p>In the evaluation reasoning, write in detail: The wording used (“Já houve situações em que atrasos na importação fizeram vocês perderem metas importantes”). The Client’s stories of missed opportunities and the impact on the business.</p> <p>Important: Verify the roles before evaluation. The Salesperson is a consultant from JoomPro who helps clients optimise import operations — from sourcing and negotiating with suppliers to coordinating logistics, customs, financing, custom services and best practices. JoomPro provides end-to-end import management, quality control and analytics. In transcripts, the company name may appear under various spellings or transcription errors; treat all of the following as referring to the same company: “JoomPro,” “Joom Pro,” “JumPro,” “Jum Pro,” “Jumpro,” “JomPro,” “JoonPro,” “Jompru,” “Joombro,” “Joomporo,” “Joumpo,” “JunPro,” “GoomPro,” “JoomProo,” “Jumproh,” “Joumo Pro,” “Plataforma Joom,” “Plataforma de importação da Joom,” “Serviço JoomPro,” “serviço de importação,” “ZoomPro,” and similar variations.</p>	
27	27. Past supply delays caused missed goals		
		<p>Check if the Salesperson identified who is typically involved in evaluating and approving solutions like JoomPro within the Client’s organisation.</p> <p>[1] — The Salesperson asked about the involvement of legal, finance, operations and other departments, and the Client listed stakeholders. [0] — Stakeholder involvement was not discussed. [Empty] — The conversation was interrupted before this topic was addressed.</p> <p>In the evaluation reasoning, write in detail: Questions asked to map stakeholders (“Quem mais costuma participar na avaliação”). The roles and departments the Client mentioned (e.g., legal, finance, supply chain).</p> <p>Important: Verify the roles before evaluation. The Salesperson is a consultant from JoomPro who helps clients optimise import operations — from sourcing and negotiating with suppliers to coordinating logistics, customs, financing, custom services and best practices. JoomPro provides end-to-end import management, quality control and analytics. In transcripts, the company name may appear under various spellings or transcription errors; treat all of the following as referring to the same company: “JoomPro,” “Joom Pro,” “JumPro,” “Jum Pro,” “Jumpro,” “JomPro,” “JoonPro,” “Jompru,” “Joombro,” “Joomporo,” “Joumpo,” “JunPro,” “GoomPro,” “JoomProo,” “Jumproh,” “Joumo Pro,” “Plataforma Joom,” “Plataforma de importação da Joom,” “Serviço JoomPro,” “serviço de importação,” “ZoomPro,” and similar variations.</p>	
28	28. Decision stakeholders		yes

yes

Decision Process	29	29. Decision criteria	<p>Check if the Salesperson asked what criteria the Client uses when choosing a supplier (price, reliability, implementation time, flexibility, financing options, customisation capabilities), or if the Client expressed these criteria independently.</p> <p>[1] — Either: – The Salesperson clearly asked about decision criteria, and the Client stated their priorities (e.g., price, reliability, speed, financing options, customisation); or – The Client independently mentioned the factors they consider important in selecting a supplier, without being prompted. [0] — The Salesperson did not ask about selection criteria, and the Client did not mention any criteria on their own. [Empty] — The conversation was interrupted before this topic was addressed.</p> <p>In the evaluation reasoning, write in detail: – The phrasing of the question about criteria (e.g., “O que vocês consideram ao escolher um fornecedor — preço, confiabilidade, prazo de implantação, financiamento de compras ou customização”). – Which criteria the Client prioritised and why, including whether financing options (such as deferred payment) or service customisation were mentioned as decision factors.</p> <p>Important: Verify the roles before evaluation. The Salesperson is a consultant from JoomPro who helps clients optimise import operations — from sourcing and negotiating with suppliers to coordinating logistics, customs, financing, custom services and best practices. JoomPro provides end-to-end import management, quality control and analytics. In transcripts, the company name may appear under various spellings or transcription errors; treat all of the following as referring to the same company: “JoomPro,” “Joom Pro,” “JumPro,” “Jum Pro,” “Jumpro,” “JomPro,” “JoonPro,” “Jompru,” “Joombro,” “Joompore,” “Joumpo,” “JunPro,” “GoomPro,” “JoomProo,” “Jumproh,” “Joumo Pro,” “Plataforma Joom,” “Plataforma de importação da Joom,” “Serviço JoomPro,” “serviço de importação,” “ZoomPro,” and similar variations.</p>	yes
	30	30. Client's experience with previous import partners	<p>Check if the Salesperson asked whether the Client has previously brought in a new import or logistics partner and how that decision was handled internally, or if the Client volunteered this information without being prompted.</p> <p>[1] — Either the Salesperson inquired about past partner onboarding (e.g., “Vocês já integraram um novo parceiro de importação Como isso foi decidido”) and the Client described the process and internal dynamics, or the Client spontaneously shared their past experience without being asked. [0] — Past experiences with onboarding partners were not discussed by either party (the Salesperson did not ask, and the Client did not mention it). [Empty] — The conversation was interrupted before this topic was addressed.</p> <p>In the evaluation reasoning, write in detail: How the Salesperson asked about previous decisions. The Client's description of stakeholder involvement and challenges encountered.</p> <p>Important: Verify the roles before evaluation. The Salesperson is a consultant from JoomPro who helps clients optimise import operations — from sourcing and negotiating with suppliers to coordinating logistics, customs, financing, custom services and best practices. JoomPro provides end-to-end import management, quality control and analytics. In transcripts, the company name may appear under various spellings or transcription errors; treat all of the following as referring to the same company: “JoomPro,” “Joom Pro,” “JumPro,” “Jum Pro,” “Jumpro,” “JomPro,” “JoonPro,” “Jompru,” “Joombro,” “Joompore,” “Joumpo,” “JunPro,” “GoomPro,” “JoomProo,” “Jumproh,” “Joumo Pro,” “Plataforma Joom,” “Plataforma de importação da Joom,” “Serviço JoomPro,” “serviço de importação,” “ZoomPro,” and similar variations.</p>	

	31	31. Internal procurement and approval processes	<p>Check if the Salesperson inquired about the Client's internal procurement processes and any approval steps that could delay or block the selection of a new partner.</p> <p>[1] — The Salesperson asked how formal procurement works, including legal, finance and compliance steps, and the Client provided details. [0] — Internal procurement or approval procedures were not discussed. [Empty] — The conversation was interrupted before this topic was addressed.</p> <p>In the evaluation reasoning, write in detail: How the Salesperson framed questions about procurement ("Como funciona o processo de compras e aprovações internas"). Any potential bottlenecks or required approvals the Client mentioned.</p> <p>Important: Verify the roles before evaluation. The Salesperson is a consultant from JoomPro who helps clients optimise import operations — from sourcing and negotiating with suppliers to coordinating logistics, customs, financing, custom services and best practices. JoomPro provides end-to-end import management, quality control and analytics. In transcripts, the company name may appear under various spellings or transcription errors; treat all of the following as referring to the same company: "JoomPro," "Joom Pro," "JumPro," "Jum Pro," "Jumpro," "JomPro," "JoonPro," "Jompru," "Joombro," "Joompson," "Joumpro," "JunPro," "GoomPro," "JoomProo," "Jumproh," "Joumo Pro," "Plataforma Joom," "Plataforma de importação da Joom," "Serviço JoomPro," "serviço de importação," "ZoomPro," and similar variations.</p>	
	32	32. Defining a successful decision process	<p>Check if the Salesperson asked what a successful decision process would look like for the Client, including preferred next steps such as a fast pilot, small test or full rollout.</p> <p>[1] — The Salesperson discussed different pilot or implementation options and the Client expressed a preference (e.g., small test, detailed proposal, full implementation). [0] — The Client's preferred decision process or pilot structure was not discussed. [Empty] — The conversation was interrupted before this topic was addressed.</p> <p>In the evaluation reasoning, write in detail: Options presented by the Salesperson (pilot, proof of concept, full rollout). The Client's preferred approach and rationale.</p> <p>Important: Verify the roles before evaluation. The Salesperson is a consultant from JoomPro who helps clients optimise import operations — from sourcing and negotiating with suppliers to coordinating logistics, customs, financing, custom services and best practices. JoomPro provides end-to-end import management, quality control and analytics. In transcripts, the company name may appear under various spellings or transcription errors; treat all of the following as referring to the same company: "JoomPro," "Joom Pro," "JumPro," "Jum Pro," "Jumpro," "JomPro," "JoonPro," "Jompru," "Joombro," "Joompson," "Joumpro," "JunPro," "GoomPro," "JoomProo," "Jumproh," "Joumo Pro," "Plataforma Joom," "Plataforma de importação da Joom," "Serviço JoomPro," "serviço de importação," "ZoomPro," and similar variations.</p>	

Closing the call			<p>Check if the Salesperson or the Client proposed a clear next step that included a specific date (or day) and agreed upon the method of communication (e.g., phone call, online meeting) before ending the call.</p> <p>[1] — Either the Salesperson or the Client articulated a specific next step, including:</p> <ul style="list-style-type: none"> – A precise date or day for the follow-up (e.g., “Let’s schedule a call next Tuesday”); – An agreed method of communication (e.g., phone, video call, email); – Both parties acknowledged and accepted this plan. <p>[0] — No concrete next step was specified; or the date and/or communication method were left vague or unconfirmed.</p> <p>[Empty] — The conversation was interrupted before this topic was addressed.</p> <p>In the evaluation reasoning, write in detail:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Who proposed the next step (Salesperson or Client), and what was proposed. – The specific date/day and the communication method agreed upon. – Any commitments to preparation (e.g., sending documents or information before the call). – The Client’s confirmation or feedback regarding the plan. <p>Important: Verify the roles before evaluation. The Salesperson is a consultant from JoomPro who helps clients optimise import operations — from sourcing and negotiating with suppliers to coordinating logistics, customs, financing, custom services and best practices. JoomPro provides end-to-end import management, quality control and analytics. In transcripts, the company name may appear under various spellings or transcription errors; treat all of the following as referring to the same company: “JoomPro,” “Joom Pro,” “JumPro,” “Jum Pro,” “Jumpro,” “JomPro,” “JoonPro,” “Jompru,” “Joombro,” “Joomboro,” “Joumpo,” “JunPro,” “GoomPro,” “JoomProo,” “Jumproh,” “Joumo Pro,” “Plataforma Joom,” “Plataforma de importação da Joom,” “Serviço JoomPro,” “serviço de importação,” “ZoomPro,” and similar variations.</p>	yes
Objections		33 33. Confirming next steps	<p>[Tag] – Identify and list all objections voiced by the Client</p> <p>Check if you can extract and tag all objections raised by the Client during the call. List each objection separated by commas. Use the tag list below. If an objection does not fit any existing tag, create a new one that accurately reflects its meaning and add it to the list. If there are no objections, write: “No tags.”</p> <p>Tag list (tag — description):</p> <p>existing-partner — Client already has an import/logistics partner and does not want to change.</p> <p>status-quo-works — Client believes their current process works fine and sees no need for changes.</p> <p>normalized-pain — Client is used to issues (delays, friction) and considers them part of importing.</p> <p>low-priority — Client thinks the problem is not significant and not urgent right now.</p> <p>workarounds — Client’s team has learned to work around problems and prefers existing practices.</p> <p>uncertain-cost — Client cannot quantify costs or impact of current problems.</p> <p>small-cost — Client believes that the cost impact is minimal within their overall budget.</p> <p>no-deadline — Client states there is no urgent deadline; they are just exploring.</p> <p>timing-uncertain — Client is unsure when they’d implement a new solution or claims timing is flexible.</p> <p>decision-team — Client wants to consult with the team or is unsure who needs to approve the decision.</p> <p>In the evaluation reasoning, specify:</p> <ul style="list-style-type: none"> – When and in what tone the objection was voiced. – A brief quotation of the Client’s objection. <p>Important: Verify the roles before evaluation. The Salesperson is a consultant from JoomPro who helps clients optimise import operations — from sourcing and negotiating with suppliers to coordinating logistics, customs, financing, custom services and best practices. JoomPro provides end-to-end import management, quality control and analytics. In transcripts, the company name may appear under various spellings or transcription errors; treat all of the following as referring to the same company: “JoomPro,” “Joom Pro,” “JumPro,” “Jum Pro,” “Jumpro,” “JomPro,” “JoonPro,” “Jompru,” “Joombro,” “Joomboro,” “Joumpo,” “JunPro,” “GoomPro,” “JoomProo,” “Jumproh,” “Joumo Pro,” “Plataforma Joom,” “Plataforma de importação da Joom,” “Serviço JoomPro,” “serviço de importação,” “ZoomPro,” and similar variations.</p>	
		34 34. Tags of objections		

	35	35. Objection handling	<p>Check if the Salesperson appropriately addressed at least one objection voiced by the Client during the call.</p> <p>[1] – The Salesperson handled at least one objection constructively. Handling is considered correct if:</p> <ul style="list-style-type: none"> – The Salesperson acknowledges the Client's concern and responds constructively; – Validates the importance of the question, clarifies the exact concern; – Provides a reasoned response, offers relevant examples or solutions, and illustrates benefits or alternatives. <p>[0] – The Salesperson did not properly address any objection. It is considered an error if:</p> <ul style="list-style-type: none"> – The objection is ignored; – The response is formal or evasive (e.g., "I'll think about it," "I'll send information later," "I don't know"); – The Salesperson gives no arguments, does not explain benefits or doesn't attempt to alleviate concerns. <p>[Empty] – No objections were raised during the conversation.</p> <p>In the evaluation reasoning, specify:</p> <p>A) Which objection or concern the Client raised (you may quote briefly).</p> <p>B) How the Salesperson responded — provide key phrases.</p> <p>C) Why this response can (or cannot) be considered a correct handling.</p> <p>Important: Before evaluating, ensure role accuracy. The Salesperson is a representative of JoomPro, offering import management solutions. In the transcript, the company may be named differently (JoomPro, Joom Pro, Plataforma JoomPro, etc.) due to pronunciation or transcription variations; treat all these names as references to JoomPro.</p>	yes
Standards of communication	36	36. Politeness, attentiveness and courtesy	<p>Check if the Salesperson was polite, attentive and courteous throughout the conversation.</p> <p>[1] — The Salesperson:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Addressed the Client by name at least three times during the call; – Used polite expressions such as "thank you," "please," "sorry," "allow me to clarify," etc.; – Communicated respectfully and warmly, without condescension or arrogance; – Adapted tone to the Client's mood: <p>If the Client was calm, the Salesperson remained polite and friendly.</p> <p>If the Client was friendly, the Salesperson reciprocated warmly.</p> <p>If the Client was irritated, the Salesperson maintained a respectful and calm tone.</p> <p>[0] — The Salesperson did not address the Client by name, rarely or never used polite language, sounded dry or mechanical, ignored the Client's tone, or seemed cold or tense.</p> <p>[Empty] — The conversation ended before it was possible to evaluate the communication style.</p> <p>In the rationale for the assessment, provide a detailed explanation:</p> <p>How the Salesperson addressed the Client (by name or not).</p> <p>What language was used to maintain politeness (specific phrases).</p> <p>How the Salesperson responded to the Client's tone (provide examples).</p> <p>Examples of phrases that illustrate the communication style.</p> <p>Important: Verify the roles before evaluation. The Salesperson is a consultant from JoomPro who helps clients optimise import operations — from sourcing and negotiating with suppliers to coordinating logistics, customs, financing, custom services and best practices. JoomPro provides end-to-end import management, quality control and analytics. In transcripts, the company name may appear under various spellings or transcription errors; treat all of the following as referring to the same company: "JoomPro," "Joom Pro," "JumPro," "Jum Pro," "Jumpro," "JomPro," "JoonPro," "Jompru," "Joombro," "Joompson," "Joumpo," "JunPro," "GoomPro," "JoomProo," "Jumproh," "Joumo Pro," "Plataforma Joom," "Plataforma de importação da Joom," "Serviço JoomPro," "serviço de importação," "ZoomPro," and similar variations.</p>	yes

	<div data-bbox="380 699 716 724">37 37. Active listening and engagement</div> <div data-bbox="934 135 1825 724"> <p>Check if the Salesperson maintained contact with the Client, demonstrated active listening, and repeated important thoughts in their own words.</p> <p>[1] — The Salesperson:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Used active listening phrases such as “yes,” “I understand,” “I agree,” “perfect,” “of course,” etc.; – Reacted to the Client’s statements with comments, clarifications or concise summaries; – Rephrased or mirrored important thoughts expressed by the Client (e.g., “Você mencionou que vende no Mercado Livre...” / “Entendi que é importante para você analisar concorrentes, certo”); – Maintained a lively dialogue tempo, avoiding long monologues and giving the Client space to speak. <p>[0] — The Salesperson did not demonstrate active listening, ignored the Client’s statements, failed to rephrase important points, and spoke in a templated or mechanical manner.</p> <p>[Empty] — The conversation was too short or ended before active dialogue could be evaluated.</p> <p>In the rationale for the assessment, provide a detailed explanation: How the Salesperson reacted to the Client’s words. Examples of active listening or rephrasing. Whether the conversation maintained a lively, two-way tempo.</p> <p>Important: Verify the roles before evaluation. The Salesperson is a consultant from JoomPro who helps clients optimise import operations — from sourcing and negotiating with suppliers to coordinating logistics, customs, financing, custom services and best practices. JoomPro provides end-to-end import management, quality control and analytics. In transcripts, the company name may appear under various spellings or transcription errors; treat all of the following as referring to the same company: “JoomPro,” “Joom Pro,” “JumPro,” “Jum Pro,” “Jumpro,” “JomPro,” “JoonPro,” “Jompru,” “Joombro,” “Joomporo,” “Joumpo,” “JunPro,” “GoomPro,” “JoomProo,” “Jumproh,” “Joumo Pro,” “Plataforma Joom,” “Plataforma de importação da Joom,” “Serviço JoomPro,” “serviço de importação,” “ZoomPro,” and similar variations.</p> </div> <div data-bbox="1944 699 1982 724">yes</div>
--	---

Critical Mistakes	<p>Check if one or more critical mistakes were recorded during the conversation that could harm the reputation or effectiveness of JoomPro. Specify which mistake occurred:</p> <p>A) The Salesperson spoke negatively about the platform or its features Examples: "this often doesn't work," "I don't fully understand how it's structured," "I don't like it either," "I don't know who is responsible for it, you figure it out."</p> <p>B) The Salesperson discouraged the Client from using JoomPro or expressed doubt Examples: "maybe it's not for you," "let's not rush for now," "if you're not sure — better not."</p> <p>C) The Salesperson 'lost' the Client without securing a specific next step, especially when the Client did not refuse outright but only expressed doubts. This is considered a critical error if:</p> <ul style="list-style-type: none"> – The Salesperson suggested "sending materials by email / whatsapp", "contacting later"; – Did not ask additional questions about doubts or motivations; – Did not secure a specific next step: date, time, format, messenger, or follow-up call; – Did not clarify if the Client wants to stay in touch or receive assistance later. <p>Even if the Salesperson said "I'll call you back," it does not count as a next step unless there was a clear date, day of the week, time of day or communication channel.</p> <p>[1] — The Salesperson avoided critical mistakes: they did not speak negatively, did not discourage the Client, and secured a next step with specific details (date, time, method). [0] — One or more of these critical mistakes (A, B, or C) were made during the conversation. [Empty] — The conversation ended too early, evaluation is not possible.</p> <p>In the rationale for the assessment, provide a detailed explanation: Which category of mistake (A, B or C) occurred. How the Salesperson ended the conversation. Whether there was an opportunity to continue working with the Client, and if the Salesperson used it. If the Client expressed doubts, how the Salesperson responded.</p> <p>Important: Verify the roles before evaluation. The Salesperson is a consultant from JoomPro who helps clients optimise import operations — from sourcing and negotiating with suppliers to coordinating logistics, customs, financing, custom services and best practices. JoomPro provides end-to-end import management, quality control and analytics. In transcripts, the company name may appear under various spellings or transcription errors; treat all of the following as referring to the same company: "JoomPro," "Joom Pro," "JumPro," "Jum Pro," "Jumpro," "JomPro," "JoonPro," "Jompru," "Joombro," "Joompore," "Joumpo," "JunPro," "GoomPro," "JoomProo," "Jumproh," "Joumo Pro," "Plataforma Joom," "Plataforma de importação da Joom," "Serviço JoomPro," "serviço de importação," "ZoomPro," and similar variations.</p>
38	38. No critical mistakes

	<p>[Summary] – this criterion is an exception; as the evaluation, write the word “Summary,” and in the rationale write the following: Compose a concise and structured summary of the call. It should be clear, understandable, and reflect only the key points of the conversation.</p> <p>Make sure to include:</p> <p>A) Call Content</p> <ul style="list-style-type: none"> – Which topics and blocks were covered (for example, SPICED stages: Situation, Pain, Impact, Critical Event, Decision Process). – Whether the Client’s motivation, current import process, pain points, interest in improving logistics, terms of cooperation, budget, JoomPro’s unique selling points, competitors, timelines, and the next step were discussed. <p>B) Client’s Reaction to Key Moments</p> <ul style="list-style-type: none"> – Was it interested, doubtful, positive, neutral or negative. – How the Client reacted to the presentation of JoomPro’s services, unique selling propositions and proposed pilots or next steps. <p>C) Achieved Agreements</p> <ul style="list-style-type: none"> – Were next steps recorded: sending a proposal, preparing a quote, arranging a call with decision-makers, follow-up, confirming budget details, continuing the dialogue. – Specify whether the Salesperson established a clear plan of action. <p>This summary should help someone quickly understand the essence of the conversation without listening to the recording.</p> <p>Important: Verify the roles before evaluation. The Salesperson is a consultant from JoomPro who helps clients optimise import operations — from sourcing and negotiating with suppliers to coordinating logistics, customs, financing, custom services and best practices. JoomPro provides end-to-end import management, quality control and analytics. In transcripts, the company name may appear under various spellings or transcription errors; treat all of the following as referring to the same company: “JoomPro,” “Joom Pro,” “JumPro,” “Jum Pro,” “Jumpro,” “JomPro,” “JoonPro,” “Jompru,” “Joombro,” “Joompore,” “Joumpo,” “JunPro,” “Goombro,” “JoomProo,” “Jumproh,” “Joumo Pro,” “Plataforma Joom,” “Plataforma de importação da Joom,” “Serviço JoomPro,” “serviço de importação,” “ZoomPro,” and similar variations.</p>
--	--

	<p>40 40. Salesperson: Best Practices</p> <p>[Recommendation] – this criterion is an exception. Use the word “Recommendation” as the score, and in the reasons field, write the following:</p> <p>Identify at least 3 successful techniques or tactics (if present) that clearly helped the Salesperson advance the conversation: reduce resistance, spark interest, keep the Client engaged, overturn doubt, or move closer to a sale. If no such techniques are found, write: “No strong successful techniques identified.”</p> <p>For each practice, indicate:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Salesperson’s phrase – quote the exact phrase or summarise the idea. – Context – when it was said, what came before and after, how the Client reacted. – Why it worked – explain why the phrase or technique was effective. – Technique – which methodology or tactic was used (e.g., SPICED questioning, storytelling, urgency creation, consultative guidance). – Type of practice: – Common technique – can be taught to others. – Individual technique – unique insight, charisma, successful tone or unconventional logic. <p>Only include actions that had a meaningful impact on the conversation in favour of the Salesperson. Clever jokes or standout moments can also be included if they triggered a noticeable reaction from the Client.</p> <p>Important: Verify the roles before evaluation. The Salesperson is a consultant from JoomPro who helps clients optimise import operations — from sourcing and negotiating with suppliers to coordinating logistics, customs, financing, custom services and best practices. JoomPro provides end-to-end import management, quality control and analytics. In transcripts, the company name may appear under various spellings or transcription errors; treat all of the following as referring to the same company: “JoomPro,” “Joom Pro,” “JumPro,” “Jum Pro,” “Jumpro,” “JomPro,” “JoonPro,” “Jompru,” “Joombro,” “Joompore,” “Joumpo,” “JunPro,” “GoomPro,” “JoomProo,” “Jumproh,” “Joumo Pro,” “Plataforma Joom,” “Plataforma de importação da Joom,” “Serviço JoomPro,” “serviço de importação,” “ZoomPro,” and similar variations.</p>
--	--

<p>Recomendations</p>	<p>[Recommendation] – this criterion is an exception. Use the word “Recommendation” as the score, and in the reasons field, write the following:</p> <p>Identify key mistakes made by the Salesperson that negatively impacted the conversation, caused rejection, reduced the Client’s interest, or hindered the sale. List at least 3 mistakes, if any.</p> <p>For each mistake, specify:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Salesperson’s phrase – quote the exact phrase or summarise its meaning. – Context – when it was said, what the Client said before, how the Client reacted, and what the outcome was. – Better alternative – suggest a more effective way the phrase could have been delivered. – Expected effect – what would have changed in the conversation, which technique was applied, and how it would improve Client perception. <p>Also consider the following as mistakes if they occurred:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Not asking an important question (e.g., skipping parts of SPICED such as Impact or Critical Event). – Failing to clarify expectations, timelines or logistics challenges. – No follow-up attempt after the Client expressed interest or requested information. – No summary provided at the end of the call. – No specific next step suggested. – Ignoring or mishandling the Client’s reaction or objection. <p>Ignore minor issues (e.g., filler words, slips of the tongue) if they did not affect the outcome.</p> <p>Important: Verify the roles before evaluation. The Salesperson is a consultant from JoomPro who helps clients optimise import operations — from sourcing and negotiating with suppliers to coordinating logistics, customs, financing, custom services and best practices. JoomPro provides end-to-end import management, quality control and analytics. In transcripts, the company name may appear under various spellings or transcription errors; treat all of the following as referring to the same company: “JoomPro,” “Joom Pro,” “JumPro,” “Jum Pro,” “Jumpro,” “JomPro,” “JoonPro,” “Jompru,” “Joombro,” “Joompopo,” “Joumpo,” “JunPro,” “GoomPro,” “JoomProo,” “Jumproh,” “Joumo Pro,” “Plataforma Joom,” “Plataforma de importação da Joom,” “Serviço JoomPro,” “serviço de importação,” “ZoomPro,” and similar variations.</p>
<p>41</p>	<p>41. Salesperson: Areas for Improvement</p>

	<div data-bbox="936 145 1816 188" data-label="Text"> <p>[Recommendation] – this criterion is an exception. Use the word “Recommendation” as the score, and in the reasons field, write the following:</p> </div> <div data-bbox="936 212 1816 253" data-label="Text"> <p>Based on the entire transcript, provide a detailed but concise profile of the Client. Focus on insights that can be used to improve sales, service presentation, and marketing. Use the following structure:</p> </div> <div data-bbox="936 277 1816 679" data-label="List-Group"> <p>A) Psychological and business profile of the Client</p> <ul style="list-style-type: none"> – What is the Client’s communication and decision-making style What is their level of confidence – Did they show initiative, hesitation, fear, interest — include quotes. – Any behavioral traits: do they interrupt, listen attentively, ignore, agree quickly – State the Client’s name and any contact details if mentioned. <p>B) Client’s goals and priorities</p> <ul style="list-style-type: none"> – What problems are they trying to solve: reduce lead time, gain import predictability, control costs, expand product range, reduce manual workload – What concerns or pain points were mentioned — e.g., quality risks, unreliable suppliers, inventory misalignment, seasonality challenges – What are they hoping to achieve by partnering with JoomPro, and in what time frame – Include quotes that show their motivation. <p>C) Additional insights and suggestions</p> <ul style="list-style-type: none"> – What marketing insights can be drawn from this case (wording, triggers, terms, channels) – Which unique selling points could be more effective – Which formats, pilot terms or materials might influence their decision – What does this say about the segment/persona/market — can it be scaled to similar clients </div> <div data-bbox="936 703 1816 745" data-label="Text"> <p>Use this criterion as a research summary. It helps identify growth opportunities for the business — from scripts and USPs to product packaging and marketing.</p> </div> <div data-bbox="936 769 1816 936" data-label="Text"> <p>Important: Verify the roles before evaluation. The Salesperson is a consultant from JoomPro who helps clients optimise import operations — from sourcing and negotiating with suppliers to coordinating logistics, customs, financing, custom services and best practices. JoomPro provides end-to-end import management, quality control and analytics. In transcripts, the company name may appear under various spellings or transcription errors; treat all of the following as referring to the same company: “JoomPro,” “Joom Pro,” “JumPro,” “Jum Pro,” “Jumpro,” “JomPro,” “JoonPro,” “Jompru,” “Joombro,” “Joomporo,” “Joumpo,” “JunPro,” “GoomPro,” “JoomProo,” “Jumproh,” “Joumo Pro,” “Plataforma Joom,” “Plataforma de importação da Joom,” “Serviço JoomPro,” “serviço de importação,” “ZoomPro,” and similar variations.</p> </div>
--	--

	<p>[Number] — specify what percentage of the total active dialogue time was occupied by the Salesperson's speech. The calculation should be based on the transcript's timestamps. Indicate the result rounded to the nearest whole number (e.g., 48%).</p> <p>Determine the duration of the active dialogue — from the first utterance of the Salesperson or Client to the last. Do not include the answering machine, secretary/operator, silence, intros, or pauses before the start of the conversation.</p> <p>Sum the total duration of all the Salesperson's utterances in this interval (use the start and end timestamps, or the next speaker's start time).</p> <p>Divide the total speech time of the Salesperson by the total duration of the active dialogue, multiply by 100, and round to the nearest whole number.</p> <p>Important:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Important: Verify the roles before evaluation. The Salesperson is a consultant from JoomPro who helps clients optimise import operations — from sourcing and negotiating with suppliers to coordinating logistics, customs, financing, custom services and best practices. JoomPro provides end-to-end import management, quality control and analytics. In transcripts, the company name may appear under various spellings or transcription errors; treat all of the following as referring to the same company: "JoomPro," "Joom Pro," "JumPro," "Jum Pro," "Jumpro," "JomPro," "JoonPro," "Jompru," "Joombro," "Joompore," "Joumpo," "JunPro," "GoomPro," "JoomProo," "Jumproh," "Joumo Pro," "Plataforma Joom," "Plataforma de importação da Joom," "Serviço JoomPro," "serviço de importação," "ZoomPro," and similar variations.. – If the Salesperson speaks more than 95% of the time, be sure to check the role accuracy. – If there is only one speaker throughout the transcript or the second speaker said less than three words, this is not considered a dialogue — mark it as [Empty]. – Use seconds for all calculations. <p>In the reasons field, specify:</p> <ul style="list-style-type: none"> – The total duration of the active dialogue – The time spoken by the Salesperson – The time spoken by the Client – The number of utterances for each – The final ratio <p>Example answer: Score: 61 Reasons: The dialogue lasted 366 seconds. The Salesperson spoke for 224 seconds, the Client — for 142 seconds. The Salesperson made 28 utterances, and the Client made 19. TalkRatio: $224 / 366 = 61\%$.</p>
--	--

43 43. Talk Ratio

Expert block	<div data-bbox="383 140 929 786">44</div> <div data-bbox="929 140 1825 786"> <p>44. Call structure: the actual script used by the Salesperson</p> </div> <div data-bbox="1825 140 2101 786"> <p>[1] — The conversation brought the Client closer to the purchase: the Client clearly expressed interest, agreement, gave a positive signal (ready to pay, wanted to proceed, agreed on the next step). [0] — The conversation did not lead to a result: the Client refused, remained doubtful, showed no interest, or the call ended without a specific decision.</p> <p>In the reasons field, write:</p> <p>A) Recreate the actual script the Salesperson used in this call – What steps did the Salesperson go through – In what order – How did they transition between topics – What was said at each stage (quotes or the meaning of phrases) B) Record the features of this script — what was done differently. Were there non-standard steps. What was missed. C) Indicate which elements of the script worked: where the Client showed interest, asked questions, responded positively D) Indicate which elements did not work: where the Client fell silent, showed doubt, raised objections, or did not respond</p> <p>The purpose of this criterion is to restore the real behavior model of the Salesperson, record its logic and outcome. This will allow comparing ""strong"" and ""weak"" scenarios across 100+ calls.</p> <p>Important: Verify the roles before evaluation. The Salesperson is a consultant from JoomPro who helps clients optimise import operations — from sourcing and negotiating with suppliers to coordinating logistics, customs, financing, custom services and best practices. JoomPro provides end-to-end import management, quality control and analytics. In transcripts, the company name may appear under various spellings or transcription errors; treat all of the following as referring to the same company: "JoomPro," "Joom Pro," "JumPro," "Jum Pro," "Jumpro," "JomPro," "JoonPro," "Jompru," "Joombro," "Joompson," "Joumpo," "JunPro," "GoomPro," "JoomProo," "Jumproh," "Joumo Pro," "Plataforma Joom," "Plataforma de importação da Joom," "Serviço JoomPro," "serviço de importação," "ZoomPro," and similar variations.</p> </div>
--------------	---

		45 45. SPICED methodology	<p>[Number] — as an evaluation, specify the final score for the call based on the SPICED methodology. Rate the conversation on a scale from 1 to 10, where 10 represents an exemplary application of all SPICED components. Analyze the entire call and assess how well the Salesperson followed each part of SPICED:</p> <p>S – Situation: Did the Salesperson understand the Client's current operations (import process, channels, team structure, suppliers)</p> <p>P – Pain: Did they uncover key challenges (inefficiencies, delays, cost issues, unreliable suppliers)</p> <p>I – Impact: Did they tie the pains to business outcomes and emotional implications, quantifying losses and highlighting urgency</p> <p>CE – Critical Event: Did they identify real-world triggers or deadlines that make the problem urgent</p> <p>D – Decision Process: Did they map decision stakeholders, criteria and approval steps</p> <p>For the rationale, specify:</p> <p>A) A breakdown of the SPICED components, with a score from 1 to 10 for the overall adherence.</p> <p>B) Why this score was assigned — provide examples from the call (phrases, situations, Client reactions) that illustrate how well (or poorly) the Salesperson applied SPICED.</p> <p>C) What should have been done to achieve 10/10 — give 2–3 specific examples of questions, phrases or techniques that would have strengthened the SPICED approach in this conversation.</p> <p>Example of your answer:</p> <p>Score: 7/10.</p> <p>– Situation: Salesperson asked about import channels and team structure but missed supplier tools.</p> <p>– Pain: Identified delays but did not explore cost impact.</p> <p>– ... (and so on for each component).</p> <p>To achieve 10/10, the Salesperson could have asked "What's the financial impact if shipments are delayed" and "Who else is involved in approving new partners", because it will help salesperson to... etc.</p> <p>Important: Verify the roles before evaluation. The Salesperson is a consultant from JoomPro who helps clients optimise import operations — from sourcing and negotiating with suppliers to coordinating logistics, customs, financing, custom services and best practices. JoomPro provides end-to-end import management, quality control and analytics. In transcripts, the company name may appear under various spellings or transcription errors; treat all of the following as referring to the same company: "JoomPro," "Joom Pro," "JumPro," "Jum Pro," "Jumpro," "JomPro," "JoonPro," "Jompru," "Joombro," "Joomporo," "Joumpo," "JunPro," "GoomPro," "JoomProo," "Jumproh," "Joumo Pro," "Plataforma Joom," "Plataforma de importação da Joom," "Serviço JoomPro," "serviço de importação," "ZoomPro," and similar variations.</p>	
		46 46. Successful Call	<p>Check if the Salesperson secured the Client's agreement to purchase, start a trial, or enter into a specific commercial agreement with JoomPro</p> <p>[1] — The Salesperson obtained the Client's agreement to purchase, subscribe or start a trial period, or the Client confirmed readiness to use JoomPro's services. This includes cases where the Client agreed to proceed with a pilot, demonstration or contract with defined terms.</p> <p>[0] — The Client did not agree, expressed doubts, postponed the decision, or the conversation ended without clear agreement on next steps toward purchase or trial.</p> <p>[Empty] — The call ended before sales or buying JoomPro services discussions could occur.</p> <p>In the rationale for the assessment, specify:</p> <p>— How exactly the Client confirmed readiness to buy or test JoomPro's services (quote or summary).</p> <p>— If the Client expressed doubts, how the Salesperson handled them.</p> <p>— Whether specific next steps were mentioned (e.g., follow-up call time, trial terms, payment arrangements, contract submission).</p> <p>Important: Verify the roles before evaluation. The Salesperson is a consultant from JoomPro who helps clients optimise import operations — from sourcing and negotiating with suppliers to coordinating logistics, customs, financing, custom services and best practices. JoomPro provides end-to-end import management, quality control and analytics. In transcripts, the company name may appear under various spellings or transcription errors; treat all of the following as referring to the same company: "JoomPro," "Joom Pro," "JumPro," "Jum Pro," "Jumpro," "JomPro," "JoonPro," "Jompru," "Joombro," "Joomporo," "Joumpo," "JunPro," "GoomPro," "JoomProo," "Jumproh," "Joumo Pro," "Plataforma Joom," "Plataforma de importação da Joom," "Serviço JoomPro," "serviço de importação," "ZoomPro," and similar variations.</p>	

<p>Call Results</p>	<p>To evaluate this criterion, it is necessary to determine the final scoring based on three parameters. The final scoring is the Score for this criterion. Check how target-oriented and promising the Client is for JoomPro, based on three key parameters: readiness to work with the platform, solvency, and the Client's need for JoomPro services.</p> <p>Three Evaluation Parameters to evaluate before calculation of the final scoring: A. Readiness to work with the platform. Rate readiness on a scale from 0 to 10 based on the dialogue, where: 10 — The Client is ready to start working with the platform in the near future. 5-9 — The Client is positively inclined but requires some additional work. 1-4 — The Client has doubts, discusses testing but does not give a clear agreement. 0 — The Client is not ready to work with the platform soon or categorically refused. Empty — The topic of readiness was not discussed.</p> <p>B. Solvency - Client's willingness to pay for the JoomPro service. Rate solvency on a scale from 0 to 10 based on the dialogue, where: 10 — The Client is ready to pay for the service or trial without additional questions. 5-9 — Installments or possible discounts were discussed, but without full confidence. 1-4 — The Client expresses doubts, seeks alternative options. 0 — The Client is not willing to pay or expressed that it is too expensive. Empty — The topic of payment was not raised in the conversation.</p> <p>C. Client's need - Client understanding of the value of JoomPro services for his business. Rate Client's need on a scale from 0 to 10 based on the dialogue, where: [10] — The Client clearly understands the value of JoomPro services for him and his business. [5-9] — The Client discusses some topics but is not fully convinced of its necessity. [1-4] — The Client doubts the value of JoomPro or does not fully understand why it is needed for his situation. [0] — The Client clearly stated that JoomPro services is not necessary. [Empty] — The topic of JoomPro services was not discussed.</p> <p>Final Scoring Evaluation: [0-30] — The total value based on the three parameters. If one of the parameters is marked as [Empty], it is summed up as 0.</p> <p>In the rationale for the assessment, specify: — Scores and justification for each parameter. — Examples of statements that influenced the assessment. — The final evaluation of the overall scoring and the general conclusion about the Client in the format: ""High readiness / Medium readiness / Low readiness"".</p> <p>Important: Verify the roles before evaluation. The Salesperson is a consultant from JoomPro who helps clients optimise import operations — from sourcing and negotiating with suppliers to coordinating logistics, customs, financing, custom services and best practices. JoomPro provides end-to-end import management, quality control and analytics. In transcripts, the company name may appear under various spellings or transcription errors; treat all of the following as referring to the same company: "JoomPro," "Joom Pro," "JumPro," "Jum Pro," "Jumpro," "JomPro," "JoonPro," "Jompru," "Joombro," "Joompson," "Joumpo," "JunPro," "GoomPro," "JoomProo," "Jumproh," "Joumo Pro," "Plataforma Joom," "Plataforma de importação da Joom," "Serviço JoomPro," "serviço de importação," "ZoomPro," and similar variations.</p>
	<p>47 47. Final Client Scoring</p>

Filters	48	<p>48. Call interruption or breakdown</p>	<p>Check if the call was interrupted before reaching a logical conclusion</p> <p>[1] — The call ended abruptly without a logical farewell (e.g., no “goodbye” or final phrases). This includes situations where:</p> <ul style="list-style-type: none"> – The dialogue was clearly ongoing but suddenly stopped; – The Client said they couldn’t talk at the moment or asked to call back later; – There were connection issues, dropouts or long pauses, and the call ended unnaturally. <p>[0] — The conversation was complete and ended logically. This includes situations where:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Participants said goodbye; – The call ended with a final phrase, even if the Client refused to purchase; – There were no technical issues, and the conversation reached a natural conclusion. <p>In the evaluation reasoning, provide context: Describe how the call ended. Specify if it was interrupted or concluded logically. Note any technical issues or explicit requests to call back later.</p> <p>Important: Verify the roles before evaluation. The Salesperson is a consultant from JoomPro who helps clients optimise import operations — from sourcing and negotiating with suppliers to coordinating logistics, customs, financing, custom services and best practices. JoomPro provides end-to-end import management, quality control and analytics. In transcripts, the company name may appear under various spellings or transcription errors; treat all of the following as referring to the same company: “JoomPro,” “Joom Pro,” “JumPro,” “Jum Pro,” “Jumpro,” “JomPro,” “JoonPro,” “Jompru,” “Joombro,” “Joomboro,” “Joumpo,” “JunPro,” “Goombro,” “JoomProo,” “Jumproh,” “Joumo Pro,” “Plataforma Joom,” “Plataforma de importação da Joom,” “Serviço JoomPro,” “serviço de importação,” “ZoomPro,” and similar variations.</p>
	49	<p>49. Follow-up call after interruption</p>	<p>Check if the call starts as a continuation of a previous conversation</p> <p>[1] — The call appears to start from the middle, indicating a follow-up after a prior interaction. Indicators:</p> <ul style="list-style-type: none"> – There is no greeting, introduction, or explanation of who is calling and why; – The Salesperson immediately proceeds to clarifying questions, presentations or discussing details; – The Salesperson refers to previous contact (“as we talked about earlier,” “let’s continue,” “you mentioned last time...”); – The Client indicates prior contact (“yes, we already discussed,” “you called me,” “I remember”); – The Salesperson does not ask the Client’s name, goals or motivation, acting as if they already know them. <p>[0] — The call starts as a new contact. Indicators:</p> <ul style="list-style-type: none"> – There is a greeting and introduction (e.g., “Hello, this is ... from JoomPro”); – The Salesperson checks if it’s convenient to talk and asks initial questions (situation, motivation, experience, whether the Client has used import management solutions); – The Client clearly speaks to this Salesperson for the first time, with no references to previous dialogue. <p>Evaluate only the first 1–3 minutes of the conversation. This filter helps distinguish initial calls from follow-ups after a pause.</p> <p>Important: Verify the roles before evaluation. The Salesperson is a consultant from JoomPro who helps clients optimise import operations — from sourcing and negotiating with suppliers to coordinating logistics, customs, financing, custom services and best practices. JoomPro provides end-to-end import management, quality control and analytics. In transcripts, the company name may appear under various spellings or transcription errors; treat all of the following as referring to the same company: “JoomPro,” “Joom Pro,” “JumPro,” “Jum Pro,” “Jumpro,” “JomPro,” “JoonPro,” “Jompru,” “Joombro,” “Joomboro,” “Joumpo,” “JunPro,” “Goombro,” “JoomProo,” “Jumproh,” “Joumo Pro,” “Plataforma Joom,” “Plataforma de importação da Joom,” “Serviço JoomPro,” “serviço de importação,” “ZoomPro,” and similar variations.</p>

	50	<p>50. Client has imported goods before</p>	<p>Check if the Client has imported goods before.</p> <p>[1] — The Client confirmed that they have imported goods in the past. Indicators include:</p> <ul style="list-style-type: none"> – In response to the Salesperson's question ("Have you imported goods before"), the Client answered affirmatively; – The Client voluntarily mentioned prior import experience; – References to past import arrangements (e.g., "We used to import directly," "We had shipments from China") are made during the call. <p>[0] — The Client indicated that they have never imported goods before or clearly stated they are new to import. Indicators include:</p> <ul style="list-style-type: none"> – The Client responded "no" to questions about past import experience; – The Client explicitly said they have not dealt with importing goods and are looking to start. <p>In the evaluation reasoning, provide context:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Summarise how the Client's import experience (or lack thereof) was discussed. – Specify the Client's response to questions about import history. – Note whether the confirmation or denial of prior imports was clear and unambiguous. <p>Important: Verify the roles before evaluation. The Salesperson is a consultant from JoomPro who helps clients optimise import operations — from sourcing and negotiating with suppliers to coordinating logistics, customs, financing, custom services and best practices. JoomPro provides end-to-end import management, quality control and analytics. In transcripts, the company name may appear under various spellings or transcription errors; treat all of the following as referring to the same company: "JoomPro," "Joom Pro," "JumPro," "Jum Pro," "Jumpro," "JomPro," "JoonPro," "Jompru," "Joombro," "Jooporo," "Joumpo," "JunPro," "GoomPro," "JoomProo," "Jumproh," "Joumo Pro," "Plataforma Joom," "Plataforma de importação da Joom," "Serviço JoomPro," "serviço de importação," "ZoomPro," and similar variations.</p>
--	----	---	---

	Номер	Название критерия	Промпт	
Установление контакта	1	1. Представился как сотрудник Алгоритмики	<p>Проверь, представился ли Продавец как сотрудник Международной школы программирования Алгоритмика и дал понять, что звонит от этой школы, а также задал ли в начале разговора вопрос о том, удобно ли Клиенту говорить</p> <p>[1] — Продавец сообщил, что он из школы Алгоритмика или использовал производные формы названия, которые однозначно указывают на школу Алгоритмика и понятны Клиенту например алгоритмика из алгоритмики школа алгоритмика алгоритмиков алгоритмикам алгоритмами алгоритмов алгоритмиками возможная оговорка ритмика если по контексту ясно что имеется в виду школа Алгоритмика и в начале разговора уточнил у Клиента удобно ли говорить.</p> <p>[0] — Хотя бы одно из условий не выполнено Продавец не сообщил что он из школы Алгоритмика и или не уточнил у Клиента удобно ли говорить.</p> <p>[Пусто] — Разговор прервался до момента приветствия или представления и не было возможности уточнить удобство разговора.</p> <p>В обосновании укажи:</p> <p>А) дословную формулировку представления</p> <p>Б) в какой части разговора прозвучало представление начало после уточнения имени позже</p> <p>В) как именно упомянуто название компании точное Алгоритмика или производная форма если оговорка ритмика поясни почему по контексту понятно что речь об Алгоритмике</p> <p>Г) если представление было неявным но по совокупности фраз понятно что это Алгоритмика опиши контекст</p> <p>Д) дословную формулировку вопроса об удобстве говорить</p> <p>Е) на каком этапе прозвучал вопрос первые 1–2 реплики после приветствия или позже</p> <p>Ж) как ответил Клиент да нет предложил другое время и что сделал Продавец дальше перенес сократил разговор проигнорировал</p> <p>З) если формулировка была неявной например есть минутка поясни почему она засчитывается как проверка удобства.</p> <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник Международной школы программирования Алгоритмика (в транскрипции название "Алгоритмика" может быть написано как "алгоритмиков", "ритмика", "алгоритмикам", "алгоритмами", "алгоритмов", "алгоритмиками"), предлагающий и продающий Клиенту образовательный курс для ребенка Клиента.</p>	
	2	2. Объяснил цель звонка	<p>Проверь, объяснил ли Продавец цель звонка для Клиента.</p> <p>[1] — Продавец чётко обозначил цель звонка (зачем он звонит и что планирует обсудить).</p> <p>[0] — Продавец не объяснил, зачем он звонит, и не обозначил цель разговора.</p> <p>[Пусто] — Разговор прервался до момента приветствия или представления.</p> <p>В обосновании укажи:</p> <p>А) Дословную формулировку цели звонка</p> <p>Б) На каком этапе прозвучало объяснение (сразу после приветствия, позже)</p> <p>В) Суть озвученной цели (например, обсудить программу, уточнить впечатления от мини-курса, рассказать о курсе)</p> <p>Г) Если формулировка была расплывчатой или неявной, поясни, почему она не засчитывается как цель.</p> <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник Международной школы программирования Алгоритмика (в транскрипции название "Алгоритмика" может быть написано как "алгоритмиков", "ритмика", "алгоритмикам", "алгоритмами", "алгоритмов", "алгоритмиками"), предлагающий и продающий Клиенту образовательный курс для ребенка Клиента.</p>	

	3	3. Обращение к Клиенту и Ребенку по имени	<p>Проверь, обращался ли Продавец к Клиенту по имени не менее двух раз в ходе разговора и обращался ли Продавец к ребёнку Клиента по имени не менее двух раз в ходе разговора.</p> <p>[1] — Продавец как минимум дважды обратился к Клиенту по имени и как минимум дважды назвал имя ребёнка Клиента.</p> <p>[0] — Продавец обратился по имени к Клиенту один раз или не обращался вообще, или назвал имя ребёнка Клиента один раз или не назвал вовсе.</p> <p>[Пусто] — Клиент прямо отказался называть своё имя или имя своего ребёнка или невозможно распознать эти имена из-за искажений транскрипции.</p> <p>В обосновании укажи:</p> <p>А) Сколько раз было обращение по имени к Клиенту и к ребёнку Клиента</p> <p>Б) Какие имена использовались</p> <p>В) Приведи все цитаты, содержащие имя Клиента и имя ребёнка.</p> <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник Международной школы программирования Алгоритмика (в транскрипции название "Алгоритмика" может быть написано как "алгоритмиков", "ритмика", "алгоритмикам", "алгоритмами", "алгоритмов", "алгоритмиками"), предлагающий и продающий Клиенту образовательный курс для ребенка Клиента.</p>	
	4	4. Выяснение заинтересованности ребенка в программировании	<p>Проверь, сформировал ли Продавец портрет ребёнка, а не только выяснил интерес к программированию.</p> <p>[1] — Продавец выяснил минимум 3 из 4 блоков портрета или Клиент сам сообщил эти сведения: 1) чем ребёнок занимается и как учится, 2) хобби и кружки, 3) уровень активности и усидчивости, 4) профиль — «спортник», творческий или технарь. Учитывай смежные формулировки, однозначно раскрывающие соответствующие блоки. Допускается использование вопросов из скрипта.</p> <p>[0] — Продавец не сформировал портрет ребёнка (раскрыто меньше 3 блоков) и Клиент сам не сообщил необходимых сведений, либо обсуждение свелось к общим фразам без конкретики.</p> <p>[Пусто] — Разговор прервался до этапа Выявления потребностей.</p> <p>В обосновании укажи:</p> <p>А) Какие блоки из 1–4 были раскрыты и за счёт каких вопросов или фраз (приведи цитаты)</p> <p>Б) Что ответил Клиент по каждому раскрытому блоку (приведи цитаты)</p> <p>В) Если зачёт идёт по смежным формулировкам, опиши контекст, который однозначно подтверждает принадлежность к нужному блоку</p> <p>Рекомендуемые вопросы из скрипта или аналогичные формулировки по смыслу:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Как успехи у ребёнка в школе? Какие предметы больше всего нравятся? - Чем ещё интересуется ребёнок вне школы? Какие кружки посещает? - Насколько ребёнок активный? Он или она более усидчивый(ая) или активный(ая)? - Ребёнок больше технарь или гуманитарий? Какой тип задач или игр больше всего нравится вашему ребёнку? <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник Международной школы программирования Алгоритмика (в транскрипции название "Алгоритмика" может быть написано как "алгоритмиков", "ритмика", "алгоритмикам", "алгоритмами", "алгоритмов", "алгоритмиками"), предлагающий и продающий Клиенту образовательный курс для ребёнка Клиента.</p>	

5	5. Сформировал портрет Клиента	<p>Проверь, сформировал ли Продавец портрет родителя: узнал имя клиента, выявил приоритет как у родителя и уточнил критерии выбора школы.</p> <p>[1] — Выполнены оба блока. 1) Продавец уточнил имя клиента и предложил на выбор минимум два варианта родительской потребности из списка А–Е в перефразированной форме, либо Клиент сам обозначил потребность. 2) Продавец уточнил как минимум один критерий выбора школы из списка Ж–К, либо Клиент сам обозначил такой критерий. Учитывай смежные формулировки, которые однозначно попадают в соответствующие пункты.</p> <p>[0] — Выполнен только один из блоков, либо данные собраны без конкретики и выбора из вариантов, либо имя клиента не зафиксировано.</p> <p>[Пусто] — Разговор прервался до этапа Выявления потребностей или тема портрета родителя не обсуждалась.</p> <p>Блок 1. Родительская потребность — Продавец предлагает на выбор минимум два варианта в перефразе</p> <p>А. отвлечь от игр Б. перспективное будущее В. повышение успеваемости Г. профориентация Д. компьютерная грамотность Е. усидчивость и дисциплина</p> <p>Блок 2. Критерии выбора школы — прозвучал хотя бы один пункт</p> <p>Ж. обратная связь от преподавателя З. платформа И. гибкое расписание К. наглядность обучения в виде проектной деятельности</p> <p>Рекомендуемые вопросы</p> <p>— Как к вам обращаться — Что для вас важно как для родителя в первую очередь — например отвлечь от игр или сделать упор на перспективное будущее — Что для вас критично при выборе школы — например обратная связь от преподавателя или гибкое расписание</p> <p>В обосновании укажи</p> <p>А) Имя клиента и цитату, подтверждающую как его зафиксировали Б) Какие два варианта потребности предлагал Продавец и что выбрал Клиент, приведи цитаты В) Какой критерий выбора школы уточнил Продавец или озвучил Клиент, приведи цитату Г) Если использованы смежные формулировки, поясни к каким пунктам они относятся</p> <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник Международной школы программирования Алгоритмика (в транскрипции название "Алгоритмика" может быть написано как "алгоритмиков", "ритмика", "алгоритмикам", "алгоритмами", "алгоритмов", "алгоритмиками"), предлагающий и продающий Клиенту образовательный курс для ребёнка Клиента.</p>	
---	--------------------------------	---	--

Выявление потребности	6	6. Качество выявления потребностей клиента	<p>[Число] — укажи доли открытых закрытых и альтернативных вопросов в блоке выявления потребностей. Расчёт делается по количеству вопросов каждого типа от общего числа вопросов этого блока. Результаты укажи округлив до ближайших 5% например 35% 45% 20%</p> <p>Классификация</p> <p>Открытые — предполагают развернутый ответ. Признаки что как почему какие расскажите опишите приведите пример</p> <p>Закрытые — предполагают да или нет или краткое подтверждение. Признаки удобно ли есть ли готовы ли верно ли подтвердите</p> <p>Альтернативные — дают выбор из вариантов. Признаки а или б предпочтительнее х или у 60 или 90 минут онлайн или офлайн</p> <p>Как считать</p> <ul style="list-style-type: none"> – Определи границы блока выявления потребностей с первого вопроса по потребностям до начала презентации продукта – Считай отдельной единицей каждую реплику с вопросительной интонацией или явным вопросительным словом относящуюся к потребностям – Серию быстрых уточнений считай по числу самостоятельных вопросов – Сложный вопрос с вариантами классифицируй по доминирующему типу – Не учитывай смоллток проверку связи и организационные вопросы не относящиеся к потребностям <p>Правила расчёта</p> <ul style="list-style-type: none"> – Подсчитай количество вопросов каждого типа – Сложи общее число вопросов – Для каждого типа раздели его количество на общее число вопросов умножь на 100 и округли до ближайших 5% – Верни три значения в процентах в порядке Закрытые Открытые Альтернативные <p>Важно</p> <ul style="list-style-type: none"> – Если всего вопросов меньше трёх поставь [Пусто] – Если доля какого то типа выше 95% перепроверь классификацию и границы блока – Все расчёты делай в штуках и процентах – Перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник Международной школы программирования Алгоритмика в транскрипции название Алгоритмика может быть написано как алгоритмиков ритмика алгоритмикам алгоритмами алгоритмов алгоритмиками предлагающий и продающий Клиенту образовательный курс для ребенка Клиента <p>В обосновании укажи</p> <ul style="list-style-type: none"> – Общее число вопросов и границы блока – Подсчёт по категориям и доли после округления – По одному примеру реплики для каждого типа с цитатой если возможно – Короткий вывод по балансу вопросов <p>Пример ответа</p> <p>Оценка: Закрытые 35% Открытые 45% Альтернативные 20%</p> <p>Обоснование: В блоке выявления потребностей 20 вопросов. Закрытые — 7 35% Открытые — 9 45% Альтернативные — 4 20%. Доли рассчитаны как 7 из 20 = 35% 9 из 20 = 45% 4 из 20 = 20%. Примеры закрытый удобно ли вам обсуждать сейчас открытый расскажите что для вас важно при выборе обучения альтернативный онлайн или офлайн.</p> <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник Международной школы программирования Алгоритмика (в транскрипции название "Алгоритмика" может быть написано как "алгоритмиков", "ритмика", "алгоритмикам", "алгоритмами", "алгоритмов", "алгоритмиками"), предлагающий и продающий Клиенту образовательный курс для ребёнка Клиента.</p>
-----------------------	---	--	---

7	7. Передача обратной связи от преподавателя	<p>Проверь, озвучил ли Продавец обратную связь от преподавателя о результатах ребёнка или самостоятельно подытожил результаты ребёнка по выполненным заданиям.</p> <p>[1] — Продавец озвучил клиенту обратную связь от преподавателя о результатах ребёнка или самостоятельно подытожил результаты ребёнка по выполненным заданиям.</p> <p>[0] — Продавец не озвучил обратную связь от преподавателя и не подытожил самостоятельно результаты ребёнка по выполненным заданиям.</p> <p>[Пусто] — Разговор прервался до этапа Выявления потребностей.</p> <p>В обосновании укажи:</p> <p>А) Использовал ли Продавец эту обратную связь для мотивации Клиента продолжить обучение. Если да, то как, приведи цитату.</p> <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник Международной школы программирования Алгоритмика (в транскрипции название ""Алгоритмика"" может быть написано как ""алгоритмиков", ""ритмика", ""алгоритмикам", ""алгоритмами", ""алгоритмов", ""алгоритмиками""), предлагающий и продающий Клиенту образовательный курс для ребёнка Клиента.</p>	
8	8. Резюмирование потребностей перед презентацией продукта	<p>Проверь, подвёл ли Продавец промежуточный итог после выявления потребностей и до презентации продукта, кратко озвучив потребности клиента, интересы или увлечения ребёнка и цели родителя, чтобы структурировать разговор и подтвердить понимание запроса перед переходом к презентации. Дополнительно проверь, что если в разговоре ранее упоминались наблюдения преподавателя или итоги пробного занятия, Продавец сослался на преподавателя как на источник этих наблюдений.</p> <p>[1] — Продавец подвёл промежуточный итог перед презентацией, кратко озвучив выявленные потребности клиента, интересы или увлечения ребёнка и цели родителя, а при наличии ссылок на наблюдения преподавателя корректно указал, что это сказал преподаватель.</p> <p>[0] — Продавец не подвёл промежуточный итог перед презентацией, либо подвёл, но при наличии ранее упомянутых наблюдений преподавателя не сослался на преподавателя как на источник. Переход к презентации произошёл без резюмирования потребностей клиента, интересов ребёнка и целей родителя, либо этап резюмирования отсутствовал.</p> <p>[Пусто] — В разговоре отсутствует этап Выявления потребностей или отсутствует этап Презентации продукта.</p> <p>В обосновании укажи:</p> <p>А) Какие именно потребности, интересы ребёнка и цели родителя были озвучены в резюме, если применим</p> <p>Б) В какой момент разговора произошло резюмирование</p> <p>В) Была ли ссылка на преподавателя и как она прозвучала, приведи цитату, если применим</p> <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник Международной школы программирования Алгоритмика (в транскрипции название ""Алгоритмика"" может быть написано как ""алгоритмиков", ""ритмика", ""алгоритмикам", ""алгоритмами", ""алгоритмов", ""алгоритмиками""), предлагающий и продающий Клиенту образовательный курс для ребёнка Клиента.</p>	

	9	9. Сбор информации	<p>15. Сбор информации от родителя</p> <p>Проверь собрал ли Продавец ключевую информацию от родителя был ли родитель на третьем уроке слышал ли ранее про языки и среды программирования Python Scratch Lua Roblox Roblox Studio Unity моды в Minecraft робототехника что важно при выборе обучения для ребенка направляй на ответ если Клиент затрудняется.</p> <p>[1] — Продавец уточнил был ли родитель на третьем уроке выяснил осведомленность о языках или средах программирования и зафиксировал что важно при выборе обучения для ребенка хотя бы в одном измерении будущее успеваемость дополнительный кружок или другое своими словами или по ответам клиента.</p> <p>[0] — хотя бы одна из частей не выполнена не уточнялся третий урок или не выяснялась осведомленность о языках или не зафиксированы приоритеты выбора обучения ответы общие без конкретики.</p> <p>[Пусто] — разговор прервался до этапа выявления потребностей.</p> <p>В обосновании укажи:</p> <p>А) был ли задан вопрос про третий урок и что ответил Клиент приведи цитату и таймкод</p> <p>Б) что Клиент говорил об осведомленности Python Scratch Lua Roblox Roblox Studio Unity моды в Minecraft робототехника приведи цитаты и таймкоды</p> <p>В) что важно при выборе обучения для ребенка и к какому направлению это относится будущее успеваемость дополнительный кружок или другое приведи цитаты</p> <p>Г) если Клиент затруднялся какие направляющие вопросы использовал Продавец и к какому результату это привело</p> <p>Д) если часть информации отсутствует укажи что именно не прозвучало.</p> <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник Международной школы программирования Алгоритмика (в транскрипции название "Алгоритмика" может быть написано как "алгоритмиков", "ритмика", "алгоритмикам", "алгоритмами", "алгоритмов", "алгоритмиками"), предлагающий и продающий Клиенту образовательный курс для ребенка Клиента.</p>	
--	---	--------------------	--	--

Презентация	10	10. Презентация индивидуального формата обучения	<p>Проверь, провёл ли Продавец полноценную презентацию индивидуального формата, озвучив обязательные пункты.</p> <p>[1] — Продавец провёл полноценную презентацию индивидуального формата, озвучив как минимум 4 из 7 обязательных пунктов. [0] — Продавец озвучил 4 или меньше обязательных пунктов. [Пусто] — Индивидуальный формат не обсуждался или из разговора понятно, что Продавец ранее уже презентовал индивидуальный формат обучения Клиенту.</p> <p>Обязательные пункты для презентации индивидуального формата:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Длительность урока 60 минут 2. Бесплатная отмена занятия за 24 часа через службу «Заботы» 3. Расписание формируется под клиента 4. Возможность заморозки обучения до 3 месяцев 5. Педагог подстраивает темп обучения под ребёнка 6. Формат 1 на 1 с преподавателем 7. Сертификат после завершения курса <p>В обосновании укажи: А) Какие пункты из списка были названы, выпиши все Б) Как отреагировал Клиент, если была реакция.</p> <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник Международной школы программирования Алгоритмика (в транскрипции название "Алгоритмика" может быть написано как "алгоритмиков", "ритмика", "алгоритмикам", "алгоритмами", "алгоритмов", "алгоритмиками"), предлагающий и продающий Клиенту образовательный курс для ребенка Клиента.</p>	
	11	11. Презентация группового формата обучения	<p>Проверь, провёл ли Продавец полноценную презентацию группового формата, озвучив обязательные пункты.</p> <p>[1] — Продавец провёл полноценную презентацию группового формата, озвучив как минимум 4 из 5 обязательных пунктов. [0] — Продавец озвучил 4 или меньше обязательных пунктов. [Пусто] — В звонке групповой формат вообще не обсуждался ни напрямую, ни косвенно, либо в звонке презентовался только индивидуальный формат без каких-либо упоминаний группового.</p> <p>Обязательные пункты для презентации группового формата:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Длительность уроков 90 минут 2. Группы занимаются в конкретные дни недели по фиксированному расписанию 3. В случае пропуска 1–2 занятий можно отработать платно 1 на 1 с преподавателем стоимость 1000 рублей 4. В группе до 9 человек максимум 5. После завершения курса выдаётся сертификат. <p>В обосновании укажи: А) Какие пункты из списка были названы, выпиши все Б) Как отреагировал Клиент, если была реакция В) Если установлен [Пусто], укажи, что групповой формат не обсуждался и приведи цитаты, подтверждающие, что обсуждался только индивидуальный формат, если это так.</p> <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник Международной школы программирования Алгоритмика (в транскрипции название "Алгоритмика" может быть написано как "алгоритмиков", "ритмика", "алгоритмикам", "алгоритмами", "алгоритмов", "алгоритмиками"), предлагающий и продающий Клиенту образовательный курс для ребенка Клиента.</p>	

12	12. Презентация тематического плана и проектов	<p>Проверь, провёл ли Продавец полноценную презентацию тематического плана выбранного курса и входящих в него проектов.</p> <p>[1] — Продавец провёл полноценную презентацию тематического плана выбранного курса и входящих в него проектов.</p> <p>[0] — Продавец не провёл презентацию тематического плана или провёл её поверхностно.</p> <p>[Пусто] — Разговор прервался до этапа Презентации продукта.</p> <p>Полноценная презентация тематического плана включает:</p> <p>А) Рассказ минимум о двух проектах, которые ребёнок создаст в процессе обучения.</p> <p>Б) Объяснение, чему ребёнок научится и какие навыки получит.</p> <p>В) Описание инструментов, которые будет использовать ребёнок.</p> <p>Г) Информацию о том, как полученные знания пригодятся в дальнейшем.</p> <p>В обосновании укажи:</p> <p>А) О каких проектах рассказал Продавец.</p> <p>Б) Какие навыки и результаты обучения были упомянуты.</p> <p>В) Насколько детально была представлена информация о тематическом плане курса.</p> <p>Г) Сформулируй, как было бы правильнее презентовать исходя из выявленных потребностей.</p> <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник Международной школы программирования Алгоритмика (в транскрипции название "Алгоритмика" может быть написано как "алгоритмиков", "ритмика", "алгоритмикам", "алгоритмами", "алгоритмов", "алгоритмиками"), предлагающий и продающий Клиенту образовательный курс для ребенка Клиента.</p>	
13	13. Озвучено количество уроков обучения, привязанное к целям и потребностям	<p>Проверь, озвучил ли Продавец количество уроков, исходя из структуры модулей курса.</p> <p>[1] — Продавец озвучил количество уроков, опираясь на состав модулей, их длительность и последовательность. Продавец связал пакет занятий с конкретными модулями или блоками программы, указал уровень и логику прохождения и пояснил, почему выбран именно такой объём.</p> <p>[0] — Продавец не озвучил количество уроков или назвал его без связи с модулями курса. Не было упоминаний структуры модулей, их длительности, уровня или последовательности как обоснования выбора пакета.</p> <p>[Пусто] — Разговор прервался до этапа Презентации продукта.</p> <p>В обосновании укажи:</p> <p>А) Сколько уроков предложил Продавец</p> <p>Б) На какие модули, их длительность и последовательность он ссылался, приведи цитаты</p> <p>В) Рекомендация Продавцу, как стоило связать количество уроков с модулями и их длительностью</p> <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник Международной школы программирования Алгоритмика (в транскрипции название "Алгоритмика" может быть написано как "алгоритмиков", "ритмика", "алгоритмикам", "алгоритмами", "алгоритмов", "алгоритмиками"), предлагающий и продающий Клиенту образовательный курс для ребенка Клиента.</p>	

14	14. Озвучил длительность обучения, исходя из частоты занятий, указанной Клиентом	<p>Проверь озвучил ли Продавец срок обучения исходя из выбранного пакета и связал ли пакет с длительностью. Учитывай что цена одинакова для 1, 2, 3 уроков в неделю говорим о сроке а не о частоте.</p> <p>[1] — Продавец озвучил общий срок обучения в месяцах или годах исходя из выбранного пакета и прямо связал пакет с длительностью.</p> <p>[0] — пакет обсуждался но Продавец не связал его с общим сроком обучения или называл срок без опоры на пакет или обсуждал количество уроков или условия оплаты без привязки к пакету.</p> <p>[Пусто] — пакет не был выбран или подтвержден и поэтому Продавец не мог озвучить срок обучения либо разговор не дошел до презентации цены.</p> <p>В обосновании укажи:</p> <p>А) какой срок обучения озвучил Продавец приведи цитату</p> <p>Б) какой пакет указан и кем приведи цитату</p> <p>В) фразу в которой срок прямо связан с выбранным пакетом если связи не было кратко поясни почему установлен [0] или [Пусто].</p> <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник Международной школы программирования Алгоритмика (в транскрипции название "Алгоритмика" может быть написано как "алгоритмиков", "ритмика", "алгоритмикам", "алгоритмами", "алгоритмов", "алгоритмиками"), предлагающий и продающий Клиенту образовательный курс для ребенка Клиента.</p>	
15	15. Узнал, есть ли возражения перед презентацией цены	<p>Проверь сверился ли Продавец что предстоящая презентация и предложенные форматы соответствуют запросу клиента и ранее выявленным потребностям до озвучивания цены учитывая эквиваленты и ссылку на зафиксированные проблемы.</p> <p>[1] — до презентации цены Продавец задал как минимум один явный вопрос о соответствии форматов или проектов запросу клиента и связал его с ранее выявленными потребностями клиент подтвердил или дал корректировку допускается если Клиент сам озвучил соответствие а Продавец это зафиксировал.</p> <p>[0] — Продавец не сверился с запросом клиента перед презентацией цены или задал общий вопрос без привязки к потребностям или сверка произошла после озвучивания цены.</p> <p>[Пусто] — в звонке отсутствует презентация цены или разговор прервался до момента сверки.</p> <p>В обосновании укажи:</p> <p>А) какую потребность или проблему использовал Продавец для сверки приведи цитату</p> <p>Б) дословные вопросы Продавца для сверки и ответы Клиента с таймкодами</p> <p>В) был ли явный вывод что формат и содержание презентации соответствуют запросу или нужна корректировка.</p> <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник Международной школы программирования Алгоритмика (в транскрипции название "Алгоритмика" может быть написано как "алгоритмиков", "ритмика", "алгоритмикам", "алгоритмами", "алгоритмов", "алгоритмиками"), предлагающий и продающий Клиенту образовательный курс для ребенка Клиента.</p>	

Работа с возражениями	16	16. Присоединился к возражениям Клиента	<p>Проверь, корректно ли Продавец присоединился ко всем возражениям Клиента, используя фразы сочувствия, понимания или поддержки.</p> <p>[1] — Продавец корректно присоединился ко всем возражениям Клиента, используя фразы сочувствия, понимания или поддержки. [0] — Продавец не присоединился к возражениям вообще или присоединился только к одному, игнорируя остальные. [Пусто] — Клиент не высказывал никаких возражений на протяжении звонка.</p> <p>В обосновании укажи: А) Какие возражения озвучил Клиент. Б) К каким возражениям присоединился Продавец, укажи цитаты. В) Какие возражения остались без присоединения. Г) Сделай вывод, была ли демонстрация эмпатии, согласия, понимания.</p> <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник Международной школы программирования Алгоритмика (в транскрипции название "Алгоритмика" может быть написано как "алгоритмиков", "ритмика", "алгоритмикам", "алгоритмами", "алгоритмов", "алгоритмиками"), предлагающий и продающий Клиенту образовательный курс для ребенка Клиента.</p>	
	17	17. Отработка возражений	<p>Проверь, отработал ли Продавец все возражения Клиента, подобрав весомые и релевантные аргументы, соответствующие сути сомнений Клиента.</p> <p>[1] — Продавец отработал все возражения Клиента максимум четыре, используя весомые, релевантные аргументы, связанные с сутью сомнений Клиента и не общие или формальные. [0] — Продавец не отработал хотя бы одно возражение, проигнорировал его или использовал слабые или шаблонные аргументы. [Пусто] — Клиент не высказывал никаких возражений на протяжении звонка.</p> <p>В обосновании укажи: А) Выпиши не более четырёх возражений, озвученных Клиентом Б) Приведи реакцию Продавца на каждое из них, короткое описание и цитата В) Оцени, насколько аргумент был уместным, конкретным и связанным с запросом Клиента Г) Сделай вывод по каждому возражению, отработано, частично отработано, не отработано.</p> <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник Международной школы программирования Алгоритмика (в транскрипции название "Алгоритмика" может быть написано как "алгоритмиков", "ритмика", "алгоритмикам", "алгоритмами", "алгоритмов", "алгоритмиками"), предлагающий и продающий Клиенту образовательный курс для ребенка Клиента.</p>	

	18	18. Фин возможности Клиента	<p>Проверь уточнил ли Продавец комфортный бюджет в месяц и зафиксировал его менеджер должен спросить какая цена в месяц ок учитывая эквиваленты комфортная цена в месяц ежемесячный платеж диапазон в месяц сколько готовы платить ежемесячно допускается если Клиент сам сообщил эту информацию</p> <p>[1] — Продавец прямо спросил про комфортную цену в месяц или Клиент сам сообщил и бюджет зафиксирован как конкретная сумма или диапазон в месяц</p> <p>[0] — Продавец не уточнил бюджет в месяц и Клиент его не сообщил обсуждались цены без проверки комфортного ежемесячного диапазона или только разовые суммы или стоимость за урок без перевода в ежемесячный бюджет</p> <p>[Пусто] — разговор прервался до обсуждения стоимости и условий оплаты</p> <p>В обосновании укажи:</p> <p>А) как именно Продавец спросил про бюджет в месяц или какая фраза Клиента содержит бюджет приведи цитату</p> <p>Б) какой бюджет или диапазон назвал Клиент приведи цитату</p> <p>В) если обсуждалась стоимость без привязки к месяцу опиши контекст и почему это не считается уточнением бюджета в месяц</p> <p>Г) если Клиент отказался называть бюджет укажи как это прозвучало</p> <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник Международной школы программирования Алгоритмика (в транскрипции название "Алгоритмика" может быть написано как "алгоритмиков", "ритмика", "алгоритмикам", "алгоритмами", "алгоритмов", "алгоритмиками"), предлагающий и продающий Клиенту образовательный курс для ребёнка Клиента.</p>	
	19	19. Озвучил, что есть скидка	<p>Проверь, сообщил ли Продавец, что Клиенту доступна скидка или оффер, и озвучил, сколько времени действует эта скидка/оффер.</p> <p>[1] — Продавец сказал, что есть скидка/оффер, и назвал срок действия (например: «48 часов», «двое суток», «до завтра», «до конца дня», «в течение N часов/дней» и т.п.). Засчитывай любые формулировки по смыслу, если понятен период действия.</p> <p>[0] — Продавец упомянул скидку/оффер, но срок действия не назвал, либо срок действия прозвучал расплывчато и его нельзя понять однозначно (например: «недолго», «в ближайшее время», «пока действует акция» без конкретики).</p> <p>[Пусто] — Скидки/офферы/акции в звонке не обсуждались.</p> <p>В обосновании укажи отдельным коротким абзацем:</p> <p>А) Как Продавец сформулировал наличие скидки/оффера, приведи цитату</p> <p>Б) Как Продавец сформулировал срок действия, приведи цитату</p> <p>В) Если установлен [0], укажи, чего не хватило (конкретного срока действия или однозначности), приведи цитату</p> <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник Международной школы программирования Алгоритмика (в транскрипции название "Алгоритмика" может быть написано как "алгоритмиков", "ритмика", "алгоритмикам", "алгоритмами", "алгоритмов", "алгоритмиками"), предлагающий и продающий Клиенту образовательный курс для ребёнка Клиента.</p>	изменилась формулировка

Презентация цены	20	20. Озвучил возможность оплаты в рассрочку	<p>Проверь, корректно ли Продавец презентовал оплату в рассрочку, объяснил что это такое, отметил что это популярный формат оплаты, предложил оформить, назвал конкретный ежемесячный или еженедельный платёж и проговорил выгоды.</p> <p>[1] — Выполнено как минимум 4 из 5 пунктов презентации рассрочки: объяснил что такое рассрочка, отметил что это популярный формат оплаты, предложил оформить, назвал сумму периодического платежа, проговорил выгоды.</p> <p>[0] — Выполнено 3 или меньше пунктов из списка, либо обсуждение рассрочки было без конкретики по сумме или без объяснения сути и преимуществ.</p> <p>[Пусто] — Рассрочка в звонке не обсуждалась и тема оплаты не поднималась.</p> <p>В обосновании укажи:</p> <p>А) Как прозвучало предложение оформить рассрочку, приведи цитату</p> <p>Б) Какую сумму ежемесячного или еженедельного платежа назвал Продавец, приведи цитату</p> <p>В) Как Продавец объяснил что такое рассрочка, приведи цитату</p> <p>Г) Какие выгоды рассрочки были озвучены, приведи цитаты</p> <p>Д) Как было отмечено что рассрочка популярный формат оплаты, приведи цитату</p> <p>Е) Если установлен [Пусто], кратко отметь что рассрочка не обсуждалась</p> <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник Международной школы программирования Алгоритмика (в транскрипции название "Алгоритмика" может быть написано как "алгоритмиков", "ритмика", "алгоритмикам", "алгоритмами", "алгоритмов", "алгоритмиками"), предлагающий и продающий Клиенту образовательный курс для ребёнка Клиента.</p>	
	21	21. Предложил альтернативный способ оплаты	<p>Предложил альтернативный способ оплаты "Проверь, предложил ли Продавец другой вариант оплаты, если Клиент отказался от банковской рассрочки. Добавь к альтернативам варианты оплаты материнским капиталом, сплит и другие доступные способы.</p> <p>[1] — Клиент отказался от банковской рассрочки и Продавец предложил другой вариант оплаты. Допускаются варианты: внутренняя рассрочка, оплата частями, сплит, оплата материнским капиталом, оплата за модуль или блок, подарочный сертификат, смешанные способы оплаты.</p> <p>[0] — Клиент отказался от банковской рассрочки и Продавец не предложил никаких альтернатив.</p> <p>[Пусто] — Рассрочка в звонке не обсуждалась или Клиент сразу согласился с предложением банковской рассрочки.</p> <p>В обосновании укажи:</p> <p>А) Как именно отказался Клиент, приведи цитату</p> <p>Б) Какой альтернативный способ оплаты предложил Продавец, приведи цитату</p> <p>В) Как Клиент воспринял это предложение</p> <p>Г) Если способ требовал условий или документов, укажи что именно объяснил Продавец</p> <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник Международной школы программирования Алгоритмика (в транскрипции название "Алгоритмика" может быть написано как "алгоритмиков", "ритмика", "алгоритмикам", "алгоритмами", "алгоритмов", "алгоритмиками"), предлагающий и продающий Клиенту образовательный курс для ребенка Клиента.</p>	

	22	22. Соблюдал алгоритм презентации цены под потребности клиента	<p>Проверь, соблюдал ли Продавец алгоритм презентации цены лесенкой от большего к меньшему с проверкой месячного бюджета и переходами по веткам в зависимости от ответа Клиента.</p> <p>Алгоритм:</p> <p>1) Сначала предложить пакет на 64 ИУ или 192 ИУ в рассрочку Т-Банк или Сбер, обозначив при этом, что платеж будет составлять 8-10 тысяч рублей</p> <p>2) Уточнить по бюджету Клиента: "ИМЯ КЛИЕНТА, давайте отталкиваться от Вашего бюджета, сколько Вам было бы комфортно выделять в месяц на обучение программированию для ИМЯ РЕБЕНКА, например, 6-7 тысяч было бы комфортнее"</p> <p>3) Далее предлагаем пакет на 32 ИУ на 10 мес. или 192 ИУ на 36 мес., какой вариант возьмем максимальный или на пробу 4 месяца</p> <p>4) Если клиент обозначил бюджет 4-5к, то предлагаем на выбор 100 ГУ на 24 мес. или 128 на 36 мес.</p> <p>5) Если есть возражения по длительности обучения или типу оплаты идем по цепочке: 16 ИУ или 36 ГУ сплит, ПЧ маленькие пакеты ГУ и ИУ (4,8,16) — сплит, ПЧ, полная оплата</p> <p>[1] — Продавец соблюдал алгоритм лесенкой, двигался от большего к меньшему, зафиксировал месячный бюджет и корректно перешел по соответствующей ветке</p> <p>[0] — Продавец нарушил порядок шагов или перескакивал по пакетам, не проверил месячный бюджет или не связал следующий шаг с ответом Клиента</p> <p>[Пусто] — цена и финансовые условия не обсуждались</p> <p>В обосновании укажи:</p> <p>А) какие шаги из алгоритма прозвучали и в какой последовательности</p> <p>Б) как был уточнен бюджет и какой бюджет назвал Клиент</p> <p>В) по какой ветке продолжили после шага 2 и к какому предложению пришли</p> <p>Г) ключевые цитаты и таймкоды для подтверждения</p> <p>Обозначения:</p> <p>ИУ — индивидуальные уроки</p> <p>ГУ — групповые уроки</p> <p>ПЧ — плати частями</p> <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник Международной школы программирования Алгоритмика (в транскрипции название "Алгоритмика" может быть написано как "алгоритмиков", "ритмика", "алгоритмикам", "алгоритмами", "алгоритмов", "алгоритмиками"), предлагающий и продающий Клиенту образовательный курс для ребёнка Клиента.</p>	
--	----	--	---	--

Инструменты дожима	23	23. Презентовал Алгобокс	<p>Проверь, презентовал ли Продавец «Алгобокс» как подарок: бесплатный курс «Джуниор разработчик» от Тинькофф Банка (или формулировки по смыслу: «курс на 100 уроков/100 задач», «бесплатный курс в подарок», «Тинькофф: Junior разработчик»).</p> <p>[1] — Продавец сообщил, что в подарок идет «Алгобокс» / бесплатный курс «Джуниор разработчик» от Тинькофф, или назвал его эквивалентно по смыслу (например: «курс на 100 уроков/100 задач», «бесплатный курс в подарок», «Тинькофф джуниор разработчик»). Засчитывай, даже если слово «Алгобокс» не прозвучало, но по описанию очевидно, что речь именно про этот подарок.</p> <p>[0] — Продавец не упомянул «Алгобокс»/подарочный курс вообще, либо сказал что-то про «подарок/бесплатный курс» настолько общо, что нельзя понять, что это именно «Алгобокс»/курс «Джуниор разработчик» от Тинькофф (без названия и без узнаваемых признаков вроде «100 уроков/100 задач»).</p> <p>[Пусто] — Подарки/бонусы/дополнительные курсы к покупке в звонке не обсуждались.</p> <p>В обосновании (отдельным коротким абзацем) укажи: А) Как Продавец сформулировал, что это подарок/бонус, приведи цитату Б) Какими словами Продавец обозначил «Алгобокс» (название или узнаваемые признаки вроде «100 уроков/100 задач», «Тинькофф джуниор разработчик»), приведи цитату В) Если установлен [0], укажи, чего не хватило для засчета (нет упоминания вообще или слишком общо без признаков), приведи цитату</p> <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник Международной школы программирования Алгоритмика (в транскрипции название "Алгоритмика" может быть написано как "алгоритмиков", "ритмика", "алгоритмикам", "алгоритмами", "алгоритмов", "алгоритмиками"), предлагающий и продающий Клиенту образовательный курс для ребенка Клиента.</p>	поменялась формулировка
	24	24. Предложил оплату материнским капиталом	<p>Проверь, предложил ли Продавец клиенту возможность оплаты материнским капиталом как альтернативу другим вариантам оплаты.</p> <p>[1] — Продавец предложил клиенту возможность оплаты материнским капиталом. Предложение было сделано или в качестве альтернативы другим способам оплаты/или после отказа клиента от других способов оплаты.</p> <p>[0] — Продавец не предложил оплату материнским капиталом, хотя клиенту не подошли другие способы оплаты</p> <p>[Пусто] — Оплата материнским капиталом (МК) была неактуальна для клиента или неприменима. Например, клиент сразу выбрал другой способ оплаты до обсуждения МК, сообщил что МК нет или уже использован, возраст ребёнка или статус семьи не позволяют оплату МК, данная программа не оплачивается МК, действуют региональные или юридические ограничения.</p> <p>В обосновании укажи: А) Как именно Продавец сформулировал предложение оплаты материнским капиталом, приведи цитату Б) Есть ли материнский капитал у клиента, да, нет, не обсуждалось.</p> <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник Международной школы программирования Алгоритмика (в транскрипции название "Алгоритмика" может быть написано как "алгоритмиков", "ритмика", "алгоритмикам", "алгоритмами", "алгоритмов", "алгоритмиками"), предлагающий и продающий Клиенту образовательный курс для ребенка Клиента.</p>	

	25	25. Сделал призыв воспользоваться скидкой	<p>Проверь, сделал ли Продавец призыв оплатить сейчас, чтобы воспользоваться скидкой.</p> <p>[1] — Продавец сделал призыв оплатить сейчас, чтобы воспользоваться скидкой. [0] — Продавец не сделал призыв оплатить сейчас, чтобы воспользоваться скидкой. [Пусто] — Цена и финансовые условия в звонке не обсуждались или Продавец не сообщил о наличии скидки.</p> <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник Международной школы программирования Алгоритмика (в транскрипции название "Алгоритмика" может быть написано как "алгоритмиков", "ритмика", "алгоритмикам", "алгоритмами", "алгоритмов", "алгоритмиками"), предлагающий и продающий Клиенту образовательный курс для ребенка Клиента.</p>	
	26	26. Предложил открыть ссылку на оплату в моменте	<p>Проверь, предложил ли Продавец в конце презентации стоимости открыть ссылку на оплату прямо сейчас с сопровождением или, если Клиент сказал «подумаю» или «посоветуюсь», предложил отправить ссылку на оплату.</p> <p>[1] — Продавец в конце презентации стоимости — либо предложил Клиенту открыть ссылку на оплату прямо сейчас и сопроводил это предложением помощи, например, «Давайте откроем ссылку вместе, я подскажу, как оплатить» — либо, если Клиент сказал «подумаю» или «посоветуюсь», Продавец предложил отправить ссылку на оплату. [0] — Продавец не предложил отправить или открыть ссылку на оплату, даже если возражений не было или Клиент был заинтересован. [Пусто] — Цена и финансовые условия в звонке не обсуждались.</p> <p>В обосновании укажи: А) Настоял ли Продавец на помощи в оплате и сопровождении Б) Что ответил Клиент на это предложение, согласие, отказ, промолчал и т. п.</p> <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник Международной школы программирования Алгоритмика (в транскрипции название "Алгоритмика" может быть написано как "алгоритмиков", "ритмика", "алгоритмикам", "алгоритмами", "алгоритмов", "алгоритмиками"), предлагающий и продающий Клиенту образовательный курс для ребенка Клиента.</p>	

Сбор информации	27	27. Предложил выслать информацию Клиенту	<p>Проверь, предложил ли Продавец выслать информацию о курсе или ценах через удобный для Клиента канал связи.</p> <p>[1] — Продавец предложил отправить информацию и уточнил или согласовал удобный канал связи. Допускаются WhatsApp, электронная почта, SMS, Telegram, Viber, iMessage, иной мессенджер или любой другой канал по выбору клиента. Зачёт также если Клиент сам попросил отправить в конкретный канал и Продавец подтвердил отправку и перечислил содержимое.</p> <p>[0] — Продавец не предложил отправку информации или обсуждал отправку без согласования канала с Клиентом. Либо настаивал на одном канале, игнорируя предпочтение Клиента.</p> <p>[Пусто] — Отправка информации не обсуждалась. Либо Клиент прямо отказался от получения любой информации. Либо разговор завершился до момента согласования канала и содержимого.</p> <p>В обосновании укажи:</p> <p>А) Дословную формулировку предложения отправить и указанный канал</p> <p>Б) Что именно обещал отправить, программа, цена, презентация, ссылка на оплату, договор</p> <p>В) Реакцию Клиента, согласие, отказ, выбор другого канала</p> <p>Г) Если выбран альтернативный канал, поясни почему изначально предложенный не использовали</p> <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник Международной школы программирования Алгоритмика (в транскрипции название "Алгоритмика" может быть написано как "алгоритмиков", "ритмика", "алгоритмикам", "алгоритмами", "алгоритмов", "алгоритмиками"), предлагающий и продающий Клиенту образовательный курс для ребёнка Клиента.</p>	
	28	28. Корректно назначил следующий шаг коммуникации (звонок или переписка)	<p>Проверь, предложил ли и согласовал ли Продавец конкретный следующий шаг.</p> <p>[1] — Продавец предложил и согласовал конкретный следующий шаг</p> <p>— если договорились на ближайшие 3 дня, то обозначены дата и точное время, например, «в понедельник в 14:00»</p> <p>— если договорились на срок больше 3 дней, то обозначена дата и часть суток, например, «в пятницу во второй половине дня».</p> <p>[0] — Продавец не предложил следующий шаг или обозначил его неконкретно, например, «я вам напишу позже», «перезвоню на неделе», без срока или времени.</p> <p>[Пусто] — Разговор прервался до этапа назначения следующего шага.</p> <p>В обосновании укажи:</p> <p>А) Какой следующий шаг был согласован, звонок, переписка, оплата и т. д.</p> <p>Б) Выпиши формулировку, которая прозвучала в звонке — это может быть: точная дата и время, (например, 15 марта, 14:00), день недели и часть дня, (например, среда, первая половина дня), ориентир без даты, (например, в ближайшие дни, после выходных)</p> <p>В) Что должен сделать Продавец в этот момент, например, «связаться повторно», «уточнить готовность к оплате», «ответить на вопросы», «подготовить ссылку на оплату», «отправить доп. информацию»</p> <p>Г) Кто инициировал этот шаг — Клиент или Продавец</p> <p>Д) Подтвердил ли Клиент согласие на предложенное время</p> <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник Международной школы программирования Алгоритмика (в транскрипции название "Алгоритмика" может быть написано как "алгоритмиков", "ритмика", "алгоритмикам", "алгоритмами", "алгоритмов", "алгоритмиками"), предлагающий и продающий Клиенту образовательный курс для ребенка Клиента.</p>	

	29	29. Подвел резюме разговора	<p>Проверь, подвёл ли Продавец в конце разговора итоги, проговорив все ключевые договорённости, курс или пакет, формат, частоту занятий, стоимость, следующий шаг.</p> <p>[1] — Продавец в конце разговора подвёл итоги, проговорил не менее двух пунктов из ключевых договорённостей: курс или пакет, формат, частоту занятий, стоимость, следующий шаг. [0] — Продавец либо вообще не резюмировал разговор, либо сделал это частично, не упомянув все договорённости. [Пусто] — Связь была прервана или Клиент сам завершил разговор до того, как Продавец успел подвести итог.</p> <p>В обосновании укажи: А) Как именно Продавец подвёл резюме, цитата или суть. Б) Все ли элементы были озвучены, курс, формат, частота, цена, следующий шаг. В) Дай краткую рекомендацию Продавцу, что можно было сказать в конце, чтобы грамотно завершить диалог.</p> <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник Международной школы программирования Алгоритмика (в транскрипции название "Алгоритмика" может быть написано как "алгоритмиков", "ритмика", "алгоритмикам", "алгоритмами", "алгоритмов", "алгоритмиками"), предлагающий и продающий Клиенту образовательный курс для ребенка Клиента.</p>	
	30	30. Соблюдение логики продаж (соблюдение этапов)	<p>Проверь, выстроил ли Продавец звонок последовательно по структуре.</p> <p>[1] — Продавец выстроил звонок последовательно, по структуре: 1. Приветствие 2. Выяснение потребностей и целей 3. Презентация курса 4. Работа с возражениями, может быть в любом месте 5. Презентация цены 6. Согласование следующих шагов.</p> <p>[0] — Структура звонка была нарушена: отсутствовали два и более этапа или этапы были перепутаны, например, сначала обсуждалась цена, а потом курс. [Пусто] — Звонок прервался или Клиент попросил перенести звонок на другое время.</p> <p>В обосновании укажи: А) Какие этапы были соблюдены — выпиши по структуре. Б) Какие этапы отсутствовали или были не по порядку. В) Приведи цитаты или моменты, подтверждающие наличие или отсутствие каждого этапа. Г) По каждому пропущенному этапу укажи причину: – Менеджер пропустил сознательно — момент был уместен, но этап был проигнорирован без причины – Блок был неуместен по контексту — ситуация не позволяла вставить этап, клиент спешил, уже всё видел ранее, была повторная коммуникация или негатив.</p> <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник Международной школы программирования Алгоритмика (в транскрипции название "Алгоритмика" может быть написано как "алгоритмиков", "ритмика", "алгоритмикам", "алгоритмами", "алгоритмов", "алгоритмиками"), предлагающий и продающий Клиенту образовательный курс для ребенка Клиента.</p>	

Структура	31	31. Управление разговором	<p>Проверь, управлял ли Продавец диалогом, задавая вопросы, направляя структуру и переходя от этапа к этапу, а также возвращаясь к логике звонка при вопросах Клиента.</p> <p>[1] — Продавец сам управлял диалогом: задавал вопросы, направлял структуру, переходил от этапа к этапу. Если Клиент задавал вопросы, Продавец не терял нить беседы и возвращался к логике звонка.</p> <p>[0] — Разговор шёл в формате «вопрос – ответ»: Клиент управлял ходом общения, Продавец в основном отвечал, а не вёл диалог. Структура разговора рассыпалась, переходы были непоследовательны.</p> <p>[Пусто] — До этого этапа не дошли или звонок оборвался слишком рано.</p> <p>В обосновании укажи:</p> <p>А) Кто задавал больше вопросов и управлял темами</p> <p>Б) Были ли у Продавца логичные переходы между блоками</p> <p>В) Приведи пример, где Продавец возвращает разговор к нужному этапу.</p> <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник Международной школы программирования Алгоритмика (в транскрипции название "Алгоритмика" может быть написано как "алгоритмиков", "ритмика", "алгоритмикам", "алгоритмами", "алгоритмов", "алгоритмиками"), предлагающий и продающий Клиенту образовательный курс для ребенка Клиента.</p>	
	32	32. Давал ли Продавец высказаться Клиенту, не перебивал ли	<p>Проверь, перебивал ли Продавец Клиента или давал возможность полностью выразить мысль.</p> <p>[1] — Продавец не перебивал Клиента, давал возможность полностью выразить мысль, не торопил и не прерывал фразу до окончания.</p> <p>[0] — Продавец перебивал Клиента, не давал договорить, явно торопил, прерывал ответы, не выслушивал до конца.</p> <p>[Пусто] — До этого этапа не дошли или звонок оборвался слишком рано.</p> <p>В обосновании укажи:</p> <p>А) Были ли случаи перебивания, цитаты или таймкод</p> <p>Б) Была ли видна спешка со стороны Продавца</p> <p>В) Как Клиент реагировал — продолжал, замолчал, раздражался.</p> <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник Международной школы программирования Алгоритмика (в транскрипции название "Алгоритмика" может быть написано как "алгоритмиков", "ритмика", "алгоритмикам", "алгоритмами", "алгоритмов", "алгоритмиками"), предлагающий и продающий Клиенту образовательный курс для ребенка Клиента.</p>	

	33	33. Актуальность информации / Клиентоориентированность	<p>Проверь, дал ли Продавец полные и конкретные ответы на все вопросы Клиента и проявлял ли клиентоориентированность.</p> <p>[1] — Продавец дал полные и конкретные ответы на все вопросы Клиента. Если на какой-то вопрос не знал ответа — зафиксировал его и обозначил, когда даст обратную связь. При этом проявлял внимание, говорил понятно, не уходил от темы и демонстрировал ориентацию на интересы Клиента.</p> <p>[0] — Продавец проигнорировал хотя бы один вопрос Клиента, либо дал уклончивый, неполный или формальный ответ, либо не предложил вернуться с уточнением позже. Клиент явно не получил ответ или остались сомнения.</p> <p>[Пусто] — До этого этапа не дошли или звонок оборвался слишком рано.</p> <p>В обосновании укажи:</p> <p>А) Какие вопросы задал Клиент, выпиши</p> <p>Б) Как Продавец ответил на каждый из них — полно, уклончиво, не ответил</p> <p>В) Были ли фразы, которые показывают клиентоориентированность, например, «давайте уточню и вернусь», «давайте сделаем как вам удобно» и т. п.</p> <p>Г) Сделай вывод, остались ли у Клиента вопросы без ответа.</p> <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник Международной школы программирования Алгоритмика (в транскрипции название "Алгоритмика" может быть написано как "алгоритмиков", "ритмика", "алгоритмикам", "алгоритмами", "алгоритмов", "алгоритмиками"), предлагающий и продающий Клиенту образовательный курс для ребенка Клиента.</p>	
Качество коммуникации	34	34. Грамотность речи	<p>Проверь, вёл ли Продавец разговор грамотно, без слов-паразитов, уменьшительно-ласкательных форм, жаргона и сленга, если Клиент сам их не использует.</p> <p>[1] — Продавец вёл разговор грамотно, без слов-паразитов, уменьшительно-ласкательных форм, жаргона и сленга, если Клиент сам их не использует.</p> <p>[0] — В речи Продавца зафиксировано: более 5 ошибок, слов-паразитов, ласкательных форм типа «денежки», «времечко», или более 3 случаев жаргона и сленга, который Клиент сам не использует.</p> <p>[Пусто] — До этого этапа не дошли или звонок оборвался слишком рано.</p> <p>В обосновании укажи:</p> <p>А) Не более пяти примеров ошибок или сленга, использованных Продавцом.</p> <p>Б) Были ли они регулярными или случайными.</p> <p>В) Напиши, использовал ли Клиент такие же ошибки или сленг.</p> <p>Важно: в данном критерии ошибками не являются ошибки распознавания, допущенные во время транскрибации аудио в текст. Если обнаружишь такие, пропусти их.</p> <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник Международной школы программирования Алгоритмика (в транскрипции название "Алгоритмика" может быть написано как "алгоритмиков", "ритмика", "алгоритмикам", "алгоритмами", "алгоритмов", "алгоритмиками"), предлагающий и продающий Клиенту образовательный курс для ребенка Клиента.</p>	

Критические нарушения	35	35. Отсутствие оффера (нет презентации курса при длительности звонка более 20 минут)	<p>Проверь, превышает ли длительность звонка 20 минут и была ли в нём презентация курса.</p> <p>[1] — Длительность звонка превышает 20 минут, и в нём не было презентации курса. Продавец не рассказал о программе, содержании, форматах, продолжительности, результатах или проектах курса.</p> <p>[0] — В звонке есть полноценная презентация хотя бы одного курса, независимо от длительности.</p> <p>[Пусто] — Длительность звонка менее 20 минут, критерий не применяется.</p> <p>В обосновании укажи:</p> <p>А) Сколько длился звонок, по таймеру или по данным транскрипта</p> <p>Б) Была ли в звонке презентация курса. Если нет, укажи, чем заполнился разговор, смоллток, ответы на вопросы, организационные моменты и т. д.</p> <p>В) Можно ли это считать потерянным оффером. Если да, объясни почему, например, Клиент проявлял интерес, но курс так и не был представлен.</p> <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник Международной школы программирования Алгоритмика (в транскрипции название "Алгоритмика" может быть написано как "алгоритмиков", "ритмика", "алгоритмикам", "алгоритмами", "алгоритмов", "алгоритмиками"), предлагающий и продающий Клиенту образовательный курс для ребенка Клиента.</p>	
	36	36. Подчеркивает невыгоду	<p>Проверь, использовал ли Продавец фразы, которые акцентируют внимание Клиента на ограничениях, неудобствах или недостатках предложения.</p> <p>[1] — Продавец использовал фразы, которые акцентируют внимание Клиента на ограничениях, неудобствах или недостатках предложения. Это может быть противопоставление через «но», например, «можно реже заниматься, но это выйдет дороже», снижение ценности, например, «этот курс полезный, но он не включает...», подача условий как компромисса с минусом, например, «да, можно, но тогда не будет...».</p> <p>[0] — Продавец не использовал таких формулировок, не акцентировал внимание на ограничениях, не снижал ценность предложений.</p> <p>[Пусто] — До этого этапа не дошли или звонок оборвался слишком рано.</p> <p>В обосновании укажи:</p> <p>А) Все фразы, где Продавец подчёркивал ограничения, неудобства или невыгоду, контекст и цитаты.</p> <p>Б) Объясни, как это могло повлиять на восприятие предложения.</p> <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник Международной школы программирования Алгоритмика (в транскрипции название "Алгоритмика" может быть написано как "алгоритмиков", "ритмика", "алгоритмикам", "алгоритмами", "алгоритмов", "алгоритмиками"), предлагающий и продающий Клиенту образовательный курс для ребенка Клиента.</p>	

	37	37. Обман	<p>Проверь, сообщал ли Продавец Клиенту заведомо ложную или вводящую в заблуждение информацию, противоречащую условиям oferty или договора компании.</p> <p>[1] — Продавец сообщил Клиенту заведомо ложную или вводящую в заблуждение информацию, противоречащую условиям oferty или договора компании, описана ниже. [0] — Продавец не озвучивал заведомо ложную или вводящую в заблуждение информацию, противоречащую условиям oferty или договора компании, описана ниже. [Пусто] — До этого этапа не дошли или звонок оборвался слишком рано.</p> <p>Заведомо ложная или вводящая в заблуждение информация, противоречащая условиям oferty или договора компании:</p> <ul style="list-style-type: none"> — пообещал полный возврат средств, не упомянув, что при расторжении удерживаются фактические понесённые расходы компании Продавца — заявил, что курс можно пройти за минимальный пакет, например, 8 или 16 уроков, хотя по договору полное прохождение программы требует от 32 до 192 уроков — сказал, что скидка действует постоянно, либо будет и на следующую оплату, хотя в oferty указано, что скидки предоставляются только по акционным условиям и не гарантируются. <p>В обосновании укажи:</p> <p>А) Приведи точную цитату, содержащую вводящую в заблуждение информацию Б) Если было несколько фактов, выпиши их отдельно.</p> <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник Международной школы программирования Алгоритмика (в транскрипции название "Алгоритмика" может быть написано как "алгоритмиков", "ритмика", "алгоритмикам", "алгоритмами", "алгоритмов", "алгоритмиками"), предлагающий и продающий Клиенту образовательный курс для ребенка Клиента.</p>	
--	----	-----------	---	--

	38	38. Краткое резюме звонка	<p>[Резюме] — данный критерий исключение, в качестве оценки напиши слово Резюме, а в обосновании оценки напиши следующее:</p> <p>Составь краткое и структурированное резюме звонка. Оно должно быть лаконичным, понятным и отражать только ключевые моменты разговора.</p> <p>Обязательно включи:</p> <p>А) Содержание звонка</p> <ul style="list-style-type: none"> – Какие темы и блоки были затронуты – Обсуждались ли мотивация Клиента и цели родителя, интересы и уровень ребёнка, впечатления от мини-курса или мастер-класса, ожидания от обучения, формат и программа курса, длительность и частота занятий, стоимость и условия оплаты, скидки и рассрочка, доверие к школе и квалификация преподавателей, вопросы и возражения, следующий шаг <p>Б) Реакция Клиента на ключевые моменты</p> <ul style="list-style-type: none"> – Была ли она заинтересованной, сомневающейся, позитивной, нейтральной или негативной – Как Клиент реагировал на выбранный курс как решение, на презентацию школы «Алгоритмика», на цену, условия оплаты, скидки и рассрочку, на гарантии и организационные шаги <p>В) Достигнутые договорённости</p> <ul style="list-style-type: none"> – Были ли зафиксированы следующие шаги: пробное занятие или мастер-класс, отправка презентации или ссылки на оплату, выбор формата и частоты, первый платёж, договорённость о повторном контакте с конкретной датой и временем – Уточни, зафиксировал ли Продавец чёткий план действий. <p>Это резюме должно помогать быстро понять суть разговора без необходимости прослушивать аудиозапись.</p> <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник Международной школы программирования Алгоритмика (в транскрипции название "Алгоритмика" может быть написано как "алгоритмиков", "ритмика", "алгоритмикам", "алгоритмами", "алгоритмов", "алгоритмиками"), предлагающий и продающий Клиенту образовательный курс для ребенка Клиента.</p>	
--	----	---------------------------	---	--

39	39. Рекомендации Продавцу: зоны роста	<p>[Рекомендация] — данный критерий исключение, в качестве оценки напиши слово Рекомендация, а в обосновании оценки напиши следующее:</p> <p>Определи ключевые ошибки или упущения Продавца, которые негативно повлияли на разговор: снизили интерес Клиента, вызвали отказ или помешали продвижению сделки. Укажи минимум 3 ошибки, если они были.</p> <p>Для каждой ошибки зафиксируй:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Фраза Продавца — процитируй дословно или перескажи по смыслу – Контекст — когда это было сказано, что говорил Клиент до этого, как он отреагировал, к чему это привело – Более удачная альтернатива — предложи, как следовало бы ответить или повести себя – Ожидаемый эффект — что изменилось бы в разговоре, какой приём или тактика помогли бы улучшить восприятие Клиентом <p>Также считай ошибками, если Продавец:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Не задал важные вопросы для понимания ситуации Клиента, например, интересы и уровень ребёнка, опыт, мотивация и цель обучения, инициатор записи, частота и удобное расписание, формат предпочтителен индивидуальный или групповой – Не уточнил ожидания родителя, сроки и процесс принятия решения, бюджет на обучение – Не сделал попытку дожима или фоллоу-апа после проявленного интереса, не согласовал следующий шаг – Не подвёл итоги разговора – Не предложил конкретный следующий шаг, например, отправка презентации или ссылки на оплату, запись на пробное занятие или мастер-класс, повторный созвон – Игнорировал или некорректно отработал возражения Клиента – Не презентовал курс по структуре, поверхностно раскрыл программу и проекты, не связал курс с целями ребёнка – Нарушил алгоритм презентации цены, не привязал пакеты и длительность к потребностям и частоте занятий – Не рассказал про скидку на 48 часов, размер скидки, рассрочку или альтернативные способы оплаты, если обсуждалась цена – Не упомянул ценностные бонусы, например «Алгобокс», если это уместно по контексту. <p>Мелкие недочёты, например, слова-паразиты или сбивчивая речь, не учитывай, если они не повлияли на результат разговора.</p> <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник Международной школы программирования Алгоритмика (в транскрипции название "Алгоритмика" может быть написано как "алгоритмиков", "ритмика", "алгоритмикам", "алгоритмами", "алгоритмов", "алгоритмиками"), предлагающий и продающий Клиенту образовательный курс для ребенка Клиента.</p>	
----	---------------------------------------	---	--

40	40. Рекомендации Продавцу: лучшие практики	<p>[Рекомендация] — данный критерий исключение, в качестве оценки напиши слово Рекомендация, а в обосновании оценки напиши следующее:</p> <p>Определи минимум 3 удачные техники или приёмы, если они были, которые помогли Продавцу продвинуть разговор: снизить сопротивление, вызвать интерес, удержать внимание Клиента, снять сомнение или приблизить его к заключению сделки. Если таких техник не выявлено — напиши: «Успешных техник не выявлено».</p> <p>Для каждой практики укажи:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Фраза Продавца — процитируй дословно или кратко перескажи мысль – Контекст — в какой момент была сказана фраза, что обсуждалось до и после, как отреагировал Клиент – Почему сработало — объясни, почему это было эффективно – Приём — к какой методике или тактике относится, например: обращение к выгоде, создание срочности, сторителлинг, выбор без выбора, работа с возражениями, дожим, активное слушание, создание чувства защищённости, персонализация под цели ребёнка, опора на обратную связь преподавателя. – Тип практики: <p>А) Общая техника — универсальный приём, который можно обучать других сотрудников Б) Индивидуальная техника — уникальный стиль, харизма, удачная эмоциональная подача.</p> <p>Включай только те действия, которые реально повлияли на ход разговора в пользу Продавца. Можно также зафиксировать нестандартные удачные элементы, шутки, истории, метафоры, если они вызвали позитивную реакцию Клиента.</p> <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник Международной школы программирования Алгоритмика (в транскрипции название "Алгоритмика" может быть написано как "алгоритмиков", "ритмика", "алгоритмикам", "алгоритмами", "алгоритмов", "алгоритмиками"), предлагающий и продающий Клиенту образовательный курс для ребенка Клиента.</p>	
----	--	---	--

41	41. Talk ratio Продавца	<p>[Число] — укажи, какой процент от общей продолжительности активного диалога заняла речь Продавца. Расчёт делается на основе таймкодов транскрипции. Результат укажи, округлив до целого числа, например, 48%</p> <p>Правила расчёта:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Определи длительность активного диалога — с первой реплики Продавца или Клиента до последней. Не включай автоответчик, секретаря или оператора, паузы, приветственные тишины до фактического начала разговора – Просуммируй длительность всех реплик Продавца в этом интервале, по таймкодам начала и конца реплик, либо по времени до следующего высказывания другого спикера – Раздели общее время речи Продавца на общую длительность диалога, умножь на 100 и округли до целого числа <p>Важно:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Если доля речи Продавца выше 95% обязательно перепроверь правильность ролей – Если в разговоре участвует только один спикер или второй произнёс меньше трёх слов это не считается диалогом — поставь \$\$[Пусто] – Все расчёты делай в секундах <p>В обосновании укажи:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Общую продолжительность активного диалога – Время речи Продавца – Время речи Клиента – Количество реплик каждого – Итоговую долю речи <p>Пример ответа: Оценка: 61 Обоснование: Активный диалог длился 366 секунд. Продавец говорил 224 секунды, Клиент — 142 секунды. Продавец сделал 28 реплик, Клиент — 19. Доля речи: 224 из 366 = 61%</p> <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник Международной школы программирования Алгоритмика (в транскрипции название "Алгоритмика" может быть написано как "алгоритмиков", "ритмика", "алгоритмикам", "алгоритмами", "алгоритмов", "алгоритмиками"), предлагающий и продающий Клиенту образовательный курс для ребенка Клиента.</p>	
----	-------------------------	--	--

42	42. Как Продавец отработал вопросы Клиента (не только возражения)	<p>[Рекомендация] — данный критерий исключение, в качестве оценки напиши слово Рекомендация, а в обосновании оценки напиши следующее:</p> <p>А) Вопросы Родителя</p> <ul style="list-style-type: none"> – Выпиши все вопросы, которые Родитель задал по ходу разговора – Укажи, на каком этапе диалога они прозвучали – Уточни, к какой теме относится вопрос: <ol style="list-style-type: none"> 1. формат обучения, групповой или индивидуальный, онлайн или оффлайн 2. программа и темы курса 3. преподаватели 4. расписание и длительность 5. стоимость и способы оплаты 6. скидки, рассрочка, возврат 7. документы, сертификат, договор и т. д. 8. сопровождение, Алгобокс, дополнительные бонусы <p>Б) Оценка ответа Продавца на каждый вопрос</p> <ul style="list-style-type: none"> – Укажи, дал ли Продавец понятный, конкретный и прямой ответ – Если ответ был неполный, не по сути или отложен — укажи это. <p>В) Неотвеченные вопросы и рекомендации</p> <ul style="list-style-type: none"> – Если какие-либо вопросы остались без внятного ответа — выпиши их – Сформулируй, как бы Продавец мог ответить лучше, чтобы: <ol style="list-style-type: none"> 1. развеять сомнение 2. дать конкретику 3. продвинуть Родителя к следующему шагу, оплате, решению, переписке. <p>Г) Вывод</p> <ul style="list-style-type: none"> – Повлияли ли неотвеченные вопросы на ход разговора – Замедлили ли принятие решения, появились ли сомнения после них – Есть ли паттерн — Продавец в целом уходит от ответов или не слышит вопрос. <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник Международной школы программирования Алгоритмика (в транскрипции название "Алгоритмика" может быть написано как "алгоритмиков", "ритмика", "алгоритмикам", "алгоритмами", "алгоритмов", "алгоритмиками"), предлагающий и продающий Клиенту образовательный курс для ребенка Клиента.</p>	
----	---	--	--

43	43. Портрет Клиента	<p>[Рекомендация] — данный критерий исключение, в качестве оценки напиши слово Рекомендация. На основе всей транскрипции составь подробный, но лаконичный портрет Клиента. Сконцентрируйся на том, что можно использовать для улучшения продаж, продукта и маркетинга. Структура ответа обязательна.</p> <p>В обосновании напиши:</p> <p>А) Психологический и демографический портрет Клиента</p> <ul style="list-style-type: none"> – Какой у Клиента темперамент, стиль принятия решений, степень уверенности – Проявлял ли инициативу, сомнение, страх, интерес — приведи цитаты – Есть ли особенности поведения, уточняет, игнорирует и т. п. – Укажи имя Клиента и любые контактные данные, если были озвучены. <p>Б) Цели и приоритеты Клиента</p> <ul style="list-style-type: none"> – Какие задачи родитель хочет решить для ребёнка, заинтересовать программированием и ИТ, развить навыки логики, математики, дизайна, 3D, дать полезное времяпрепровождение, социализацию в группе или индивидуальный фокус – Какие ограничения и страхи звучали, учебная нагрузка, удобство расписания, онлайн формат, не понравится ребёнку, соответствие возрасту и уровню, безопасность и дисциплина, риск потратить деньги зря – Что родитель хочет получить от занятий и в какие сроки, формат пробное или мастер-класс или пакет на месяц или полгода или год, частота и длительность, стартовая дата или период, ожидаемые результаты через месяц или полгода или год, проект, портфолио, базовые навыки, участие в мероприятиях – Финансовые приоритеты, бюджет, актуальные скидки, готовность оплатить сейчас, потребность в фиксации цены, банковской или внутренней рассрочке, заморозке, возможность оплатить материнским капиталом – Приведи цитаты, подтверждающие мотивацию и приоритеты Клиента. <p>В) Дополнительные характеристики и предложения</p> <ul style="list-style-type: none"> – Что можно извлечь из этого кейса для маркетинга, формулировки, триггеры, термины, каналы – Какие УТП сработали бы сильнее, индивидуальный формат 1 на 1, групповая динамика, обратная связь преподавателя, сертификат по окончании – Какие фиши, бонусы, способы оплаты, форматы сопровождения могли бы повлиять, Алгобокс, бесплатные бонусные курсы, поддержка родителя, напоминания, гибкое расписание – Что это говорит о сегменте или персоне или рынке, можно ли масштабировать. <p>Используй этот критерий как исследовательскую сводку, он помогает находить точки роста для бизнеса, от скрипта до упаковки продукта.</p> <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник Международной школы программирования Алгоритмика (в транскрипции название "Алгоритмика" может быть написано как "алгоритмиков", "ритмика", "алгоритмикам", "алгоритмами", "алгоритмов", "алгоритмиками"), предлагающий и продающий Клиенту образовательный курс для ребенка Клиента.</p>	
----	---------------------	---	--

Рекомендации	44	44. Неиспользованные УТП, которые могли бы повлиять	<p>[Рекомендация] — данный критерий исключение, в качестве оценки напиши слово Рекомендация. Проанализируй разговор и выпиши, какие УТП могли бы повлиять на решение Клиента, но не были использованы или были раскрыты недостаточно. Также оцени, не возникла ли в разговоре потребность в таком УТП, которого вообще нет в текущем продукте — если да, предложи, что стоило бы добавить в программу, чтобы закрыть этот запрос.</p> <p>В обосновании укажи:</p> <p>А) Какие боли, сомнения или интересы выразил Клиент — и какие УТП могли бы на это сработать Б) Какие УТП были упомянуты, но не раскрыты или раскрыты поверхностно В) Какие УТП стоило бы добавить в разговор — как их можно было подать и почему эти УТП могли бы сработать именно для этого Клиента Г) Если Клиент озвучил конкретный запрос, а соответствующего УТП нет — предложи, какого УТП не хватает продукту и как его можно было бы сформулировать</p> <p>Справочник УТП: — «Умный учебник» и адаптивная платформа: ребёнок идёт в своём темпе, система подбирает уровень заданий — «Лаборатория проектов»: с первых занятий практические проекты — игры в Scratch, приложения на Python и др. — Форматы обучения: индивидуально 1 на 1 онлайн; мини-группы 3–4 ученика; есть очные центры в 120+ городах РФ и в 70 странах мира — Континуитет обучения: переход на следующую ступень после курса без потери прогресса — Сообщество и проекты учеников: приложения, игры, анимации; общение со сверстниками из разных городов и стран — Сертификат по окончании курса (высылается после завершения обучения) — Финансовые условия: • Банковская рассрочка без переплаты и первого взноса (СберБанк Онлайн, Тинькофф) • «Плати частями» — оплата в 4 или 6 частей с интервалом в 2 недели • Оплата материнским капиталом (для ребёнка до 25 лет) • Налоговый вычет 13% за обучение ребёнка — предоставляют документы — Мини-курсы и бесплатные занятия как вход в обучение, индивидуальная обратная связь после занятий</p> <p>Если в разговоре всплыли запросы вроде специфических соревнований, «жёстких» гарантий возврата, офлайн только по адресу рядом с домом, или строго групп на N человек — если этого нет или не подтверждено, зафиксируй как недостающее УТП и предложи нейтральную формулировку, как это можно было бы добавить.</p> <p>Цель критерия — зафиксировать не только неиспользованные, но и недостающие УТП, чтобы в будущем адаптировать продукт и скрипты под реальные ожидания клиентов.</p> <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник Международной школы программирования Алгоритмика (в транскрипции название "Алгоритмика" может быть написано как "алгоритмиков", "ритмика", "алгоритмикам", "алгоритмами", "алгоритмов", "алгоритмиками"), предлагающий и продающий Клиенту образовательный курс для ребенка Клиента.</p>	
--------------	----	---	---	--

45	45. Оценка звонка по международным методологиям	<p>[Число] — укажи итоговый балл по всем пяти международным методологиям продаж.</p> <p>Для этого проанализируй весь звонок и оцени его по каждой из пяти методологий.</p> <p>В обосновании укажи для каждой методологии:</p> <p>А) Название методологии</p> <p>Б) Балл по этой методологии от 1 до 10</p> <p>В) Почему был выставлен именно такой балл, с цитатами из звонка, ситуациями и реакцией Клиента</p> <p>Г) Что нужно было сделать, чтобы получить 10 из 10 — приведи 2–3 конкретных фразы, вопросы или техники, которые можно было бы использовать во время звонка.</p> <p>После оценки всех пяти методологий суммируй баллы и укажи общий результат с расшифровкой, например, 7 + 8 + 5 + 6 + 9 = 35. Минимум = 0, максимум = 50.</p> <p>В обосновании укажи этот итоговый результат и детализацию.</p> <p>Пример: Оценка: 35 Обоснование: подробные баллы и объяснения по каждой методологии</p> <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник Международной школы программирования Алгоритмика (в транскрипции название "Алгоритмика" может быть написано как "алгоритмиков", "ритмика", "алгоритмикам", "алгоритмами", "алгоритмов", "алгоритмиками"), предлагающий и продающий Клиенту образовательный курс для ребенка Клиента.</p> <p>Методологии и ориентиры для оценки в контексте «Алгоритмики»</p> <p>Consultative Selling 2.0, Консультативные продажи Суть: Продавец как консультант помогает семье выбрать лучшее обучение под цели ребёнка. Не «продаёт», а направляет. Смотри, было ли</p> <ul style="list-style-type: none"> – построено доверие и открытый диалог – выявлены цели и приоритеты родителя и ребёнка, интерес к направлениям, уровень, ограничения по времени и бюджету – предложено решение, связанное с выявленными целями, выбор формата и частоты, план обучения – подтверждена ценность и оказана помощь в принятии решения <p>Emotional Resonance Selling, Продажи через эмоциональный резонанс Суть: Продавец опирается на эмоции и мечты родителя о будущем ребёнка. Смотри, было ли</p> <ul style="list-style-type: none"> – раскрыта эмоциональная мотивация, интерес к ИТ, страх перегрузить, желание полезного хобби – подстройка тона и темпа, эмпатия – уместный сторителлинг про истории учеников и их проекты – акцент на ощущениях от результата, уверенность ребёнка, гордость за проекты – завершение через визуализацию ближайших шагов и результата <p>Needs Based Selling, Продажи на основе потребностей Суть: Продавец классифицирует потребности и даёт точный ответ. Смотри, было ли</p> <ul style="list-style-type: none"> – собрано кто, зачем, сроки, ожидания, стартовый уровень – выделена главная потребность, например вовлечение, портфолио, подготовка к олимпиадам, дисциплина – презентация курса как точный ответ на потребность – работа с возражениями и проверка соответствия ожиданиям <p>Story Based Selling, Продажи через истории Суть: Продавец рассказывает релевантные истории учеников. Смотри, было ли</p> <ul style="list-style-type: none"> – приведены истории похожих детей, как они стартовали и к чему пришли – понятная связка история → шаги → результат 	
----	---	---	--

46	46. Какие возражения озвучил Клиент (теги)	<p>[Тег] — данный критерий исключение. Выпиши все возражения, озвученные Клиентом, через запятую. Используй список тегов ниже. Если возражение не подходит ни под один тег — придумай новый, точно отражающий суть, и включи его. Если возражений не было — напиши: Тегов нет</p> <p>[1] — Нашлись одно или несколько возражений и им соответствуют теги из списка или созданные тобой по смыслу [0] — Возражения звучали, но их нельзя однозначно отнести к тегам даже по смыслу, формулировки слишком расплывчаты [Пусто] — Возражений не было либо разговор прервался до их появления</p> <p>Список тегов, Алгоритмика, тег — описание: Дорого — стоимость высокая, не укладывается в бюджет, просьба снизить цену или сравнение с альтернативами Хочу помесечно — предпочитает ежемесячную оплату вместо года или полугода Нет бюджета сейчас — нет возможности оплатить сейчас, нужен перенос Нужна скидка — запрос акции, промокода, семейных условий Хочу сначала пробное — хочет начать с пробного занятия, мини курса, мастер класса Далеко филиал — офлайн локация неудобна, нужна альтернатива по адресу Неудобное расписание — день или время не подходит Нет времени у ребёнка — занятость школой или другими секциями Уже ходит на другие занятия — конфликт по времени или приоритетам Не наше направление — интерес к другому направлению внутри Алгоритмики, например вместо Python хочет дизайн Рано по возрасту — сомнение в соответствии программы возрасту Сомнения в педагогах — вопросы к опыту и подходу преподавателей Слишком большие группы — опасение за внимание к ребёнку Хочу онлайн — предпочтение онлайн или гибрида вместо офлайна Не нравится онлайн формат — предпочтение офлайна вместо онлайн Нужна гарантия результата — ожидание конкретных итогов, проектов, сертификата, соревнований Старт позже — хочет начать позже конкретной даты или периода Хочу летом — интерес именно к летним занятиям Вопрос по оплате — вопросы о способах оплаты, рассрочке, возвратах, чеке, договоре Нужны документы для компенсации — нужны лицензия, договор, чек, справки для вычета 13 процентов НДЗ после мини курса — не понравилось домашнее задание на мини курсе Не понравился мини курс — негатив по опыту мини курса или мастер класса Конкуренты — сравнение с другими школами Первичный звонок — не дозвонились с первого раза, возражение по каналу связи Передан франчайзи — хочет или не хочет общаться с партнёрским центром Дубль сделки — уже общались ранее, дублирование заявки Отложенный интерес, бессрочно — перенос решения без срока Отложенный интерес, лето — перенос решения до лета Нецелевой или спам — заявка оставлена нецелевым контактом Не устраивает состав курса — темы не подходят, хочет другой контент Слишком легко — курс кажется слишком простым Слишком сложно — курс кажется слишком сложным Текущий клиент — уже учится в Алгоритмике Младше 6 — ребёнок слишком мал для выбранного курса Старше 18 — ребёнок старше возрастного порога курса Retention — удержание, сомнения продолжать обучение Нет технической возможности — нет устройства или интернета Отказ без объяснений — отказ без причины Другое — свободная пометка для нетипичного возражения Действующий ученик партнёра — учится у партнёра Ребёнок оставил заявку — инициатор ребёнка, у родителя сомнения Нечего предложить — ребёнок прошёл все доступные курсы по возрасту Не устраивает клиентский сервис — жалобы на поддержку Не закончил обучение — негативный опыт незавершённого курса Нет времени на 2 ой курс — перегруз, нет времени продолжать Уже занимается на 2 ом курсе — параллельное обучение на другом курсе</p>	
----	--	---	--

	47	47. Что заставит этого Клиента купить (тип, реакция и болеутоляющая формула)	<p>[Тип клиента] — укажи, к какому типу относится Клиент в этом разговоре. Выбери один из вариантов: Рациональный, Эмоциональный, Сравнитель, Осторожный, Мечтатель, Недоверчивый, Убеждённый, Иной, укажи</p> <p>В напиши:</p> <p>А) Что уже сработало – Какие фразы, темы или реакции Продавца вызвали позитивную реакцию – Где Клиент оживился, согласился, стал говорить больше</p> <p>Б) Что могло бы сработать сильнее – Где Продавец упустил момент – Какая информация, тактика или эмоция могла бы усилить мотивацию</p> <p>В) Pain-killer line – Придумай одну сильную фразу, которая могла бы снять ключевое сомнение Клиента – Объясни, почему она сработает именно для этого типа Клиента – Укажи, в какой момент разговора её стоило сказать</p> <p>Г) Что можно предпринять на следующем контакте – Какие темы напомнить – Какой формат диалога выбрать – Что НЕ стоит повторять</p> <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник Международной школы программирования Алгоритмика (в транскрипции название "Алгоритмика" может быть написано как "алгоритмиков", "ритмика", "алгоритмикам", "алгоритмами", "алгоритмов", "алгоритмиками"), предлагающий и продающий Клиенту образовательный курс для ребенка Клиента.</p>	
	48	48. Наличие продажи в разговоре	<p>Проверь, была ли в разговоре попытка продажи.</p> <p>[1] – В разговоре была попытка продажи: Продавец озвучил цену, предложил оплату, рассказал о вариантах пакетов, условиях рассрочки или отправил ссылку на оплату. Также допускается: предложение зафиксировать скидку, обсуждение конкретного пакета, вопрос об удобной форме оплаты.</p> <p>[0] – Продавец не перешёл к продаже: не озвучил стоимость, не предлагал варианты покупки, не предлагал оплату или шаг к принятию решения. Разговор ограничился выявлением потребностей, презентацией школы, организационными моментами или информированием.</p> <p>[Пусто] – До этого этапа не дошли или звонок оборвался слишком рано для обсуждения продажи.</p> <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник Международной школы программирования Алгоритмика (в транскрипции название ""Алгоритмика"" может быть написано как "алгоритмиков", "ритмика", "алгоритмикам", ""алгоритмами"", ""алгоритмов"", ""алгоритмиками""), предлагающий и продающий Клиенту образовательный курс для ребенка Клиента.</p>	

49	49. Причина прерывания звонка	<p>[Тег] — данный критерий исключение. Укажи причину прерывания разговора, выбери один тег из списка ниже. Если причина не подходит ни под один тег — придумай новый, точно отражающий суть. Если звонок завершился логично — поставь - [Пусто]</p> <p>Список тегов, Алгоритмика, тег — описание: Технический сбой – Звонок оборвался на фразе без завершения, нет прощания Клиент завершил в негативе – Клиент оборвал разговор резко после недовольства или отказа Пауза или молчание – Звонок затих без слов, ощущение зависания Перенос разговора – Клиент сообщил, что сейчас неудобно говорить, и стороны договорились продолжить разговор позже.</p> <p>[0] – Причину определить невозможно. [Пусто] – Разговор прошёл единым логичным блоком от начала до конца, Продавец успел пройти основные этапы, выявление потребностей, презентация, работа с возражениями, предложение следующих шагов, и звонок завершился логично. [Пусто] допускается только если было явное прощание обеих сторон или зафиксирован следующий шаг с каналом и сроком. Если записи финальных прощаний нет или следующий шаг не зафиксирован — выбери соответствующий тег (Технический сбой, Пауза или молчание, Перенос разговора и т. д.).</p> <p>В обосновании укажи: А) Последнюю фразу Продавца и Клиента Б) Было ли явное прощание обеих сторон или зафиксированный следующий шаг с каналом и сроком В) Если возник разрыв, на чьей стороне, вероятно, он произошёл; если разговор перенесли, укажи, на какое время договорились и кто это предложил.</p> <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник Международной школы программирования Алгоритмика (в транскрипции название "Алгоритмика" может быть написано как "алгоритмиков", "ритмика", "алгоритмикам", "алгоритмами", "алгоритмов", "алгоритмиками"), предлагающий и продающий Клиенту образовательный курс для ребенка Клиента.</p>	
50	50. Был ли у Продавца ранее разговор с Клиентом	<p>Проверь, было ли ранее общение между Продавцом и Клиентом по репликам в текущем разговоре.</p> <p>[1] - Из разговора понятно, что Продавец ранее общался с Клиентом. Например, в разговоре Продавец ссылался на информацию, предоставленную клиентом в предыдущих разговорах (использовал фразы типа "ранее вы говорили о том, что...", "в прошлый раз вы упоминали..." и т.п.). [0] - Из разговора понятно, что Продавец ранее не общался с Клиентом и это их первый разговор. [Пусто] - Невозможно определить, общался ли ранее Продавец с Клиентом, или это их первый разговор.</p> <p>Важно! В обосновании оценки выпиши, какую именно фразу использовал Продавец для ссылки на предыдущий разговор.</p> <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник Международной школы программирования Алгоритмика (в транскрипции название "Алгоритмика" может быть написано как "алгоритмиков", "ритмика", "алгоритмикам", "алгоритмами", "алгоритмов", "алгоритмиками"), предлагающий и продающий Клиенту образовательный курс для ребенка Клиента."</p>	

Фильтры	51	51. Какой формат обучения предложил Продавец	<p>[Число] — укажи число, соответствующее ситуации из списка ниже. Проверь по репликам всего разговора.</p> <p>Список значений: [1] – Продавец рассказал только про индивидуальный формат и не упоминал групповой, так как в этом не было необходимости [2] – Продавец сначала презентовал индивидуальный формат, а затем предложил групповой [3] – Продавец сразу представил выбор между индивидуальным и групповым форматом [4] – Продавец начал с группового формата и не рассказал про индивидуальный [5] – Клиент сам попросил рассказать про групповое обучение [6] – Клиент сам попросил рассказать про индивидуальное обучение.</p> <p>В обосновании укажи:</p> <p>А. В какой последовательности предлагались форматы обучения Б. Кто инициировал обсуждение каждого формата, Продавец или Клиент.</p> <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник Международной школы программирования Алгоритмика (в транскрипции название "Алгоритмика" может быть написано как "алгоритмиков", "ритмика", "алгоритмикам", "алгоритмами", "алгоритмов", "алгоритмиками"), предлагающий и продающий Клиенту образовательный курс для ребенка Клиента."</p>	
	52	52. Определение курса для продажи	<p>[Тег] — данный критерий исключение. Определи, какой курс предложил Продавец. Выбери один тег из списка ниже. Если курс не подходит ни под один тег — придумай новый, точно отражающий суть. Если курс не обсуждался — поставь - [Пусто]</p> <p>Список тегов, Алгоритмика, тег — описание: Компьютерная грамотность – Продавец предлагает курс Компьютерная грамотность, в разговоре звучат темы работа за компьютером, онлайн-сервисы, презентации, текстовые редакторы, таблицы, фоторедакторы Визуальное программирование – Продавец предлагает курс Визуальное программирование, в разговоре звучат Scratch, создание алгоритмов, программирование игр, космическая тематика, анимация и проекты Геймдизайн – Продавец предлагает курс Геймдизайн, в разговоре звучат Roblox Studio, создание 3D-игр, язык Lua, игровые механики, проектирование игровой вселенной Unity – Продавец предлагает курс Unity, в разговоре звучат разработка 3D-игр, Unity, язык C#, моделирование, дизайн уровней, игры для Windows или Google Play Python – Продавец предлагает курс Python, в разговоре звучат язык Python, приложения, программирование игр, анализ данных, веб-разработка, портфолио Создание сайтов – Продавец предлагает курс Создание сайтов, в разговоре звучат HTML, CSS, вёрстка, дизайн сайтов, Figma, адаптация под мобильные устройства, веб-страницы Графический дизайн – Продавец предлагает курс Графический дизайн, в разговоре звучат иллюстрации, цвет и композиция, анимация, 3D-моделирование, визуальный дизайн Videоблогинг – Продавец предлагает курс Videоблогинг, в разговоре звучат съёмка видео, монтаж, сценарии, самопрезентация, YouTube, создание и продвижение канала [Пусто] – Невозможно определить конкретный курс из перечисленных или курс не обсуждался.</p> <p>В обосновании укажи:</p> <p>А. На основании каких слов или описаний был сделан вывод Б. Кто инициировал выбор курса, Продавец или Клиент.</p> <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник Международной школы программирования Алгоритмика (в транскрипции название "Алгоритмика" может быть написано как "алгоритмиков", "ритмика", "алгоритмикам", "алгоритмами", "алгоритмов", "алгоритмиками"), предлагающий и продающий Клиенту образовательный курс для ребенка Клиента.</p>	

	53	53. Мат или жёсткие жаргонизмы в речи	<p>Проверь, был ли мат, грубый или недопустимый жаргон в разговоре.</p> <p>[Было] – В разговоре прозвучал мат, грубый или недопустимый жаргон. [Не было] – Речь Продавца и Клиента была без мата и грубого сленга.</p> <p>В обосновании оценки укажи: – Какое слово или фраза прозвучала – Кто произнёс (Продавец или Клиент).</p> <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник Международной школы программирования Алгоритмика (в транскрипции название ""Алгоритмика"" может быть написано как ""алгоритмиков", ""ритмика", ""алгоритмикам", ""алгоритмами"", ""алгоритмов"", ""алгоритмиками""), предлагающий и продающий Клиенту образовательный курс для ребенка Клиента.</p>	
	54	54. Успешный звонок	<p>Проверь, добился ли Продавец от Клиента согласия на покупку курса. Важно учитывать не только прямое "да", но и подтверждение интереса с согласованными шагами (например, демонстрация, отправка договора, согласование условий оплаты).</p> <p>[1] — Продавец добился согласия Клиента на покупку, подписку или тестовый период, либо Клиент подтвердил готовность воспользоваться услугой. [0] — Клиент не дал согласия, сомневался или отложил решение, или разговор закончился без четких договоренностей. [Пусто] — Звонок прервался до момента обсуждения продажи или подписки.</p> <p>В обосновании оценки выпиши подробно: Как именно Клиент подтвердил готовность купить или тестировать курс. Если Клиент сомневался, как Продавец отрабатывал возражения. Были ли озвучены конкретные шаги (например, время звонка, условия подписки, согласование оплаты).</p> <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник Международной школы программирования Алгоритмика (в транскрипции название "Алгоритмика" может быть написано как "алгоритмиков", "ритмика", "алгоритмикам", "алгоритмами", "алгоритмов", "алгоритмиками"), предлагающий и продающий Клиенту образовательный курс для ребенка Клиента.</p>	

Итоги звонка	55	55. Итоговый скоринг Клиента	<p>[Число] — Определи итоговый скоринг на основе трёх параметров. Итоговый скоринг = сумма баллов.</p> <p>Проверь, насколько Клиент является целевым и перспективным для Алгоритмики, основываясь на трёх ключевых параметрах: готовность к курсу, платежеспособность и потребность в курсе.</p> <p>А. Готовность к курсу [0-10] — Оцени выраженность готовности на основе диалога, где: [10] — Клиент готов приступить к курсу на платформе в ближайшее время. [5-9] — Клиент настроен позитивно, но требуется проработка деталей. [1-4] — Клиент сомневается, обсуждает курс, но не даёт чёткого согласия. [0] — Клиент не готов к курсу в ближайшее время или категорически отказался. [Пусто] — Тема готовности не обсуждалась.</p> <p>Б. Платежеспособность [0-10] — Оцени готовность Клиента оплачивать курс, где: [10] — Клиент готов оплачивать курс или мастер класс без дополнительных вопросов. [5-9] — Обсуждалась рассрочка или возможные скидки, но без полной уверенности. [1-4] — Клиент высказывает сомнения, ищет альтернативные варианты. [0] — Клиент не готов оплачивать или выразил, что это слишком дорого. [Пусто] — Тема оплаты не поднималась в разговоре.</p> <p>В. Потребность в курсе [0-10] — Оцени понимание Клиентом ценности курса Алгоритмики для его ребёнка, потенциального ученика, где: [10] — Клиент чётко понимает ценность курса, говорит о потребностях. [5-9] — Клиент обсуждает курс, но не полностью уверен в его необходимости. [1-4] — Клиент сомневается в ценности курса или недостаточно понимает, зачем он нужен. [0] — Клиент явно заявил, что курс ему не нужен. [Пусто] — Тема курса Алгоритмики не обсуждалась.</p> <p>Итоговый скоринг: [0-30] — Суммарное значение по трём параметрам. Если в каком-то из параметров оценка - [Пусто], то она суммируется как 0.</p> <p>В обосновании оценки выпиши: — Оценки и обоснование по каждому параметру — Примеры реплик, которые повлияли на оценку — Итоговую оценку итогового скоринга и общий вывод по клиенту в формате: «Высокая готовность или Средняя готовность или Низкая готовность»</p> <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник Международной школы программирования Алгоритмика (в транскрипции название "Алгоритмика" может быть написано как "алгоритмиков", "ритмика", "алгоритмикам", "алгоритмами", "алгоритмов", "алгоритмиками"), предлагающий и продающий Клиенту образовательный курс для ребёнка Клиента.</p>	
--------------	----	------------------------------	---	--

Этап звонка	№	Название критерия	Prompt	Критерии входят в оценку 100%	Массовый вывод Клиенты	Идеальный скрипт
Установление контакта	1	1. Поприветствовал и представился	<p>Проверь, поздоровался ли Продавец, обратился к Клиенту по имени или уточнил, как можно к нему обращаться, представился своим именем и обозначил должность (например, старший юрист).</p> <p>[1] – Все элементы выполнены: было приветствие, Продавец либо обратился к Клиенту по имени, либо задал вопрос вроде «Как к вам можно обращаться» и затем использовал это имя, назвал своё имя и обозначил должность.</p> <p>[0] – Если хотя бы один из элементов отсутствует: не было приветствия, не было имени Клиента и не было уточнения «как можно к вам обращаться», Продавец не представился или не обозначил должность.</p> <p>[Пусто] – Если начало звонка отсутствует в транскрипции.</p> <p>В обосновании выпиши, какие элементы прозвучали, как именно это было сформулировано (включая фразу, в которой Продавец уточнял, как можно обращаться к Клиенту, если это было) и как отреагировал Клиент.</p> <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник юридической компании Банкрот Консалт, предлагающий Клиенту услугу банкротства физических лиц. В транскрипции название компании может звучать по-разному, в том числе как: Банкрот Консалтинг, БанкротКонсалт, Банкрот Консалд, Банкрот Консалт, Консалт по банкротству, Центр банкротства, Юрконсалт банкротство, Компания Банкрот Консалт, Фирма Банкрот Консалт, Банкрот Консалт юристы, а также в упрощённых или искажённых вариантах вроде: Банкрот, БК, Консалт, Банкрот Консалтант, Фанкрот Консульт, Консалтинговая фирма банкротство, юристы по банкротству, юридическая компания по банкротству, юристы по списанию долгов, помощь в банкротстве, Юридическая фирма, юрфирма, юридическая компания, компания юристов, Группа компаний Банкрот Консалт, ГК Банкрот Консалт, группа Банкрот Консалт, Федеральный центр банкротства граждан, ФЦБГ, центр банкротства граждан, федеральный центр банкротства, федеральный центр по банкротству, 2Лекс, Два Лекс, Two Lex, Ту Лекс.</p>	да		
	2	2. Запрограммировал встречу	<p>Проверь, сообщил ли Продавец Клиенту, что задаст несколько вопросов, объяснил, что цель – подобрать решение, рассказал о структуре дальнейшего разговора (помощь, расходы, ответы на вопросы) и получил согласие Клиента, задав вопрос («Хорошо», «Договорились»).</p> <p>[1] – Продавец: – сообщил, что задаст несколько вопросов, – объяснил цель разговора (подобрать решение), – рассказал, как будет строиться взаимодействие (помощь, расходы, ответы на вопросы), – получил подтверждение от Клиента.</p> <p>[0] – Если отсутствует хотя бы один из элементов: – Продавец не сообщил, что задаст вопросы, – Продавец не объяснил цель разговора, – Продавец не рассказал, как будет строиться взаимодействие, – Продавец не получил подтверждение от Клиента.</p> <p>[Пусто] – Если звонок оборвался до этого момента.</p> <p>В обосновании выпиши, что именно сказал Продавец, упомянул ли расходы, задал ли вопрос для согласия и как ответил Клиент.</p> <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник юридической компании Банкрот Консалт, предлагающий Клиенту услугу банкротства физических лиц. В транскрипции название компании может звучать по-разному, в том числе как: Банкрот Консалтинг, БанкротКонсалт, Банкрот Консалд, Банкрот Консалт, Консалт по банкротству, Центр банкротства, Юрконсалт банкротство, Компания Банкрот Консалт, Фирма Банкрот Консалт, Банкрот Консалт юристы, а также в упрощённых или искажённых вариантах вроде: Банкрот, БК, Консалт, Банкрот Консалтант, Фанкрот Консульт, Консалтинговая фирма банкротство, юристы по банкротству, юридическая компания по банкротству, юристы по списанию долгов, помощь в банкротстве, Юридическая фирма, юрфирма, юридическая компания, компания юристов, Группа компаний Банкрот Консалт, ГК Банкрот Консалт, группа Банкрот Консалт, Федеральный центр банкротства граждан, ФЦБГ, центр банкротства граждан, федеральный центр банкротства, федеральный центр по банкротству, 2Лекс, Два Лекс, Two Lex, Ту Лекс.</p>	да		
	3	3. Выявил главную боль Клиента	<p>Проверь, уточнил ли Продавец, что сейчас беспокоит Клиента, в чём его основная проблема и что заставило задуматься о банкротстве.</p> <p>[1] – Продавец задал вопросы о том, что беспокоит, в чём сложность, почему Клиент задумался о банкротстве, Клиент обозначил хотя бы одну проблему. Либо Клиент сам озвучил проблему без дополнительных уточняющих вопросов.</p> <p>[0] – Продавец не уточнял, что беспокоит Клиента, не спросил о причинах обращения, и Клиент сам тоже не озвучил проблему.</p> <p>[Пусто] – Если звонок оборвался до этого момента.</p> <p>В обосновании выпиши, какие именно проблемы озвучил Клиент и как Продавец их уточнял.</p> <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник юридической компании Банкрот Консалт, предлагающий Клиенту услугу банкротства физических лиц. В транскрипции название компании может звучать по-разному, в том числе как: Банкрот Консалтинг, БанкротКонсалт, Банкрот Консалд, Банкрот Консалт, Консалт по банкротству, Центр банкротства, Юрконсалт банкротство, Компания Банкрот Консалт, Фирма Банкрот Консалт, Банкрот Консалт юристы, а также в упрощённых или искажённых вариантах вроде: Банкрот, БК, Консалт, Банкрот Консалтант, Фанкрот Консульт, Консалтинговая фирма банкротство, юристы по банкротству, юридическая компания по банкротству, юристы по списанию долгов, помощь в банкротстве, Юридическая фирма, юрфирма, юридическая компания, компания юристов, Группа компаний Банкрот Консалт, ГК Банкрот Консалт, группа Банкрот Консалт, Федеральный центр банкротства граждан, ФЦБГ, центр банкротства граждан, федеральный центр банкротства, федеральный центр по банкротству, 2Лекс, Два Лекс, Two Lex, Ту Лекс.</p>	да	да	да

Выявление болей	4	4. Уточнил предысторию Клиента	<p>Проверь, спросил ли Продавец, предпринимал ли Клиент ранее шаги для решения проблемы (например, переговоры с кредиторами, частичные выплаты, реструктуризация).</p> <p>[1] – Продавец уточнил, пытался ли Клиент решать проблему раньше, Клиент дал ответ. Либо Клиент сам рассказал о своих попытках без вопросов со стороны Продавца. [0] – Продавец не задавал вопросов о предыстории и попытках решения, и Клиент сам тоже не озвучил информацию. [Пусто] – Если звонок оборвался до этого момента.</p> <p>В обосновании выпиши, что именно рассказал Клиент: предпринимал ли шаги, какие именно, как прокомментировал Продавец.</p> <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник юридической компании Банкрот Консалт, предлагающий Клиенту услугу банкротства физических лиц. В транскрипции название компании может звучать по-разному, в том числе как: Банкрот Консалтинг, БанкротКонсалт, Банкрот Консалд, Банкрот Консульт, Консалт по банкротству, Центр банкротства, Юрконсалт банкротство, Компания Банкрот Консалт, Фирма Банкрот Консалт, Банкрот Консалт юристы, а также в упрощённых или искажённых вариантах вроде: Банкрот, БК, Консалт, Банкрот Консалтант, Фанкрот Консульт, Консалтинговая фирма банкротство, юристы по банкротству, юридическая компания по банкротству, юристы по списанию долгов, помощь в банкротстве, Юридическая фирма, юрфирма, юридическая компания, компания юристов, Группа компаний Банкрот Консалт, ГК Банкрот Консалт, группа Банкрот Консалт, Федеральный центр банкротства граждан, ФЦБГ, центр банкротства граждан, федеральный центр банкротства, федеральный центр по банкротству, 2Лекс, Два Лекс, Two Lex, Ту Лекс.</p>	нет	да	
	5	5. Присоединился к проблеме Клиента	<p>Проверь, подчеркнул ли Продавец, что понимает ситуацию Клиента и что компания решает именно такие случаи.</p> <p>[1] – Продавец сказал слова понимания или поддержки (например: «понимаю вас», «с таким часто сталкиваемся», «такие ситуации мы помогаем решать»), и связал это с возможностями компании. [0] – Продавец никак не отразил понимания ситуации Клиента, говорил сухо или без привязки к проблеме. [Пусто] – Если звонок оборвался до этого момента.</p> <p>В обосновании выпиши конкретные фразы Продавца и реакцию Клиента (если была).</p> <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник юридической компании Банкрот Консалт, предлагающий Клиенту услугу банкротства физических лиц. В транскрипции название компании может звучать по-разному, в том числе как: Банкрот Консалтинг, БанкротКонсалт, Банкрот Консалд, Банкрот Консульт, Консалт по банкротству, Центр банкротства, Юрконсалт банкротство, Компания Банкрот Консалт, Фирма Банкрот Консалт, Банкрот Консалт юристы, а также в упрощённых или искажённых вариантах вроде: Банкрот, БК, Консалт, Банкрот Консалтант, Фанкрот Консульт, Консалтинговая фирма банкротство, юристы по банкротству, юридическая компания по банкротству, юристы по списанию долгов, помощь в банкротстве, Юридическая фирма, юрфирма, юридическая компания, компания юристов, Группа компаний Банкрот Консалт, ГК Банкрот Консалт, группа Банкрот Консалт, Федеральный центр банкротства граждан, ФЦБГ, центр банкротства граждан, федеральный центр банкротства, федеральный центр по банкротству, 2Лекс, Два Лекс, Two Lex, Ту Лекс.</p>	да		
	6	6. Уточнил личный контекст	<p>Проверь, уточнил ли Продавец у Клиента мотивацию обращения: почему Клиент решил обратиться именно сейчас, обращался ли ранее в компанию или к другим юристам, если обращался раньше, то что его остановило начать процедуру тогда.</p> <p>[1] – Продавец задал вопросы о мотивации и причинах обращения (например: «А почему вы решили обратиться именно сейчас?», «А раньше уже обращались?»). В случае положительного ответа уточнил, что помешало Клиенту начать процедуру раньше. Допустимо, если Клиент сам рассказал об этом без вопроса Продавца. [0] – Продавец не уточнил мотивацию обращения, не спросил, обращался ли Клиент ранее, и не выяснил причины, почему процедура не была начата раньше. [Пусто] – Звонок прервался до этого момента.</p> <p>В обосновании выпиши, как именно Продавец задал вопрос, какой ответ дал Клиент и что он объяснил о своей мотивации или предыдущих обращениях.</p> <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник юридической компании Банкрот Консалт, предлагающий Клиенту услугу банкротства физических лиц. В транскрипции название компании может звучать по-разному, в том числе как: Банкрот Консалтинг, БанкротКонсалт, Банкрот Консалд, Банкрот Консульт, Консалт по банкротству, Центр банкротства, Юрконсалт банкротство, Компания Банкрот Консалт, Фирма Банкрот Консалт, Банкрот Консалт юристы, а также в упрощённых или искажённых вариантах вроде: Банкрот, БК, Консалт, Банкрот Консалтант, Фанкрот Консульт, Консалтинговая фирма банкротство, юристы по банкротству, юридическая компания по банкротству, юристы по списанию долгов, помощь в банкротстве, Юридическая фирма, юрфирма, юридическая компания, компания юристов, Группа компаний Банкрот Консалт, ГК Банкрот Консалт, группа Банкрот Консалт, Федеральный центр банкротства граждан, ФЦБГ, центр банкротства граждан, федеральный центр банкротства, федеральный центр по банкротству, 2Лекс, Два Лекс, Two Lex, Ту Лекс.</p>	да	да	
	7	7. Выяснил финансовые параметры долга	<p>Проверь, уточнил ли Продавец ключевые параметры задолженности.</p> <p>[1] – Продавец задал не менее трех вопросов: – сумма долга – из чего формировался долг – ежемесячные платежи по долгам – наличие просрочек и их давность – просужен ли долг (если это актуально) [0] – Продавец не уточнил менее трех из вышеперечисленных обязательных параметров. [Пусто] – Если звонок оборвался до этого момента.</p> <p>В обосновании выпиши, какие вопросы были заданы и как Клиент ответил, перечисли все элементы, которые удалось выяснить.</p> <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник юридической компании Банкрот Консалт, предлагающий Клиенту услугу банкротства физических лиц. В транскрипции название компании может звучать по-разному, в том числе как: Банкрот Консалтинг, БанкротКонсалт, Банкрот Консалд, Банкрот Консульт, Консалт по банкротству, Центр банкротства, Юрконсалт банкротство, Компания Банкрот Консалт, Фирма Банкрот Консалт, Банкрот Консалт юристы, а также в упрощённых или искажённых вариантах вроде: Банкрот, БК, Консалт, Банкрот Консалтант, Фанкрот Консульт, Консалтинговая фирма банкротство, юристы по банкротству, юридическая компания по банкротству, юристы по списанию долгов, помощь в банкротстве, Юридическая фирма, юрфирма, юридическая компания, компания юристов, Группа компаний Банкрот Консалт, ГК Банкрот Консалт, группа Банкрот Консалт, Федеральный центр банкротства граждан, ФЦБГ, центр банкротства граждан, федеральный центр банкротства, федеральный центр по банкротству, 2Лекс, Два Лекс, Two Lex, Ту Лекс.</p>	да	да	да

Квалификация	8	8. Уточнил доходы и занятость	<p>Проверь, выяснил ли Продавец текущую работу и доходы Клиента.</p> <p>[1] – Продавец задал все обязательные вопросы: – работает ли Клиент – какой совокупный ежемесячный доход у Клиента – какая часть дохода официальная у Клиента [0] – Продавец не уточнил ни один из этих параметров. [Пусто] – Если звонок оборвался до этого момента.</p> <p>В обосновании выпиши, какие именно вопросы были заданы и как Клиент ответил. Если ответы были частичными или с сомнением, это тоже зафиксируй.</p> <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник юридической компании Банкрот Консалт, предлагающий Клиенту услугу банкротства физических лиц. В транскрипции название компании может звучать по-разному, в том числе как: Банкрот Консалтинг, БанкротКонсалт, Банкрот Консалд, Банкрот Консалт, Консалт по банкротству, Центр банкротства, Юрконсалт банкротство, Компания Банкрот Консалт, Фирма Банкрот Консалт, Банкрот Консалт юристы, а также в упрощённых или искажённых вариантах вроде: Банкрот, БК, Консалт, Банкрот Консалтант, Фанкрот Консульт, Консалтинговая фирма банкротство, юристы по банкротству, юридическая компания по банкротству, юристы по списанию долгов, помощь в банкротстве, Юридическая фирма, юрфирма, юридическая компания, компания юристов, Группа компаний Банкрот Консалт, ГК Банкрот Консалт, группа Банкрот Консалт, Федеральный центр банкротства граждан, ФЦБГ, центр банкротства граждан, федеральный центр банкротства, федеральный центр по банкротству, 2Лекс, Два Лекс, Two Lex, Ту Лекс.</p>	да	да	да
	9	9. Выяснил имущество и обязательства	<p>Проверь, уточнил ли Продавец имущественные параметры Клиента.</p> <p>[1] – Продавец задал не менее трех вопросов и зафиксировал ответы: – есть ли в собственности зарегистрированное имущество (квартира, машина, земля, гараж) – наличие имущества в залоге – семейное положение и имущество супруга/супруги за последние 3 года – наличие несовершеннолетних детей или иждивенцев – наличие алиментов (при наличии обязательств) – какие были осуществлены сделки за последние 3 года (например: купля-продажа, дарение, отчуждение) – наличие ИП или ООО – регион проживания и регистрации Клиента [0] – Продавец не уточнил менее трех параметров. [Пусто] – Если звонок оборвался до этого момента.</p> <p>В обосновании выпиши все элементы, которые были заданы, и как ответил Клиент. Если информация дана частично — зафиксируй это.</p> <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник юридической компании Банкрот Консалт, предлагающий Клиенту услугу банкротства физических лиц. В транскрипции название компании может звучать по-разному, в том числе как: Банкрот Консалтинг, БанкротКонсалт, Банкрот Консалд, Банкрот Консалт, Консалт по банкротству, Центр банкротства, Юрконсалт банкротство, Компания Банкрот Консалт, Фирма Банкрот Консалт, Банкрот Консалт юристы, а также в упрощённых или искажённых вариантах вроде: Банкрот, БК, Консалт, Банкрот Консалтант, Фанкрот Консульт, Консалтинговая фирма банкротство, юристы по банкротству, юридическая компания по банкротству, юристы по списанию долгов, помощь в банкротстве, Юридическая фирма, юрфирма, юридическая компания, компания юристов, Группа компаний Банкрот Консалт, ГК Банкрот Консалт, группа Банкрот Консалт, Федеральный центр банкротства граждан, ФЦБГ, центр банкротства граждан, федеральный центр банкротства, федеральный центр по банкротству, 2Лекс, Два Лекс, Two Lex, Ту Лекс.</p>	да	да	да
Запрос цены	10	10. Корректно отработал вопрос о стоимости	<p>Проверь, задал ли Клиент вопрос о стоимости до того, как Продавец выяснил его ситуацию, потребности и цели, и если да — как Продавец на него отреагировал. По скрипту компании Банкрот Консалт, на раннем этапе звонка Продавец не должен сразу обсуждать цену. Он должен мягко «отложить» этот вопрос, объяснив, что сначала важно разобраться в обстоятельствах Клиента, чтобы правильно рассчитать стоимость и подобрать условия.</p> <p>[1] – Клиент задал вопрос о цене до этапа выявления ситуации, и Продавец корректно отработал его: перенёс обсуждение стоимости на потом, мотивировав это необходимостью сначала уточнить детали долгов и положения Клиента. Корректной отработкой также считается ситуация, когда вопрос был задан в ультимативной форме (например: «Либо сейчас называете цену, либо я кладу трубку»), и Продавец сразу назвал стоимость, чтобы не потерять контакт.</p> <p>[0] – Продавец начал обсуждать цену сразу, до выяснения ситуации, хотя Клиент задал вопрос в обычной (не ультимативной) форме, или проигнорировал вопрос без переноса.</p> <p>[Пусто] – Если в начале разговора вопрос о стоимости не поднимался.</p> <p>В обосновании укажи: – Как прозвучал вопрос Клиента о цене (цитата или смысл) – В каком психоэмоциональном состоянии был Клиент: громкость, тембр, интонация, лояльность или раздражение – Была ли форма вопроса ультимативной или лояльной – Как на вопрос отреагировал Продавец (дословно или по смыслу) – Как Клиент отреагировал на эту отработку (согласился продолжить, смягчился, остался в напряжении и т. д.)</p> <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник юридической компании Банкрот Консалт, предлагающий Клиенту услугу банкротства физических лиц. В транскрипции название компании может звучать по-разному, в том числе как: Банкрот Консалтинг, БанкротКонсалт, Банкрот Консалд, Банкрот Консалт, Консалт по банкротству, Центр банкротства, Юрконсалт банкротство, Компания Банкрот Консалт, Фирма Банкрот Консалт, Банкрот Консалт юристы, а также в упрощённых или искажённых вариантах вроде: Банкрот, БК, Консалт, Банкрот Консалтант, Фанкрот Консульт, Консалтинговая фирма банкротство, юристы по банкротству, юридическая компания по банкротству, юристы по списанию долгов, помощь в банкротстве, Юридическая фирма, юрфирма, юридическая компания, компания юристов, Группа компаний Банкрот Консалт, ГК Банкрот Консалт, группа Банкрот Консалт, Федеральный центр банкротства граждан, ФЦБГ, центр банкротства граждан, федеральный центр банкротства, федеральный центр по банкротству, 2Лекс, Два Лекс, Two Lex, Ту Лекс.</p>	да		

Резюмирование ситуации	11	11. Резюмировал ситуацию	<p>Проверь, сделал ли Продавец краткое резюмирование ключевых данных, полученных в ходе вопросов.</p> <p>[1] – Продавец поблагодарил Клиента за ответы и кратко пересказал основные моменты (например: общая сумма долга, суть проблемы, ключевые обстоятельства). Допускаются формулировки близкие по смыслу. [0] – Продавец не резюмировал ситуацию, не подвел итог после блока вопросов. [Пусто] – Если звонок оборвался до этого момента.</p> <p>В обосновании выпиши, какие именно данные Продавец озвучил при резюмировании и как на это отреагировал Клиент.</p> <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник юридической компании Банкрот Консалт, предлагающий Клиенту услугу банкротства физических лиц. В транскрипции название компании может звучать по-разному, в том числе как: Банкрот Консалтинг, БанкротКонсалт, Банкрот Консалд, Банкрот Консульт, Консалт по банкротству, Центр банкротства, Юрконсалт банкротство, Компания Банкрот Консалт, Фирма Банкрот Консалт, Банкрот Консалт юристы, а также в упрощённых или искажённых вариантах вроде: Банкрот, БК, Консалт, Банкрот Консалтант, Фанкрот Консульт, Консалтинговая фирма банкротство, юристы по банкротству, юридическая компания по банкротству, юристы по списанию долгов, помощь в банкротстве, Юридическая фирма, юрфирма, юридическая компания, компания юристов, Группа компаний Банкрот Консалт, ГК Банкрот Консалт, группа Банкрот Консалт, Федеральный центр банкротства граждан, ФЦБГ, центр банкротства граждан, федеральный центр банкротства, федеральный центр по банкротству, 2Лекс, Два Лекс, Two Lex, Ту Лекс.</p>	нет		
Решение	12	12. Предложил решение	<p>Проверь, озвучил ли Продавец решение проблемы Клиента (процедура банкротства).</p> <p>[1] – Продавец четко сказал, что в ситуации Клиента решением является процедура банкротства или аналогичная формулировка. [0] – Продавец не озвучил решение, говорил общими словами без конкретики. [Пусто] – Если звонок оборвался до этого момента.</p> <p>В обосновании выпиши, какие слова использовал Продавец и как на это отреагировал Клиент.</p> <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник юридической компании Банкрот Консалт, предлагающий Клиенту услугу банкротства физических лиц. В транскрипции название компании может звучать по-разному, в том числе как: Банкрот Консалтинг, БанкротКонсалт, Банкрот Консалд, Банкрот Консульт, Консалт по банкротству, Центр банкротства, Юрконсалт банкротство, Компания Банкрот Консалт, Фирма Банкрот Консалт, Банкрот Консалт юристы, а также в упрощённых или искажённых вариантах вроде: Банкрот, БК, Консалт, Банкрот Консалтант, Фанкрот Консульт, Консалтинговая фирма банкротство, юристы по банкротству, юридическая компания по банкротству, юристы по списанию долгов, помощь в банкротстве, Юридическая фирма, юрфирма, юридическая компания, компания юристов, Группа компаний Банкрот Консалт, ГК Банкрот Консалт, группа Банкрот Консалт, Федеральный центр банкротства граждан, ФЦБГ, центр банкротства граждан, федеральный центр банкротства, федеральный центр по банкротству, 2Лекс, Два Лекс, Two Lex, Ту Лекс.</p>	да		
	13	13. Привязал решение к болям Клиента	<p>Проверь, объяснил ли Продавец, как именно предлагаемое решение снимает или облегчает заявленные боли Клиента.</p> <p>[1] – Продавец либо напрямую связал процедуру банкротства с конкретными трудностями Клиента (например: «перестанут звонить коллекторы», «не будут списывать зарплату», «судебные разбирательства будут прекращены»), либо увёл Клиента в позитивное будущее, показав, что изменится после списания долгов (например: «вы освободитесь от долгов», «сможете сохранить деньги в семейном бюджете и направить их на личные нужды», «будет легче планировать жизнь», «сможете спокойно работать и получать зарплату» или фразы аналогичные по смыслу).</p> <p>[0] – Продавец озвучил решение, но никак не связал его с конкретными болями Клиента и не показал в позитивном ключе, как изменится жизнь Клиента после процедуры.</p> <p>[Пусто] – Если звонок оборвался до этого момента.</p> <p>В обосновании выпиши, какие именно боли Клиента были затронуты и какие формулировки использовал Продавец: привёл ли прямую привязку к боли, увёл ли в позитивное будущее, какие аргументы и образы использовал.</p> <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник юридической компании Банкрот Консалт, предлагающий Клиенту услугу банкротства физических лиц. В транскрипции название компании может звучать по-разному, в том числе как: Банкрот Консалтинг, БанкротКонсалт, Банкрот Консалд, Банкрот Консульт, Консалт по банкротству, Центр банкротства, Юрконсалт банкротство, Компания Банкрот Консалт, Фирма Банкрот Консалт, Банкрот Консалт юристы, а также в упрощённых или искажённых вариантах вроде: Банкрот, БК, Консалт, Банкрот Консалтант, Фанкрот Консульт, Консалтинговая фирма банкротство, юристы по банкротству, юридическая компания по банкротству, юристы по списанию долгов, помощь в банкротстве, Юридическая фирма, юрфирма, юридическая компания, компания юристов, Группа компаний Банкрот Консалт, ГК Банкрот Консалт, группа Банкрот Консалт, Федеральный центр банкротства граждан, ФЦБГ, центр банкротства граждан, федеральный центр банкротства, федеральный центр по банкротству, 2Лекс, Два Лекс, Two Lex, Ту Лекс.</p>	да		да
	14	15. Изложил этапы процедуры	<p>Проверь, рассказал ли Продавец о ключевых шагах работы (договор, сбор документов, подача документов в суд, назначение управляющего, заседания суда, завершение процедуры и списание долгов).</p> <p>[1] – Продавец описал логику прохождения процедуры и упомянул минимум два этапа (например, договор + сбор документов, подача в суд + назначение управляющего, заседания суда + списание долгов и т. д.). Формулировки могут быть любыми по смыслу, главное — есть минимум два шага и понятная последовательность.</p> <p>[0] – Продавец не рассказал о процедуре вообще или упомянул не больше одного шага, без общей картины процесса.</p> <p>[Пусто] – Если звонок оборвался до этого момента.</p> <p>В обосновании выпиши, какие именно этапы были названы, в какой последовательности, и как на них реагировал Клиент.</p> <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник юридической компании Банкрот Консалт, предлагающий Клиенту услугу банкротства физических лиц. В транскрипции название компании может звучать по-разному, в том числе как: Банкрот Консалтинг, БанкротКонсалт, Банкрот Консалд, Банкрот Консульт, Консалт по банкротству, Центр банкротства, Юрконсалт банкротство, Компания Банкрот Консалт, Фирма Банкрот Консалт, Банкрот Консалт юристы, а также в упрощённых или искажённых вариантах вроде: Банкрот, БК, Консалт, Банкрот Консалтант, Фанкрот Консульт, Консалтинговая фирма банкротство, юристы по банкротству, юридическая компания по банкротству, юристы по списанию долгов, помощь в банкротстве, Юридическая фирма, юрфирма, юридическая компания, компания юристов, Группа компаний Банкрот Консалт, ГК Банкрот Консалт, группа Банкрот Консалт, Федеральный центр банкротства граждан, ФЦБГ, центр банкротства граждан, федеральный центр банкротства, федеральный центр по банкротству, 2Лекс, Два Лекс, Two Lex, Ту Лекс.</p>	да		

Алгоритм работы	15	16. Использовал преимущества компании	<p>Проверь, рассказал ли Продавец, кто мы как компания, и подчеркнул конкурентные преимущества работы именно с нами.</p> <p>[1] – Продавец озвучил не менее трёх пунктов из списка ниже: – История и опыт компании (например: «20 лет в юридической сфере», «с 2015 года занимаемся банкротством физлиц»); – Масштаб и результаты (федеральный уровень, работа по всей России, 4000+ завершённых дел, 2000+ текущих). – Рейтинги и признание (занимаем 1 место в рейтингах компаний по банкротству). – Гарантии и законность (гарантия результата в договоре, работа строго по 127-ФЗ). – Конкретные преимущества для Клиента (сопровождение юристов, дружественный финансовый управляющий, отсутствие необходимости участвовать в процессах, экономия времени и денег, успешные кейсы).</p> <p>[0] – Продавец озвучил менее трёх пунктов или не выделил преимущества и факты о компании вовсе. [Пусто] – Звонок прервался до этого момента.</p> <p>В обосновании выпиши, какие именно факты и преимущества упомянул Продавец, как они были поданы и как отреагировал Клиент.</p> <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник юридической компании Банкрот Консалт, предлагающий Клиенту услугу банкротства физических лиц. В транскрипции название компании может звучать по-разному, в том числе как: Банкрот Консалтинг, БанкротКонсалт, Банкрот Консалд, Банкрот Консалт, Консалт по банкротству, Центр банкротства, Юрконсалт банкротство, Компания Банкрот Консалт, Фирма Банкрот Консалт, Банкрот Консалт юристы, а также в упрощённых или искажённых вариантах вроде: Банкрот, БК, Консалт, Банкрот Консалтант, Фанкрот Консалт, Консалтинговая фирма банкротство, юристы по банкротству, юридическая компания по банкротству, юристы по списанию долгов, помощь в банкротстве, Юридическая фирма, юрфирма, юридическая компания, компания юристов, Группа компаний Банкрот Консалт, ГК Банкрот Консалт, группа Банкрот Консалт, Федеральный центр банкротства граждан, ФЦБГ, центр банкротства граждан, федеральный центр банкротства, федеральный центр по банкротству, 2Лекс, Два Лекс, Two Lex, Ту Лекс.</p>	да		
	16	17. Презентовал через обращение к выгоде Клиента	<p>Проверь, связывал ли Продавец этапы и услуги с конкретными выгодами Клиента (например: «Вы экономите время и нервы», «после процедуры снова можно брать кредиты»).</p> <p>[1] – Продавец связал информацию с выгодами для Клиента. [0] – Продавец говорил только о самой процедуре банкротства, без привязки к выгодам для Клиента. [Пусто] – Если звонок оборвался до этого момента.</p> <p>В обосновании выпиши, какие выгоды были названы и как на них отреагировал Клиент.</p> <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник юридической компании Банкрот Консалт, предлагающий Клиенту услугу банкротства физических лиц. В транскрипции название компании может звучать по-разному, в том числе как: Банкрот Консалтинг, БанкротКонсалт, Банкрот Консалд, Банкрот Консалт, Консалт по банкротству, Центр банкротства, Юрконсалт банкротство, Компания Банкрот Консалт, Фирма Банкрот Консалт, Банкрот Консалт юристы, а также в упрощённых или искажённых вариантах вроде: Банкрот, БК, Консалт, Банкрот Консалтант, Фанкрот Консалт, Консалтинговая фирма банкротство, юристы по банкротству, юридическая компания по банкротству, юристы по списанию долгов, помощь в банкротстве, Юридическая фирма, юрфирма, юридическая компания, компания юристов, Группа компаний Банкрот Консалт, ГК Банкрот Консалт, группа Банкрот Консалт, Федеральный центр банкротства граждан, ФЦБГ, центр банкротства граждан, федеральный центр банкротства, федеральный центр по банкротству, 2Лекс, Два Лекс, Two Lex, Ту Лекс.</p>	да		да
	17	18. Использовал выявленные потребности	<p>Проверь, использовал ли Продавец ранее озвученные Клиентом боли или ожидания (например: «Вы говорили, что звонки коллекторов мешают работать — после первого заседания они прекратятся»).</p> <p>[1] – Продавец сослался хотя бы на одну ранее выявленную боль или потребность Клиента и связал её с услугой или результатом процедуры (по смыслу: «вы говорили, что...», «для вас важно, чтобы...», «как вы отметили...»).</p> <p>[0] – Продавец никак не связал презентацию с болями или ожиданиями, которые озвучил ранее Клиент, даже если такие боли были выявлены.</p> <p>[Пусто] – Если звонок оборвался до этого момента или до презентации услуги у Клиента не были выявлены явные боли или ожидания.</p> <p>В обосновании выпиши, какие боли или потребности Клиента были использованы Продавцом в презентации (если были), как именно он на них сослался и в каком контексте.</p> <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник юридической компании Банкрот Консалт, предлагающий Клиенту услугу банкротства физических лиц. В транскрипции название компании может звучать по-разному, в том числе как: Банкрот Консалтинг, БанкротКонсалт, Банкрот Консалд, Банкрот Консалт, Консалт по банкротству, Центр банкротства, Юрконсалт банкротство, Компания Банкрот Консалт, Фирма Банкрот Консалт, Банкрот Консалт юристы, а также в упрощённых или искажённых вариантах вроде: Банкрот, БК, Консалт, Банкрот Консалтант, Фанкрот Консалт, Консалтинговая фирма банкротство, юристы по банкротству, юридическая компания по банкротству, юристы по списанию долгов, помощь в банкротстве, Юридическая фирма, юрфирма, юридическая компания, компания юристов, Группа компаний Банкрот Консалт, ГК Банкрот Консалт, группа Банкрот Консалт, Федеральный центр банкротства граждан, ФЦБГ, центр банкротства граждан, федеральный центр банкротства, федеральный центр по банкротству, 2Лекс, Два Лекс, Two Lex, Ту Лекс.</p>	да		

Презентация цены	18	19. Использовал встроенные вопросы	<p>Проверь, задавал ли Продавец во время презентации встроенные вопросы, направленные на согласие Клиента (Например: «Верно», «Согласны», «Не так ли» и т. п.).</p> <p>[1] – Продавец задавал хотя бы один встроенный вопрос на протяжении презентации. [0] – Продавец не использовал встроенные вопросы. [Пусто] – Если звонок оборвался до этого момента.</p> <p>В обосновании выпиши примеры вопросов, которые задавал Продавец, и реакцию Клиента.</p> <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник юридической компании Банкрот Консалт, предлагающий Клиенту услугу банкротства физических лиц. В транскрипции название компании может звучать по-разному, в том числе как: Банкрот Консалтинг, БанкротКонсалт, Банкрот Консалд, Банкрот Консалт, Консалт по банкротству, Центр банкротства, Юрконсалт банкротство, Компания Банкрот Консалт, Фирма Банкрот Консалт, Банкрот Консалт юристы, а также в упрощённых или искажённых вариантах вроде: Банкрот, БК, Консалт, Банкрот Консалтант, Фанкрот Консульт, Консалтинговая фирма банкротство, юристы по банкротству, юридическая компания по банкротству, юристы по списанию долгов, помощь в банкротстве, Юридическая фирма, юрфирма, юридическая компания, компания юристов, Группа компаний Банкрот Консалт, ГК Банкрот Консалт, группа Банкрот Консалт, Федеральный центр банкротства граждан, ФЦБГ, центр банкротства граждан, федеральный центр банкротства, федеральный центр по банкротству, 2Лекс, Два Лекс, Two Lex, Ту Лекс.</p>	нет		
	19	20. Ответил на вопросы Клиента во время презентации алгоритма работы	<p>Проверь, отвечал ли Продавец на вопросы Клиента во время презентации, связывая ответы с выгодами (например: «Да, управляющий будет назначен — и это значит, что вы освобождены от участия в собраниях»).</p> <p>[1] – Продавец ответил на вопросы Клиента и связал ответы с выгодой для Клиента. [0] – Продавец отвечал на вопросы Клиента без обращения к выгоде для Клиента. [Пусто] – Если звонок оборвался до этого момента.</p> <p>В обосновании выпиши, какие вопросы задавал Клиент, как ответил Продавец и была ли привязка к выгодам.</p> <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник юридической компании Банкрот Консалт, предлагающий Клиенту услугу банкротства физических лиц. В транскрипции название компании может звучать по-разному, в том числе как: Банкрот Консалтинг, БанкротКонсалт, Банкрот Консалд, Банкрот Консалт, Консалт по банкротству, Центр банкротства, Юрконсалт банкротство, Компания Банкрот Консалт, Фирма Банкрот Консалт, Банкрот Консалт юристы, а также в упрощённых или искажённых вариантах вроде: Банкрот, БК, Консалт, Банкрот Консалтант, Фанкрот Консульт, Консалтинговая фирма банкротство, юристы по банкротству, юридическая компания по банкротству, юристы по списанию долгов, помощь в банкротстве, Юридическая фирма, юрфирма, юридическая компания, компания юристов, Группа компаний Банкрот Консалт, ГК Банкрот Консалт, группа Банкрот Консалт, Федеральный центр банкротства граждан, ФЦБГ, центр банкротства граждан, федеральный центр банкротства, федеральный центр по банкротству, 2Лекс, Два Лекс, Two Lex, Ту Лекс.</p>	да		
	20	21. Изложил обязательные государственные платежи	<p>Проверь, сообщил ли Продавец о наличии обязательных государственных платежей (депозит суда, расходы) и пояснил их значимость для процедуры.</p> <p>[1] – Продавец назвал обязательные платежи (депозит суда, расходы) и подчеркнул, что без них процедура невозможна. [0] – Продавец не рассказал про обязательные платежи или упомянул их частично. [Пусто] – Если звонок оборвался до этого момента.</p> <p>В обосновании выпиши, какие именно платежи были названы и как на них отреагировал Клиент.</p> <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник юридической компании Банкрот Консалт, предлагающий Клиенту услугу банкротства физических лиц. В транскрипции название компании может звучать по-разному, в том числе как: Банкрот Консалтинг, БанкротКонсалт, Банкрот Консалд, Банкрот Консалт, Консалт по банкротству, Центр банкротства, Юрконсалт банкротство, Компания Банкрот Консалт, Фирма Банкрот Консалт, Банкрот Консалт юристы, а также в упрощённых или искажённых вариантах вроде: Банкрот, БК, Консалт, Банкрот Консалтант, Фанкрот Консульт, Консалтинговая фирма банкротство, юристы по банкротству, юридическая компания по банкротству, юристы по списанию долгов, помощь в банкротстве, Юридическая фирма, юрфирма, юридическая компания, компания юристов, Группа компаний Банкрот Консалт, ГК Банкрот Консалт, группа Банкрот Консалт, Федеральный центр банкротства граждан, ФЦБГ, центр банкротства граждан, федеральный центр банкротства, федеральный центр по банкротству, 2Лекс, Два Лекс, Two Lex, Ту Лекс.</p>	да		
	21	22. Презентовал тарифы и условия оплаты	<p>Проверь, рассказал ли Продавец о стоимости сопровождения и вариантах оплаты (рассрочка или полная оплата), объяснил ли гибкость условий.</p> <p>[1] – Продавец обозначил стоимость сопровождения и представил варианты оплаты, подчеркнув доступность рассрочки или другие удобные условия (например, первый платёж позже, гибкий график, отсутствие необходимости вносить всю сумму сразу). [0] – Продавец не озвучил стоимость или не упомянул варианты оплаты. [Пусто] – Если звонок оборвался до этого момента.</p> <p>В обосновании выпиши, как именно Продавец рассказал о стоимости и вариантах оплаты, какие условия озвучил, и как отреагировал Клиент.</p> <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник юридической компании Банкрот Консалт, предлагающий Клиенту услугу банкротства физических лиц. В транскрипции название компании может звучать по-разному, в том числе как: Банкрот Консалтинг, БанкротКонсалт, Банкрот Консалд, Банкрот Консалт, Консалт по банкротству, Центр банкротства, Юрконсалт банкротство, Компания Банкрот Консалт, Фирма Банкрот Консалт, Банкрот Консалт юристы, а также в упрощённых или искажённых вариантах вроде: Банкрот, БК, Консалт, Банкрот Консалтант, Фанкрот Консульт, Консалтинговая фирма банкротство, юристы по банкротству, юридическая компания по банкротству, юристы по списанию долгов, помощь в банкротстве, Юридическая фирма, юрфирма, юридическая компания, компания юристов, Группа компаний Банкрот Консалт, ГК Банкрот Консалт, группа Банкрот Консалт, Федеральный центр банкротства граждан, ФЦБГ, центр банкротства граждан, федеральный центр банкротства, федеральный центр по банкротству, 2Лекс, Два Лекс, Two Lex, Ту Лекс.</p>	да		

	22	23. Сформировал ценность цены во время презентации	<p>Проверь, подчеркнул ли Продавец, что ценность услуги выше её стоимости, и показал денежную выгоду для Клиента (например, что сумма списанных долгов значительно превышает стоимость услуги, или что Клиент экономит миллионы рублей благодаря процедуре).</p> <p>[1] – Продавец связал цену с ценностью: отметил качество и квалификацию команды, автоматизацию процессов, федеральный масштаб компании, гарантии результата, а также прямо указал на финансовую выгоду и экономию для Клиента («например: вы платите X, а экономите Y»).</p> <p>[0] – Продавец не связывал цену с ценностью, не показал выгоду, озвучил только стоимость услуги без обоснования.</p> <p>[Пусто] – Звонок прервался до этого момента.</p> <p>В обосновании выпиши, какие аргументы использовал Продавец для демонстрации ценности, как он показал денежную выгоду и как отреагировал Клиент.</p> <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник юридической компании Банкрот Консалт, предлагающий Клиенту услугу банкротства физических лиц. В транскрипции название компании может звучать по-разному, в том числе как: Банкрот Консалтинг, БанкротКонсалт, Банкрот Консалд, Банкрот Консалт, Консалт по банкротству, Центр банкротства, Юрконсалт банкротство, Компания Банкрот Консалт, Фирма Банкрот Консалт, Банкрот Консалт юристы, а также в упрощённых или искажённых вариантах вроде: Банкрот, БК, Консалт, Банкрот Консалтант, Фанкрот Консулът, Консалтинговая фирма банкротство, юристы по банкротству, юридическая компания по банкротству, юристы по списанию долгов, помощь в банкротстве, Юридическая фирма, юрфирма, юридическая компания, компания юристов, Группа компаний Банкрот Консалт, ГК Банкрот Консалт, группа Банкрот Консалт, Федеральный центр банкротства граждан, ФЦБГ, центр банкротства граждан, федеральный центр банкротства, федеральный центр по банкротству, 2Лекс, Два Лекс, Two Lex, Ту Лекс.</p>	да	да
Призыв к действию	23	25. Сделал призыв к действию	<p>Проверь, сделал ли Продавец прямой призыв к действию и обозначил конкретные шаги, которые нужно сделать дальше (например: «Начинаем», «Вы готовы приступить?», «Давайте созвонимся завтра», «Пришлите, пожалуйста, паспортные данные», «Я отправлю вам информацию, а вы посмотрите и...»).</p> <p>[1] – Продавец сделал прямой призыв к действию и привязал его к конкретному следующему шагу. Подходят любые варианты осознанного шага: согласие начать процедуру, отправить паспортные данные, внести первый платёж, договориться о следующем звонке или встрече с точным временем, получить от Клиента документы или дополнительную информацию, подтвердить готовность продолжить диалог. Важно, чтобы было явно: что именно Клиенту предлагается сделать и когда.</p> <p>[0] – Продавец не сделал прямого призыва к действию или ограничился общей размытой фразой без конкретных шагов (например: «ну, вы подумайте», «я на связи», «если что — звоните», без предложения созвона, встречи, отправки документов, оплаты и т. п.).</p> <p>[Пусто] – Если звонок оборвался до этого момента.</p> <p>В обосновании выпиши, как именно Продавец пригласил Клиента к действию, какое именно действие предложил (созвон, встреча, отправка паспорта, документов, оплата, изучение информации и т. д.) и как отреагировал Клиент.</p> <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник юридической компании Банкрот Консалт, предлагающий Клиенту услугу банкротства физических лиц. В транскрипции название компании может звучать по-разному, в том числе как: Банкрот Консалтинг, БанкротКонсалт, Банкрот Консалд, Банкрот Консалт, Консалт по банкротству, Центр банкротства, Юрконсалт банкротство, Компания Банкрот Консалт, Фирма Банкрот Консалт, Банкрот Консалт юристы, а также в упрощённых или искажённых вариантах вроде: Банкрот, БК, Консалт, Банкрот Консалтант, Фанкрот Консулът, Консалтинговая фирма банкротство, юристы по банкротству, юридическая компания по банкротству, юристы по списанию долгов, помощь в банкротстве, Юридическая фирма, юрфирма, юридическая компания, компания юристов, Группа компаний Банкрот Консалт, ГК Банкрот Консалт, группа Банкрот Консалт, Федеральный центр банкротства граждан, ФЦБГ, центр банкротства граждан, федеральный центр банкротства, федеральный центр по банкротству, 2Лекс, Два Лекс, Two Lex, Ту Лекс.</p>	да	да
	24	27. Теги возражений	<p>[Тег] – данный критерий исключение. В оценке выпиши все возражения Клиента через запятую. Используй только эти теги: дорого, нужно время, нужно подумать, нужно посоветоваться, сам справлюсь, есть юрист, не доверяю, боюсь последствий, нет времени, всё не так плохо, коллекторы не страшны, нужно сравнить, не готов сейчас.</p> <p>Если возражение не подходит ни под один тег — придумай новый, максимально короткий и точный. Если возражений не было — напиши: Тегов нет.</p> <p>В обосновании укажи: — Когда и в каком тоне Клиент высказал возражение — Дословную цитату Клиента</p> <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник юридической компании Банкрот Консалт, предлагающий Клиенту услугу банкротства физических лиц. В транскрипции название компании может звучать по-разному, в том числе как: Банкрот Консалтинг, БанкротКонсалт, Банкрот Консалд, Банкрот Консалт, Консалт по банкротству, Центр банкротства, Юрконсалт банкротство, Компания Банкрот Консалт, Фирма Банкрот Консалт, Банкрот Консалт юристы, а также в упрощённых или искажённых вариантах: Банкрот, БК, Консалт, Банкрот Консалтант, Фанкрот Консулът, Консалтинговая фирма банкротство, юристы по банкротству, юридическая компания по банкротству, юристы по списанию долгов, помощь в банкротстве, Юридическая фирма, юрфирма, юридическая компания, компания юристов, Группа компаний Банкрот Консалт, ГК Банкрот Консалт, группа Банкрот Консалт, Федеральный центр банкротства граждан, ФЦБГ, центр банкротства граждан, федеральный центр банкротства, федеральный центр по банкротству, 2Лекс, Два Лекс, Two Lex, Ту Лекс.</p>		да

Возражения и вопросы	25	28. Корректно отработал возражения	<p>Проверь, насколько корректно Продавец отработал возражения Клиента в разговоре.</p> <p>[1] – если Продавец корректно отработал хотя бы одно возражение Клиента. Отработка считается корректной, если:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Продавец не игнорирует сомнение Клиента, а реагирует на него конструктивно – Признает важность вопроса, уточняет, в чём именно сомнение или возражение – Использовал грамотную и убедительную аргументацию в работе с возражениями (сомнениями) – Предлагал Клиенту альтернативные решения – В аргументации использовал приём «Обращение к выгоде» или обращение к страхам Клиента – Приводил примеры из практики, объяснял юридическую суть, показывал ценность процедуры банкротства <p>[0] – если Продавец не выполнил ни одно из условий корректной отработки. Считается ошибкой, если:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Возражение было проигнорировано – Продавец не признал важность сомнения Клиента и не уточнил его суть – Аргументация отсутствовала или была формальной, без убедительных доводов – Не было предложено альтернативных решений – Не использовался приём «Обращение к выгоде» или обращение к страхам Клиента – Ответы были общими, уклончивыми («подумаем», «пришло потом», «не знаю») – Продавец не показал ценность процедуры и не снял сомнение Клиента <p>[Пусто] – если в разговоре не было ни одного возражения со стороны Клиента.</p> <p>В обосновании укажи: А) Какое возражение или сомнение озвучил Клиент (можно краткой цитатой) Б) Как отреагировал Продавец — приведи ключевые фразы В) Почему это можно (или нельзя) считать корректной отработкой</p> <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник юридической компании Банкрот Консалт, предлагающий Клиенту услугу банкротства физических лиц. В транскрипции название компании может звучать по-разному, в том числе как: Банкрот Консалтинг, БанкротКонсалт, Банкрот Консалд, Банкрот Консалт, Консалт по банкротству, Центр банкротства, Юрконсалт банкротство, Компания Банкрот Консалт, Фирма Банкрот Консалт, Банкрот Консалт юристы, а также в упрощённых или искажённых вариантах вроде: Банкрот, БК, Консалт, Банкрот Консалтант, Фанкрот Консульт, Консалтинговая фирма банкротство, юристы по банкротству, юридическая компания по банкротству, юристы по списанию долгов, помощь в банкротстве, Юридическая фирма, юрфирма, юридическая компания, компания юристов, Группа компаний Банкрот Консалт, ГК Банкрот Консалт, группа Банкрот Консалт, Федеральный центр банкротства граждан, ФЦБГ, центр банкротства граждан, федеральный центр банкротства, федеральный центр по банкротству, 2Лекс, Два Лекс, Two Lex, Ту Лекс.</p>	да	да	да
	26	29. Корректно ответил на вопросы	<p>Проверь, насколько полно и корректно Продавец ответил на все вопросы Клиента во время разговора.</p> <p>[1] – если Продавец ответил на все вопросы Клиента. Ответ считается корректным, если:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Ответ был содержательным и понятным для Клиента – Продавец использовал приём «Обращение к выгоде» (показывал выгоду или ценность для Клиента) и/или обращение к его страхам или опасениям – При необходимости Продавец дополнял ответ примерами, аргументами или пояснениями – Продавец показывал уверенность в своих словах и экспертность <p>[0] – если Продавец не выполнил условия корректного ответа. Считается ошибкой, если:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Вопрос Клиента был проигнорирован или остался без ответа – Ответ был неполным, формальным или уклончивым («не знаю», «подумаем», «пришло потом») – Продавец не использовал приём «Обращение к выгоде» или обращение к страхам Клиента – Ответ не содержал ценности, не снимал сомнения или не был понятен Клиенту <p>[Пусто] – если в разговоре не было вопросов со стороны Клиента.</p> <p>В обосновании укажи: А) Какой вопрос задал Клиент (приведи цитату или смысл) Б) Как ответил Продавец — ключевые формулировки В) Почему этот ответ можно (или нельзя) считать корректным и полезным для Клиента</p> <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник юридической компании Банкрот Консалт, предлагающий Клиенту услугу банкротства физических лиц. В транскрипции название компании может звучать по-разному, в том числе как: Банкрот Консалтинг, БанкротКонсалт, Банкрот Консалд, Банкрот Консалт, Консалт по банкротству, Центр банкротства, Юрконсалт банкротство, Компания Банкрот Консалт, Фирма Банкрот Консалт, Банкрот Консалт юристы, а также в упрощённых или искажённых вариантах вроде: Банкрот, БК, Консалт, Банкрот Консалтант, Фанкрот Консульт, Консалтинговая фирма банкротство, юристы по банкротству, юридическая компания по банкротству, юристы по списанию долгов, помощь в банкротстве, Юридическая фирма, юрфирма, юридическая компания, компания юристов, Группа компаний Банкрот Консалт, ГК Банкрот Консалт, группа Банкрот Консалт, Федеральный центр банкротства граждан, ФЦБГ, центр банкротства граждан, федеральный центр банкротства, федеральный центр по банкротству, 2Лекс, Два Лекс, Two Lex, Ту Лекс.</p>	да	да	

27	32. Использовал приём «выбор без выбора»	<p>Проверь, применил ли Продавец при закрытии сделки приём «выбор без выбора» (например: «Отправите паспорт сейчас или вечером»).</p> <p>[1] – Продавец использовал приём «выбор без выбора» и предложил Клиенту ограниченный набор вариантов действий. [0] – Продавец не применял этот приём. [Пусто] – если звонок оборвался до этого момента.</p> <p>В обосновании укажи: – Какую формулировку использовал Продавец. – Как отреагировал Клиент.</p> <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник юридической компании Банкрот Консалт, предлагающий Клиенту услугу банкротства физических лиц. В транскрипции название компании может звучать по-разному, в том числе как: Банкрот Консалтинг, БанкротКонсалт, Банкрот Консалд, Банкрот Консалт, Консалт по банкротству, Центр банкротства, Юрконсалт банкротство, Компания Банкрот Консалт, Фирма Банкрот Консалт, Банкрот Консалт юристы, а также в упрощённых или искажённых вариантах вроде: Банкрот, БК, Консалт, Банкрот Консалтант, Фанкрот Консульт, Консалтинговая фирма банкротство, юристы по банкротству, юридическая компания по банкротству, юристы по списанию долгов, помощь в банкротстве, Юридическая фирма, юрфирма, юридическая компания, компания юристов, Группа компаний Банкрот Консалт, ГК Банкрот Консалт, группа Банкрот Консалт, Федеральный центр банкротства граждан, ФЦБГ, центр банкротства граждан, федеральный центр банкротства, федеральный центр по банкротству, 2Лекс, Два Лекс, Two Lex, Ту Лекс.</p>	да	да
28	33. Сделал акцент на срочности	<p>Проверь, сделал ли Продавец акцент на необходимости заключить договор и начать процедуру уже сегодня.</p> <p>[1] – Продавец подчеркнул срочность, что договор и платеж желательно оформить «день в день». [0] – Продавец не делал акцента на срочности. [Пусто] – если звонок оборвался до этого момента.</p> <p>В обосновании укажи: – Какие слова использовал Продавец для создания срочности. – Как отреагировал Клиент.</p> <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник юридической компании Банкрот Консалт, предлагающий Клиенту услугу банкротства физических лиц. В транскрипции название компании может звучать по-разному, в том числе как: Банкрот Консалтинг, БанкротКонсалт, Банкрот Консалд, Банкрот Консалт, Консалт по банкротству, Центр банкротства, Юрконсалт банкротство, Компания Банкрот Консалт, Фирма Банкрот Консалт, Банкрот Консалт юристы, а также в упрощённых или искажённых вариантах вроде: Банкрот, БК, Консалт, Банкрот Консалтант, Фанкрот Консульт, Консалтинговая фирма банкротство, юристы по банкротству, юридическая компания по банкротству, юристы по списанию долгов, помощь в банкротстве, Юридическая фирма, юрфирма, юридическая компания, компания юристов, Группа компаний Банкрот Консалт, ГК Банкрот Консалт, группа Банкрот Консалт, Федеральный центр банкротства граждан, ФЦБГ, центр банкротства граждан, федеральный центр банкротства, федеральный центр по банкротству, 2Лекс, Два Лекс, Two Lex, Ту Лекс.</p>	да	да
29	34. Зафиксировал повторный контакт	<p>[1] – Продавец зафиксировал конкретный повторный контакт в любом понятном формате, например: – точная дата и время звонка, – договорённость созвониться в определённый день, – договорённость о переписке в мессенджере (WhatsApp, СМС и т. п.) с указанием, когда именно Продавец напишет или Клиент ответит, – договорённость о том, что Продавец отправит информацию, а Клиент даст ответ в обозначенный срок.</p> <p>Важно: фиксация должна предусматривать конкретику — когда и что происходит дальше.</p> <p>[0] – Продавец не зафиксировал повторный контакт, хотя Клиент не был готов заключить сделку в момент звонка (например: Продавец завершил разговор фразами «ну, тогда подумайте», «я на связи», «если что — напишите», без конкретных договорённостей).</p> <p>[Пусто] – если звонок оборвался до этого момента или если не было необходимости договариваться о повторном контакте (например: Клиент согласился заключить договор в тот же день).</p> <p>В обосновании укажи: – какой формат повторного контакта был согласован (звонок, сообщение, WhatsApp, СМС, голосовое, отправка документов, получение ответа до определённой даты), – точные формулировки договорённости, – реакцию Клиента.</p> <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник юридической компании Банкрот Консалт, предлагающий Клиенту услугу банкротства физических лиц. В транскрипции название компании может звучать по-разному, в том числе как: Банкрот Консалтинг, БанкротКонсалт, Банкрот Консалд, Банкрот Консалт, Консалт по банкротству, Центр банкротства, Юрконсалт банкротство, Компания Банкрот Консалт, Фирма Банкрот Консалт, Банкрот Консалт юристы, а также в упрощённых или искажённых вариантах вроде: Банкрот, БК, Консалт, Банкрот Консалтант, Фанкрот Консульт, Консалтинговая фирма банкротство, юристы по банкротству, юридическая компания по банкротству, юристы по списанию долгов, помощь в банкротстве, Юридическая фирма, юрфирма, юридическая компания, компания юристов, Группа компаний Банкрот Консалт, ГК Банкрот Консалт, группа Банкрот Консалт, Федеральный центр банкротства граждан, ФЦБГ, центр банкротства граждан, федеральный центр банкротства, федеральный центр по банкротству, 2Лекс, Два Лекс, Two Lex, Ту Лекс.</p>	да	да

Стандарты общения	30	35. Вежливость и доброжелательность Продавца	<p>Проверь, был ли Продавец вежлив, внимателен и доброжелателен в ходе разговора.</p> <p>[1] – Продавец: – минимум 3 раза обратился к Клиенту по имени – использовал вежливые формулировки: спасибо, пожалуйста, разрешите уточнить, добрый день и т. д. – общался уважительно, с тёплой интонацией, без раздражения или сухости</p> <p>[0] – если хотя бы одно из условий выше не выполнено: – Продавец не обращался по имени – не использовал вежливые формулировки – говорил сухо, механически, с раздражением или напряжением</p> <p>[Пусто] – разговор прервался до того, как можно было оценить стиль общения.</p> <p>В обосновании укажи: – примеры обращений к Клиенту – примеры вежливых или невежливых формулировок – общий стиль и эмоциональный фон – в каком состоянии находился Продавец: говорил ли он уставшим, вялым, безэмоциональным, перевозбуждённым или, наоборот, спокойным и уверенным</p> <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник юридической компании Банкрот Консалт, предлагающий Клиенту услугу банкротства физических лиц. В транскрипции название компании может звучать по-разному, в том числе как: Банкрот Консалтинг, БанкротКонсалт, Банкрот Консалд, Банкрот Консалт, Консалт по банкротству, Центр банкротства, Юрконсалт банкротство, Компания Банкрот Консалт, Фирма Банкрот Консалт, Банкрот Консалт юристы, а также в упрощённых или искажённых вариантах вроде: Банкрот, БК, Консалт, Банкрот Консалтант, Фанкрот Консульт, Консалтинговая фирма банкротство, юристы по банкротству, юридическая компания по банкротству, юристы по списанию долгов, помощь в банкротстве, Юридическая фирма, юрфирма, юридическая компания, компания юристов, Группа компаний Банкрот Консалт, ГК Банкрот Консалт, группа Банкрот Консалт, Федеральный центр банкротства граждан, ФЦБГ, центр банкротства граждан, федеральный центр банкротства, федеральный центр по банкротству, 2Лекс, Два Лекс, Two Lex, Ту Лекс.</p>			
	31	37. Позиция «Взрослый – Взрослый»	<p>Проверь, демонстрировал ли Продавец уверенность и придерживался уважительной позиции «Взрослый – Взрослый».</p> <p>[1] – Продавец: – говорил уверенно, без слов-паразитов («ну», «как бы», «типа») – строил фразы грамотно, логично и понятно – использовал уважительное обращение к Клиенту, без панибратства или снисходительности – отвечал уверенно, без оправданий и чрезмерных извинений</p> <p>[0] – если хотя бы одно из условий выше не выполнено: – речь сбивчивая или содержит слова-паразиты – фразы построены неясно – обращение к Клиенту фамильярное или снисходительное – Продавец выглядел неуверенным в ответах</p> <p>[Пусто] – разговор прервался до того, как можно было оценить уверенность и позицию.</p> <p>В обосновании укажи: – примеры фраз Продавца, подтверждающих уверенность или её отсутствие – обращение к Клиенту и стиль общения – наличие или отсутствие слов-паразитов</p> <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник юридической компании Банкрот Консалт, предлагающий Клиенту услугу банкротства физических лиц. В транскрипции название компании может звучать по-разному, в том числе как: Банкрот Консалтинг, БанкротКонсалт, Банкрот Консалд, Банкрот Консалт, Консалт по банкротству, Центр банкротства, Юрконсалт банкротство, Компания Банкрот Консалт, Фирма Банкрот Консалт, Банкрот Консалт юристы, а также в упрощённых или искажённых вариантах вроде: Банкрот, БК, Консалт, Банкрот Консалтант, Фанкрот Консульт, Консалтинговая фирма банкротство, юристы по банкротству, юридическая компания по банкротству, юристы по списанию долгов, помощь в банкротстве, Юридическая фирма, юрфирма, юридическая компания, компания юристов, Группа компаний Банкрот Консалт, ГК Банкрот Консалт, группа Банкрот Консалт, Федеральный центр банкротства граждан, ФЦБГ, центр банкротства граждан, федеральный центр банкротства, федеральный центр по банкротству, 2Лекс, Два Лекс, Two Lex, Ту Лекс.</p>			

Критические ошибки	32 38. Критические ошибки	<p>Проверь, были ли в разговоре ошибки, которые могли нанести вред репутации компании «Банкрот Консалт» или сорвать потенциальное сотрудничество по процедуре банкротства физических лиц.</p> <p>[1] – Продавец не допустил критических ошибок: – не высказывался негативно о компании «Банкрот Консалт», продукте, коллегах или процессах – не демонстрировал неуверенность или сомнение в ценности предложения – зафиксировал конкретный следующий шаг (обмен документами, составление и отправка договора, договоренность о платеже, повторный контакт с точной датой и временем)</p> <p>[0] – Продавец допустил одну или несколько критических ошибок. Укажи, что именно произошло:</p> <p>А) Продавец негативно высказывался о «Банкрот Консалт», процессе работы, продукте или услугах Примеры: «этот момент у нас пока не отлажен», «с этим бывают сложности», «у нас нет информации, это на стороне партнёров», «не знаю, как устроено», «это зависит не от нас».</p> <p>Б) Продавец выражал сомнение в ценности предложения или отговаривал от продолжения Примеры: «если не уверены — можно не продолжать», «может, вам это не нужно», «не будем тратить ваше время», «давайте пока просто подумаем».</p> <p>В) Продавец не зафиксировал конкретный следующий шаг (особенно если Клиент не отказался, а просто сомневался или откладывал). Считается ошибкой, если: – Продавец завершает разговор фразами вроде «подумайте», «я на связи», «пришлите, если что» – не предлагает конкретных вариантов: отправка договора, передача документов, договоренность о повторном звонке или встрече – упускает возможность «дожать» заинтересованного Клиента</p> <p>[Пусто] – разговор завершился слишком рано, и оценка невозможна.</p> <p>В обосновании укажи: А) Какие ошибки были допущены Б) Как отреагировал Клиент В) Чем завершился разговор</p> <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник юридической компании Банкрот Консалт, предлагающий Клиенту услугу банкротства физических лиц. В транскрипции название компании может звучать по-разному, в том числе как: Банкрот Консалтинг, БанкротКонсалт, Банкрот Консалд, Банкрот Консалт, Банкрот по банкротству, Центр банкротства, Юрконсалт банкротство, Компания Банкрот Консалт, Фирма Банкрот Консалт, Банкрот Консалт юристы, а также в упрощённых или искажённых вариантах вроде: Банкрот, БК, Консалт, Банкрот Консалтант, Фанкрот Консалт, Консалтинговая фирма банкротство, юристы по банкротству, юридическая компания по банкротству, юристы по списанию долгов, помощь в банкротстве, Юридическая фирма, юрфирма, юридическая компания, компания юристов, Группа компаний Банкрот Консалт, ГК Банкрот Консалт, группа Банкрот Консалт, Федеральный центр банкротства граждан, ФЦБГ, центр банкротства граждан, федеральный центр банкротства, федеральный центр по банкротству, 2Лекс, Два Лекс, Two Lex, Ту Лекс.</p>			
--------------------	---------------------------	--	--	--	--

	33 39. Краткое резюме звонка	<p>[Резюме] – данный критерий исключение, в качестве оценки напиши слово Резюме, а в обосновании оценки (reasons) напиши следующее:</p> <p>Составь краткое и структурированное резюме звонка. Оно должно быть лаконичным, понятным и отражать только ключевые моменты разговора.</p> <p>Обязательно включи:</p> <p>А) Содержание звонка</p> <ul style="list-style-type: none"> – Какие темы и блоки были затронуты – Обсуждались ли мотивация Клиента, его текущая ситуация и боли, опыт с долгами, попытки ранее решать проблему, отношение к процедуре банкротства, реакция на презентацию компании и услуги, стоимость и условия оплаты, доверие к компании, вопросы и возражения, следующий шаг <p>Б) Реакция Клиента на ключевые моменты</p> <ul style="list-style-type: none"> – Была ли она заинтересованной, сомневающейся, позитивной, нейтральной или негативной – Как Клиент реагировал на предложение банкротства как решения, на презентацию компании, цену, условия сотрудничества, гарантии и шаги, которые нужно предпринять <p>В) Достигнутые договорённости</p> <ul style="list-style-type: none"> – Были ли зафиксированы следующие шаги: предоставление паспорта, отправка договора, первый платёж, договорённость о повторном контакте (с конкретной датой и временем) – Уточни, зафиксировал ли Продавец чёткий план действий <p>Это резюме должно помогать быстро понять суть разговора без необходимости прослушивать аудиозапись.</p> <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник юридической компании Банкрот Консалт, предлагающий Клиенту услугу банкротства физических лиц. В транскрипции название компании может звучать по-разному, в том числе как: Банкрот Консалтинг, БанкротКонсалт, Банкрот Консалд, Банкрот Консалт, Консалт по банкротству, Центр банкротства, Юрконсалт банкротство, Компания Банкрот Консалт, Фирма Банкрот Консалт, Банкрот Консалт юристы, а также в упрощённых или искажённых вариантах вроде: Банкрот, БК, Консалт, Банкрот Консалтант, Фанкрот Консульт, Консалтинговая фирма банкротство, юристы по банкротству, юридическая компания по банкротству, юристы по списанию долгов, помощь в банкротстве, Юридическая фирма, юрфирма, юридическая компания, компания юристов, Группа компаний Банкрот Консалт, ГК Банкрот Консалт, группа Банкрот Консалт, Федеральный центр банкротства граждан, ФЦБГ, центр банкротства граждан, федеральный центр банкротства, федеральный центр по банкротству, 2Лекс, Два Лекс, Two Lex, Ту Лекс.</p>			
--	------------------------------	---	--	--	--

34	40. Портрет Клиента	<p>[Рекомендация] – данный критерий исключение, в качестве оценки напиши слово Рекомендация, а в обосновании оценки (reasons) напиши следующее:</p> <p>На основе всей транскрипции составь структурированный, лаконичный, но содержательный портрет Клиента. Укажи ключевые характеристики, которые важны для дальнейшей работы с этим Клиентом. Приводи прямые цитаты, если они подтверждают данные. Если информация по какому-либо пункту отсутствует — напиши Не обсуждалось.</p> <p>А) Текущая ситуация Клиента</p> <ul style="list-style-type: none"> – Размер и характер долгов (сумма, кредиты, микрозаймы, ЖКХ, налоги и т. д.) – Есть ли просрочки, коллекторы, суды, аресты счетов или имущества – Что Клиент предпринимал ранее для решения ситуации <p>Б) Финансовое положение</p> <ul style="list-style-type: none"> – Есть ли официальный доход, работа или бизнес – Есть ли имущество, автомобиль, недвижимость, кредиты – Возможность внесения обязательных платежей (депозит суда, расходы, оплата услуг) <p>В) Мотивация и цели</p> <ul style="list-style-type: none"> – Зачем Клиент рассматривает банкротство, какой результат хочет получить – Основные боли и страхи (например: давление коллекторов, невозможность платить, угроза потери имущества) – Насколько срочно Клиент хочет решить проблему <p>Г) Знание Клиентом компании Продавца</p> <ul style="list-style-type: none"> – Знает ли Клиент о компании Банкрот Консалт – Откуда узнал (поиск, рекомендации, реклама) – Что именно отметил: опыт компании, репутацию, гарантии, отзывы <p>Д) Лица, принимающие решения</p> <ul style="list-style-type: none"> – Сам ли Клиент принимает решение или обсуждает с супругом/родственниками – Есть ли необходимость согласования с кем-то ещё – Участвовали ли в разговоре другие лица <p>Е) Тип контакта и этап воронки</p> <ul style="list-style-type: none"> – Клиент сам обратился или разговор инициировал Продавец – Если входящий контакт — через какой канал пришёл – На каком этапе воронки находится Клиент: интерес, консультация, готовность к договору <p>Ж) Дополнительные факты</p> <ul style="list-style-type: none"> – Особенности ситуации (например, особый статус: ИП, госслужащий, военный) – Специфические сложности (например, много кредиторов, бизнес в залоге, долги у приставов) – Эмоциональное отношение Клиента (спокойный, сомневающийся, напуганный, раздражённый) <p>З) Реакция на предложение</p> <ul style="list-style-type: none"> – Что Клиент спросил про процедуру банкротства – Какая была реакция на условия, цену, гарантии, срочность начала работы – Что особенно заинтересовало или вызвало сомнение <p>И) Тип темперамента Клиента</p> <ul style="list-style-type: none"> – Определи тип темперамента Клиента: сангвиник, холерик, флегматик или меланхолик – В обосновании объясни, почему выбран именно этот тип, на основе каких фраз, реакций, темпа речи, тона или поведения в разговоре <p>Это резюме должно помогать быстро понять портрет Клиента для персонализации следующих шагов и повышения шансов на сделку.</p> <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник юридической компании Банкрот Консалт, предлагающий Клиенту услугу банкротства физических лиц. В транскрипции название компании может звучать по-разному, в том числе как: Банкрот Консалтинг, БанкротКонсалт, Банкрот Консалд, Банкрот Консалт, Банкрот Консалт, Банкрот Консалт, Юрконсалт банкротство, Компания Банкрот Консалт, Фирма Банкрот Консалт, Банкрот Консалт юристы, а также в упрощённых или искажённых вариантах вроде: Банкрот, БК, Консалт, Банкрот Консалтант, Фанкрот Консульт, Консалтинговая фирма банкротство, юристы по банкротству, юридическая компания по банкротству, юристы по списанию долгов, помощь в банкротстве, Юридическая фирма, юрфирма, юридическая компания, компания юристов, Группа компаний Банкрот Консалт, ГК Банкрот Консалт, группа Банкрот Консалт, Федеральный центр банкротства граждан, ФЦБГ, центр банкротства граждан, федеральный центр банкротства, федеральный центр по банкротству, 2Лекс, Два Лекс, Two Lex, Ту Лекс.</p>		1 да	
----	---------------------	--	--	------	--

35	41. Лучшие практики Продавца	<p>[Рекомендация] – данный критерий исключение, в качестве оценки напиши слово Рекомендация, а в обосновании оценки (reasons) напиши следующее:</p> <p>Определи минимум 3 удачные техники или приёма (если они были), которые помогли Продавцу продвинуть разговор: снизить сопротивление, вызвать интерес, удержать внимание Клиента, снять сомнение или приблизить его к заключению сделки. Если таких техник не выявлено — напиши: «Успешных техник не выявлено».</p> <p>Для каждой практики укажи:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Фраза Продавца – процитируй дословно или кратко перескажи мысль – Контекст – в какой момент была сказана фраза, что обсуждалось до и после, как отреагировал Клиент – Почему сработало – объясни, почему это было эффективно – Приём – какую методику или тактику можно отнести к данной фразе (например: обращение к выгоде, создание срочности, сторителлинг, выбор без выбора, работа с возражениями, дожим, активное слушание, создание чувства защищённости) – Тип практики: <p>А) Общая техника – универсальный приём, который можно обучать других сотрудников Б) Индивидуальная техника – уникальный стиль, харизма, необычная логика, удачная эмоциональная подача</p> <p>Включай только те действия, которые реально повлияли на ход разговора в пользу Продавца. Можно также зафиксировать нестандартные удачные элементы (шутки, истории, необычные метафоры), если они вызвали позитивную реакцию Клиента.</p> <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник юридической компании Банкрот Консалт, предлагающий Клиенту услугу банкротства физических лиц. В транскрипции название компании может звучать по-разному, в том числе как: Банкрот Консалтинг, БанкротКонсалт, Банкрот Консалд, Банкрот Консалт, Банкрот Консалт юристы, а также в упрощённых или искажённых вариантах вроде: Банкрот, БК, Консалт, Банкрот Консалтант, Фанкрот Консульт, Консалтинговая фирма банкротство, юристы по банкротству, юридическая компания по банкротству, юристы по списанию долгов, помощь в банкротстве, Юридическая фирма, юрфирма, юридическая компания, компания юристов, Группа компаний Банкрот Консалт, ГК Банкрот Консалт, группа Банкрот Консалт, Федеральный центр банкротства граждан, ФЦБГ, центр банкротства граждан, федеральный центр банкротства, федеральный центр по банкротству, 2Лекс, Два Лекс, Two Lex, Ту Лекс.</p>			4 да
36	42. Зоны роста Продавца	<p>[Рекомендация] – данный критерий исключение, в качестве оценки напиши слово Рекомендация, а в обосновании оценки (reasons) напиши следующее:</p> <p>Определи ключевые ошибки или упущения Продавца, которые негативно повлияли на разговор: снизили интерес Клиента, вызвали отказ или помешали продвижению сделки. Укажи минимум 3 ошибки (если они были).</p> <p>Для каждой ошибки зафиксируй:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Фраза Продавца – процитируй дословно или перескажи по смыслу – Контекст – когда это было сказано, что говорил Клиент до этого, как он отреагировал, к чему это привело – Более удачная альтернатива – предложи, как следовало бы ответить или повести себя – Ожидаемый эффект – что изменилось бы в разговоре, какой приём или тактика помогли бы улучшить восприятие Клиентом <p>Также считай ошибками, если Продавец:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Не задал важные вопросы для понимания ситуации Клиента (например, о сумме долгов, сроках выплат, критических событиях) – Не уточнил ожидания Клиента, его сроки или процесс принятия решения – Не сделал попытку дожима или фоллоу-апа после интереса Клиента – Не подвёл итоги разговора – Не предложил конкретный следующий шаг (например: отправка договора, повторный созвон, встреча) – Игнорировал или некорректно отработал возражения Клиента <p>Мелкие недочёты (например, слова-паразиты или сбивчивая речь) не учитывай, если они не повлияли на результат разговора.</p> <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник юридической компании Банкрот Консалт, предлагающий Клиенту услугу банкротства физических лиц. В транскрипции название компании может звучать по-разному, в том числе как: Банкрот Консалтинг, БанкротКонсалт, Банкрот Консалд, Банкрот Консалт, Банкрот Консалт юристы, а также в упрощённых или искажённых вариантах вроде: Банкрот, БК, Консалт, Банкрот Консалтант, Фанкрот Консульт, Консалтинговая фирма банкротство, юристы по банкротству, юридическая компания по банкротству, юристы по списанию долгов, помощь в банкротстве, Юридическая фирма, юрфирма, юридическая компания, компания юристов, Группа компаний Банкрот Консалт, ГК Банкрот Консалт, группа Банкрот Консалт, Федеральный центр банкротства граждан, ФЦБГ, центр банкротства граждан, федеральный центр банкротства, федеральный центр по банкротству, 2Лекс, Два Лекс, Two Lex, Ту Лекс.</p>			3 да

37	43. Talk Ratio	<p>[Число] — укажи, какой процент от общей продолжительности активного диалога заняла речь Продавца. Расчёт делается на основе таймкодов транскрипции. Результат укажи, округлив до целого числа (например, 48%).</p> <p>Правила расчёта:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Определи длительность активного диалога — с первой реплики Продавца или Клиента до последней. Не включая автоответчик, секретаря/оператора, паузы, приветственные тишины до фактического начала разговора. – Просуммируй длительность всех реплик Продавца в этом интервале (по таймкодам начала и конца реплик, либо по времени до следующего высказывания другого спикера). – Раздели общее время речи Продавца на общую длительность диалога, умножь на 100 и округли до целого числа. <p>Важно:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Если доля речи Продавца выше 95%, обязательно перепроверь правильность ролей. – Если в разговоре участвует только один спикер, или второй произнёс меньше трёх слов, это не считается диалогом — поставь [Пусто]. – Все расчёты делай в секундах. <p>В обосновании укажи:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Общую продолжительность активного диалога – Время речи Продавца – Время речи Клиента – Количество реплик каждого – Итоговую долю речи <p>Пример ответа: Оценка: 61 Обоснование: Активный диалог длился 366 секунд. Продавец говорил 224 секунды, Клиент — 142 секунды. Продавец сделал 28 реплик, Клиент — 19. Доля речи: $224 / 366 = 61\%$.</p> <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник юридической компании Банкрот Консалт, предлагающий Клиенту услугу банкротства физических лиц. В транскрипции название компании может звучать по-разному, в том числе как: Банкрот Консалтинг, БанкротКонсалт, Банкрот Консалд, Банкрот Консалт, Банкрот Консалт юристы, а также в упрощённых или искажённых вариантах вроде: Банкрот, БК, Консалт, Банкрот Консалтант, Фанкрот Консалт, Консалтинговая фирма банкротство, юристы по банкротству, юридическая компания по банкротству, юристы по списанию долгов, помощь в банкротстве, Юридическая фирма, юрфирма, юридическая компания, компания юристов, Группа компаний Банкрот Консалт, ГК Банкрот Консалт, группа Банкрот Консалт, Федеральный центр банкротства граждан, ФЦБГ, центр банкротства граждан, федеральный центр банкротства, федеральный центр по банкротству, 2Лекс, Два Лекс, Two Lex, Ту Лекс.</p>			
38	44. Фактический скрипт звонка	<p>[1] — Разговор приблизил Клиента к покупке: Клиент явно выразил интерес, согласие, дал положительный сигнал (готовность начать процедуру, согласие на отправку документов, готовность внести первый платёж или договорённость о следующем шаге).</p> <p>[0] — Разговор не привёл к результату: Клиент отказался, остался в сомнениях, не проявил интереса или звонок завершился без конкретного решения.</p> <p>В обосновании укажи:</p> <p>А) Воссоздай фактический сценарий, который использовал Продавец в этом звонке:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Какие этапы он прошёл – В каком порядке – Как переходил между темами – Что именно говорил на каждом этапе (цитаты или смысл фраз) <p>Б) Зафиксируй особенности этого сценария — что было сделано нестандартно, какие шаги были пропущены.</p> <p>В) Укажи, какие элементы сценария сработали: где Клиент проявил интерес, задавал вопросы, реагировал положительно.</p> <p>Г) Укажи, какие элементы не сработали: где Клиент замолчал, проявил сомнения, высказал возражения или не отреагировал.</p> <p>Цель критерия — восстановить реальную модель поведения Продавца, зафиксировать её логику и результат. Это позволит сравнивать «сильные» и «слабые» сценарии на множестве звонков.</p> <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник юридической компании Банкрот Консалт, предлагающий Клиенту услугу банкротства физических лиц. В транскрипции название компании может звучать по-разному, в том числе как: Банкрот Консалтинг, БанкротКонсалт, Банкрот Консалд, Банкрот Консалт, Банкрот Консалт юристы, а также в упрощённых или искажённых вариантах вроде: Банкрот, БК, Консалт, Банкрот Консалтант, Фанкрот Консалт, Консалтинговая фирма банкротство, юристы по банкротству, юридическая компания по банкротству, юристы по списанию долгов, помощь в банкротстве, Юридическая фирма, юрфирма, юридическая компания, компания юристов, Группа компаний Банкрот Консалт, ГК Банкрот Консалт, группа Банкрот Консалт, Федеральный центр банкротства граждан, ФЦБГ, центр банкротства граждан, федеральный центр банкротства, федеральный центр по банкротству, 2Лекс, Два Лекс, Two Lex, Ту Лекс.</p>			1 да

39	45. Успешный звонок	<p>Проверь, получил ли Продавец от Клиента согласие на заключение договора и/или оплату услуг компании.</p> <p>[1] — Продавец получил от Клиента согласие на покупку юридических услуг по банкротству, согласие начать процедуру, отправить паспортные данные для подготовки договора или внести первый платёж. Сюда также относятся случаи, когда Клиент подтвердил готовность заключить договор или согласился на чётко определённые шаги (например, получение формы договора, обмен документами, согласие на оплату в ближайшее время).</p> <p>[0] — Клиент не согласился, выразил сомнения, отложил решение или разговор завершился без ясной договорённости о шагах к заключению договора или оплате.</p> <p>[Пусто] — Звонок завершился до того, как разговор дошёл до обсуждения заключения договора или оплаты услуг компании.</p> <p>В обосновании укажи:</p> <ul style="list-style-type: none"> — Как именно Клиент подтвердил готовность заключить договор, начать процедуру или внести платёж (цитата или краткий пересказ). — Если Клиент сомневался, как Продавец обработал эти сомнения. — Были ли зафиксированы конкретные следующие шаги (например, отправка паспорта, обмен документами, точная дата и время следующего звонка, договорённость о платёже). <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник юридической компании Банкрот Консалт, предлагающий Клиенту услугу банкротства физических лиц. В транскрипции название компании может звучать по-разному, в том числе как: Банкрот Консалтинг, БанкротКонсалт, Банкрот Консалд, Банкрот Консулт, Консалт по банкротству, Центр банкротства, Юрконсалт банкротство, Компания Банкрот Консалт, Фирма Банкрот Консалт, Банкрот Консалт юристы, а также в упрощённых или искажённых вариантах вроде: Банкрот, БК, Консалт, Банкрот Консалтант, Фанкрот Консульт, Консалтинговая фирма банкротство, юристы по банкротству, юридическая компания по банкротству, юристы по списанию долгов, помощь в банкротстве, Юридическая фирма, юрфирма, юридическая компания, компания юристов, Группа компаний Банкрот Консалт, ГК Банкрот Консалт, группа Банкрот Консалт, Федеральный центр банкротства граждан, ФЦБГ, центр банкротства граждан, федеральный центр банкротства, федеральный центр по банкротству, 2Лекс, Два Лекс, Two Lex, Ту Лекс.</p>	да
----	---------------------	--	----

Экспертный блок	40 46. Оценка по международным методологиям	<p>[Число] – Укажи итоговый балл по всем пяти международным методологиям продаж.</p> <p>Для этого проанализируй весь звонок и оцени его по каждой из пяти методологий.</p> <p>В обосновании укажи для каждой методологии:</p> <p>А) Название методологии Б) Балл по этой методологии (от 1 до 10) В) Почему был выставлен именно такой балл (с цитатами из звонка, ситуациями и реакцией Клиента) Г) Что нужно было сделать, чтобы получить 10/10 — приведи 2–3 конкретных фразы, вопросы или техники, которые можно было бы использовать во время звонка</p> <p>После оценки всех пяти методологий суммируй баллы и укажи общий результат с расшифровкой (например: 7 + 8 + 5 + 6 + 9 = 35). Минимум = 0, максимум = 50.</p> <p>В обосновании укажи этот итоговый результат и детализацию.</p> <p>Пример: Оценка: 35 Обоснование: [подробные баллы и объяснения по каждой методологии]</p> <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник юридической компании Банкрот Консалт, предлагающий Клиенту услугу банкротства физических лиц. В транскрипции название компании может звучать по-разному, в том числе как: Банкрот Консалтинг, БанкротКонсалт, Банкрот Консалд, Банкрот Консалт, Консалт по банкротству, Центр банкротства, Юрконсалт банкротство, Компания Банкрот Консалт, Фирма Банкрот Консалт, Банкрот Консалт юристы, а также в упрощённых или искажённых вариантах вроде: Банкрот, БК, Консалт, Банкрот Консалтант, Фанкрот Консульт, Консалтинговая фирма банкротство, юристы по банкротству, юридическая компания по банкротству, юристы по списанию долгов, помощь в банкротстве, Юридическая фирма, юрфирма, юридическая компания, компания юристов, Группа компаний Банкрот Консалт, ГК Банкрот Консалт, группа Банкрот Консалт, Федеральный центр банкротства граждан, ФЦБГ, центр банкротства граждан, федеральный центр банкротства, федеральный центр по банкротству, 2Лекс, Два Лекс, Two Lex, Ту Лекс.</p> <p>Методологии:</p> <p>Consultative Selling 2.0 (Консультативные продажи 2.0) Суть: Продавец выступает как консультант, помогает Клиенту выбрать лучшее решение. Не «продаёт», а направляет. Ключевые шаги: – построение доверия и открытого диалога – выявление глубинных потребностей и приоритетов – уточнение ограничений (сумма долгов, сроки, ожидания) – презентация решения, адаптированного под ситуацию Клиента – подтверждение ценности и помощь в принятии решения Оцени: – Слушал ли Продавец больше, чем говорил – Задавал ли вопросы, раскрывающие цели Клиента – Связывал ли преимущества услуги с выявленными потребностями</p> <p>Emotional Resonance Selling (Продажи через эмоциональный резонанс) Суть: Продавец апеллирует к эмоциям Клиента, связанным с его жизненными целями, и строит аргументы на этом. Ключевые шаги: – выявление эмоциональной мотивации (например, желание избавиться от давления долгов, восстановить спокойствие, сохранить репутацию) – подстройка тона, темпа, проявление эмпатии – сторителлинг (анalogии, примеры из жизни других Клиентов) – акцент на ощущениях от результата, а не на юридических формальностях – завершение через визуализацию будущего без долгов Оцени: – Раскрыл ли Продавец эмоциональную мотивацию Клиента – Подстроился ли под стиль общения Клиента – Использовал ли эмоциональные примеры или истории</p> <p>Needs-Based Selling (Продажи на основе потребностей) Суть: Продавец выявляет и классифицирует потребности Клиента, чтобы предложить максимально точное решение. Ключевые шаги: – сбор информации: зачем, для кого, какие ожидания – классификация потребностей: рациональные / срочные / эмоциональные – презентация услуги как точного ответа – работа с возражениями и сомнениями – подтверждение, что предложение соответствует ожиданиям Оцени: – Были ли чётко выявлены потребности Клиента – Была ли выделена ключевая приоритетная потребность – Соотнёс ли Продавец преимущества услуги с этими потребностями</p> <p>Story-Based Selling (Продажи через истории) Суть: Продавец рассказывает релевантные и правдоподобные истории, помогая Клиенту представить себя в похожей ситуации. Ключевые шаги: – начало с релевантного сценария проблемы (например, «У нас был Клиент с долгами в 1,5 млн, который боялся потерять квартиру...») – показ, как решение было найдено – завершение успешным результатом – использование аналогий – завершение логичным следующим шагом Оцени: – Использовал ли Продавец истории – Были ли они релевантны ситуации Клиента – Вызвали ли они интерес или дополнительные вопросы</p> <p>4P Model (Problem–Promise–Proof–Proposal) Суть: Структурированное убеждение через четыре шага — от проблемы к решению. Ключевые шаги:</p>			2 да
-----------------	---	--	--	--	------

41	47. Финальный скоринг Клиента	<p>[Число] – Определённый скоринг Клиента по четырём параметрам. Итоговый скоринг = сумма баллов.</p> <p>Проверь, насколько Клиент целевой и перспективный для компании Продавца, исходя из четырёх ключевых параметров: срочность, платёжеспособность, потребность и выбор компании.</p> <p>А) Срочность работы с компанией Продавца Оцени по шкале от 0 до 10: 10 — Клиент готов начать процесс банкротства в ближайшие 2–3 недели. 5–9 — Клиент настроен положительно, но нужны дополнительные шаги (например, обсуждение семьи, имущества, юридических деталей). 1–4 — Клиент сомневается, интересуется, но не даёт чёткого согласия. 0 — Клиент не готов или категорически отказался. Пусто — Готовность не обсуждалась.</p> <p>Б) Платёжеспособность (готовность платить за услуги) Оцени по шкале от 0 до 10: 10 — Клиент готов оплатить услуги (или первый взнос) без дополнительных условий. 5–9 — Обсуждались рассрочка, скидки или отсрочка, но без уверенности. 1–4 — Клиент выражает сомнения, ищет альтернативы, опасается высокой цены. 0 — Клиент прямо сказал, что это слишком дорого или платить не готов. Пусто — Тема оплаты не обсуждалась.</p> <p>В) Потребность в услуге банкротства Оцени по шкале от 0 до 10: 10 — Клиент ясно понимает ценность банкротства (например, хочет избавиться от долгов, остановить коллекторов, защитить имущество). 5–9 — Клиент обсуждает отдельные аспекты, но не до конца уверен в необходимости. 1–4 — Клиент сомневается в ценности услуги или не понимает, зачем это ему. 0 — Клиент заявил, что банкротство ему не нужно. Пусто — Тема банкротства не обсуждалась.</p> <p>Г) Выбор компании Оцени по шкале от 0 до 10: 10 — Клиент прямо сказал, что выбирает компанию Продавца среди других вариантов или сделал акцент, что остановил выбор на нас. 5–9 — Клиент сравнивает несколько компаний, рассматривает нас как один из вариантов. 1–4 — Клиент сомневается в нашей компании, упоминает конкурентов как более предпочтительных. 0 — Клиент заявил, что не будет работать с компанией Продавца. Пусто — Вопрос выбора компании не обсуждался.</p> <p>Финальная оценка: [0–40] — сумма четырёх параметров. Если один из параметров = [Пусто], он считается как 0.</p> <p>В обосновании оценки укажи: – Баллы и пояснения по каждому параметру. – Цитаты Клиента, которые повлияли на выставленные оценки. – Итоговую сумму и общий вывод о Клиенте в формате: «Высокая готовность / Средняя готовность / Низкая готовность».</p> <p>Пример: Оценка: 31 Обоснование: Срочность — 10 (Клиент сказал: «Да, хочу начать в течение ближайших двух недель»); Платёжеспособность — 7 (спросил о рассрочке); Потребность — 8 (выразил желание избавиться от давления коллекторов); Выбор компании — 6 (сравнивает с конкурентами, но говорит, что мы в приоритете). Финальный скоринг: 10 + 7 + 8 + 6 = 31. Общая оценка: Высокая готовность.</p> <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник юридической компании Банкрот Консалт, предлагающий Клиенту услугу банкротства физических лиц. В транскрипции название компании может звучать по-разному, в том числе как: Банкрот Консалтинг, БанкротКонсалт, Банкрот Консалд, Банкрот Консалт, Консалт по банкротству, Центр банкротства, Юрконсалт банкротство, Компания Банкрот Консалт, Фирма Банкрот Консалт, Банкрот Консалт юристы, а также в упрощённых или искажённых вариантах вроде: Банкрот, БК, Консалт, Банкрот Консалтант, Фанкрот Консалты, Консалтинговая фирма банкротство, юристы по банкротству, юридическая компания по банкротству, юристы по списанию долгов, помощь в банкротстве, Юридическая фирма, юрфирма, юридическая компания, компания юристов, Группа компаний Банкрот Консалт, ГК Банкрот Консалт, группа Банкрот Консалт, Федеральный центр банкротства граждан, ФЦБГ, центр банкротства граждан, федеральный центр банкротства, федеральный центр по банкротству, 2Лекс, Два Лекс, Two Lex, Ту Лекс.</p>	да
----	-------------------------------	---	----

Фильтры	42	48. Сбой или прерывание звонка	<p>Проверь, был ли разговор полноценным, логично начался и завершился, без технических сбоев или прерываний. Оцени как начало, так и конец разговора.</p> <p>[1] – если звонок был прерван до логического завершения. Сюда относятся случаи, когда: – разговор закончился резко, не было логичного прощания вроде «до свидания, всего хорошего» и финальных фраз – видно, что диалог ещё шёл, но внезапно прервался – Клиент сказал, что сейчас не может говорить или попросил перезвонить позже – слышны сбои связи, обрывы, долгие паузы, и разговор завершился неестественно</p> <p>[0] – если разговор был полноценным и завершился логично. Сюда относятся ситуации, когда: – участники попрощались – разговор завершён финальной фразой – в разговоре не было технических сбоев и он шёл до конца</p> <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник юридической компании Банкрот Консалт, предлагающий Клиенту услугу банкротства физических лиц. В транскрипции название компании может звучать по-разному, в том числе как: Банкрот Консалтинг, БанкротКонсалт, Банкрот Консалд, Банкрот Консалт, Консалт по банкротству, Центр банкротства, Юрконсалт банкротство, Компания Банкрот Консалт, Фирма Банкрот Консалт, Банкрот Консалт юристы, а также в упрощённых или искажённых вариантах вроде: Банкрот, БК, Консалт, Банкрот Консалтант, Фанкрот Консулът, Консалтинговая фирма банкротство, юристы по банкротству, юридическая компания по банкротству, юристы по списанию долгов, помощь в банкротстве, Юридическая фирма, юрфирма, юридическая компания, компания юристов, Группа компаний Банкрот Консалт, ГК Банкрот Консалт, группа Банкрот Консалт, Федеральный центр банкротства граждан, ФЦБГ, центр банкротства граждан, федеральный центр банкротства, федеральный центр по банкротству, 2Лекс, Два Лекс, Two Lex, Ту Лекс.</p>			
	43	49. Звонок после прерывания	<p>Проверь, начинается ли звонок с нового контакта или продолжается предыдущий диалог. Оцени только первые 1–3 минуты разговора.</p> <p>[1] – если звонок начинается не с самого начала общения, а с середины. Это может быть повторный звонок после первой попытки (например, Клиент просил перезвонить позже), и разговор сразу переходит к сути. Признаки: – отсутствует приветствие, знакомство или пояснение, кто звонит и зачем – Продавец сразу начинает с уточнений, деталей, обсуждает предложения – Продавец ссылается на предыдущий контакт: «как мы говорили раньше», «давайте продолжим», «вы в прошлый раз упоминали...» – Клиент говорит: «да, мы уже обсуждали», «вы мне звонили», «я помню» – Продавец не уточняет имя, цели, мотивацию — действует так, будто уже всё известно</p> <p>[0] – если звонок начинается с нового контакта. Признаки: – есть приветствие, представление, уточнение, откуда звонок и по какому поводу – Продавец спрашивает, удобно ли общаться – задаёт первые базовые вопросы (например: о ситуации с долгами, мотивации обратиться к юристам) – Клиент явно впервые говорит с этим Продавцом, нет ссылок на предыдущий диалог</p> <p>[Пусто] – если первые минуты звонка отсутствуют или невозможно определить тип контакта</p> <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец — сотрудник юридической компании Банкрот Консалт, предлагающий Клиенту услугу банкротства физических лиц. В транскрипции название компании может звучать по-разному, в том числе как: Банкрот Консалтинг, БанкротКонсалт, Банкрот Консалд, Банкрот Консалт, Консалт по банкротству, Центр банкротства, Юрконсалт банкротство, Компания Банкрот Консалт, Фирма Банкрот Консалт, Банкрот Консалт юристы, а также в упрощённых или искажённых вариантах вроде: Банкрот, БК, Консалт, Банкрот Консалтант, Фанкрот Консулът, Консалтинговая фирма банкротство, юристы по банкротству, юридическая компания по банкротству, юристы по списанию долгов, помощь в банкротстве, Юридическая фирма, юрфирма, юридическая компания, компания юристов, Группа компаний Банкрот Консалт, ГК Банкрот Консалт, группа Банкрот Консалт, Федеральный центр банкротства граждан, ФЦБГ, центр банкротства граждан, федеральный центр банкротства, федеральный центр по банкротству, 2Лекс, Два Лекс, Two Lex, Ту Лекс.</p>			

Критические ошибки	31	Критические ошибки с точки зрения клиента	<p>[1] – В разговоре были допущены одна или несколько ошибок, которые могли нарушить доверие Клиента, ввести его в заблуждение или создать негативное впечатление. Укажи, что именно произошло:</p> <p>А) Продавец дал ложную или искаженную информацию</p> <p>Ошибка фиксируется, если сказано противоречит следующим официальным данным о курсе Stetmeister:</p> <p>Формат и структура курса:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Длительность курса: 7 месяцев (31 неделя, включая каникулы) – Объем: 600 часов обучения и 150 академических часов узкопрофильного немецкого – Формат: онлайн – 70% курса – это практика – 6 практических кейсов, включая финальный проект – Язык обучения: русский <p>Кто ведет курс:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Преподаватели – русскоязычные специалисты бухгалтеры, живущие в Германии – Stetmeister работает в Германии, имеет право на образовательную деятельность, выдает официальные сертификаты вайтербилдунг с лицензией в соответствии с AZAV от Дера <p>Что входит в обучение:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Узкопрофильный немецкий язык для бухгалтеров 150 часов – Карьерный центр – помогает с резюме, профилем LinkedIn, собеседованиями, стажировками – Soft skills – коммуникация, критическое мышление, адаптация – Алгоритмы и GPT Co-pilot – помогает в обучении и собеседованиях – Тренинг прогресса, LMS-платформа – Персонализированная мотивация – анкетирование, отслеживание вовлеченности – Синхронизация модель обучения – постепенное углубление тем – Day-diver подход – адаптация контента и обратная связь на основе данных <p>Документы и сертификация:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Клиент получает Сертификат о прохождении программы государственного образца, выданный по окончании курса. Он может называться: <ul style="list-style-type: none"> А. Weiterbildung – сертификат о дополнительном образовании (происходит как вайтербилдунг, вайсербилдунг, вайсер-гилдунг и др.) Б. Abschlusszertifikat – сертификат об окончании обучения (abschlusszertifikat, абшлусс-цеттфикат, абслус-сертификат и т.п.) В. Оба названия допустимы и взаимозаменяемы. – AZAV – это государственная аккредитация организаций, обучающих в системе содействия занятости в Германии. Происходит как (Ацетафур, азам, ацзам, а-зам) У Stetmeister есть эта лицензия, и ее наличие гарантировано на момент окончания обучения Клиента. <p>Допустимые произношения и искажения AZAV и её расшифровки (не считаются ошибкой, если по смыслу понятно):</p> <p>AZAV – Ацетафур, азам, ацзам, а-зам, а если расшифровать аббревиатуру, то: Akkreditierung – аккредитирунг, акредитерунг, акредетерунг, акригетунг, Zulassung – зупаласунг, зупаласунг, зуполасунг, зупаласунг, Weiterbildung – фегердунг, фегардунг, вегердунг, вегортунг, Arbeitsförderung – арбайтсфегердунг, арбайтсфегердунг, арбайтсфегунг, арбайтсфегунг</p> <p>Ошибка если Продавец:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Утверждает, что у Stetmeister нет лицензии в соответствии с AZAV – Умалчивает про сертификат, либо говорит, что он неофициальный – Говорит, что Stetmeister не имеет лицензию от Дера <p>Б) Продавец сказал "я не знаю" по вопросу, который обязан знать</p> <p>Такие темы вызывают: стоимость, формат, язык, старт потока, способы оплаты, наличие сертификата, продолжительность курса, возможность досрочной и т.д.</p> <p>Если Продавец не знает, но обещает уточнить – это не ошибка.</p> <p>В) Продавец грубит, обвинял или перебивал Клиента</p> <p>Даже нейтральные фразы вроде "ну это же очевидно", "я уже объяснил", "вы не поняли" – в контексте могут быть восприняты как давление или оскорбительность.</p> <p>В ответе укажи:</p> <ul style="list-style-type: none"> – какая ошибка была допущена – цитаты и контекст – как это могло повлиять на доверие Клиента и желание продолжать разговор <p>[0] – Продавец не допустил критических ошибок. Информация соответствовала действительности, поведение было уважительным, ответы – корректные и ясные.</p> <p>[Пусто] – Разговор прервался слишком рано, и оценка невозможна.</p> <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец – сотрудник компании Stetmeister (в транскрипции может быть "Стармейстер", "Стермейстер", "Стенмейстер"), предлагающий и продающий Клиенту курс обучения на бухгалтера в Германии.</p>
	32	Критические ошибки с точки зрения закона	<p>[1] – В разговоре были допущены действия или фразы, которые могут нарушать законодательство Германии или создать юридические риски для компании Stetmeister. Укажи, что именно произошло:</p> <p>А) Разглашение внутренней информации</p> <p>Продавец рассказывал о:</p> <ul style="list-style-type: none"> – доступе, правах и действиях сотрудников в CRM – финансовых показателях, зарплатах или схемах – внутренних документах, переписках, стратегиях – учебных материалах, к которым Клиент не должен получать доступ заранее <p>Если это не было частью официальной презентации курса – это нарушение.</p> <p>Б) Неправомерные обещания</p> <p>Запрещено:</p> <ul style="list-style-type: none"> – давать гарантии трудоустройства (например: "вы 100% получите работу") <p>Ошибка, если Продавец вводит Клиента в заблуждение относительно лицензии AZAV или сертификатов, например:</p> <ul style="list-style-type: none"> – утверждает, что Stetmeister уже получил лицензию AZAV (на момент звонка это не так) – говорит, что Stetmeister уже сейчас прошел лицензирование и получил сертификацию от Деры или AZAV (на момент звонка это не так) – говорит, что лицензию можно проверить на сайте <p>Корректно говорить (только если клиент сам спросил про сертификат):</p> <ul style="list-style-type: none"> – "Сертификат будет выдан по лицензии AZAV, которая будет действовать к окончанию обучения" – "По окончании курса вы получите сертификат в соответствии с AZAV" <p>Допустимые формулировки по сертификатам.</p> <p>Клиент получает Сертификат о прохождении программы государственного образца, который может называться:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Weiterbildung – сертификат о дополнительном образовании (возможные формы в транскрипции: вайсер-гилдунг, вайтабелдунг, вайсербилдунг и т.п.) – Abschlusszertifikat – сертификат об окончании обучения (возможные формы в транскрипции: абшлусс-цеттфикат, абшлусс-цеттфикат, абслус-сертификат и т.п.) <p>Оба названия допустимы и взаимозаменяемы.</p> <p>Этот сертификат выдается лицензированной организацией, которая работает по стандарту AZAV – Akkreditierungs- und Zulassungsgremium Arbeitsförderung (государственная лицензия, подтверждающая право обучать в системе содействия занятости в Германии)</p> <p>Важно:</p> <ul style="list-style-type: none"> – На момент звонка лицензия AZAV ещё в процессе получения – Говорить, что лицензия уже есть – ошибка – Говорить, что сертификат будет выдан по стандарту AZAV – допустимо <p>В ответе укажи:</p> <ul style="list-style-type: none"> – какая фраза или действие вызвало риск – в каком контексте – почему это может быть воспринято как юридически опасное поведение <p>[0] – Критических нарушений с точки зрения закона не зафиксировано. Продавец не давал ложных гарантий, не нарушал рамки диалога и не выходил за рамки допустимого в B2C-продаже образовательных услуг в Германии.</p> <p>[Пусто] – Разговор прервался слишком рано, и оценка невозможна.</p> <p>Важно: перед оценкой проверь корректность ролей. Продавец – сотрудник компании Stetmeister (в транскрипции может быть "Стармейстер", "Стермейстер", "Стенмейстер"), предлагающий и продающий Клиенту курс обучения на бухгалтера в Германии.</p>

Фильтры	46	Законн после прерывания	<p>Провер, является ли закон продолжением предыдущего общения (в том числе после обрыва связи или короткой первой полноты), либо это новый перерывный контакт. Оцене только первые 1-3 минуты разговора.</p> <p>Слева [1], если есть хоть один из признаков:</p> <ul style="list-style-type: none"> - закон является продолжением предыдущего общения, даже если в начале есть формальное приветствие. - отсутствует стандартное приветствие и полное представление. Продавец не называет компания Stemmmeister, имя и должность (менеджер временной комиссии), не поясняет зачем звонит - Продавец сразу переходит к сути, задает уточняющие вопросы, обсуждает детали сделки/услуги или проводит презентацию - есть прямые отсылки к прошлым контактам: «здравствуйте, прошлым разом, чем мы мы с вами работали?» - есть упоминания обрыва связи в начале диалога: «нас вышло, извините, связь оборвалась...», «связь перервалась, давайте продолжим» <p>Клиент подтверждает в конце диалога, что у него было какое-то общение: «да да, давайте продолжим», «да, что-то видимо со связью»</p> <p>[0] – закон является перерывным контактом.</p> <p>Все признаки нового общения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Присутствует стандартное приветствие и полное представление. Продавец говорит, что звонит из компании Stemmmeister, называет свое имя и должность, поясняет зачем звонит - Продавец уточняет, удобно ли Клиенту говорить - Оговаривает план разговора, просит клиента рассказать о себе - нет отсылок к прошлым разговорам, обрыву связи или общению в прошлом. Продавец общается с этим Клиентом впервые <p>Важно: перед оценкой проверить корректность ролей. Продавец – сотрудник компании Stemmmeister (в транскрипции может быть Стармейстер, Стенмейстер, Стенмейстер), предлагающий и продающий Клиенту курс обучения на бухгалтера в Германии.</p> <p>[1] – если Клиент сообщает, что хочет пройти обучение через государственную субсидию (например, через Gutschein / Jobcenter), или упоминает процесс оформления через Berater (консультант) или хотя бы что ему нужно предложение (Angebot) для подачи заявки.</p> <p>Все это признаки, что он не хочет оплачивать курс сам, а рассматривает на финансирование через государственные программы.</p> <p>Допустимые формулировки (могут звучать с ошибками, допускаются транскрипционные неточности):</p> <ul style="list-style-type: none"> - Клиент упоминает Gutschein (может звучать как гутшаин, гудшаин, гуйаин и т.п.) - Упоминается Jobcenter (центр занятости, может быть сказано по-немецки или в волевой форме) - Упоминается Berater (бератор – консультант, куратор от Jobcenter) <p>Прозвучала фраза «мне нужно предложение / Angebot», «мне нужно подтверждение для бератора», «мой бератор ждет от вас offer» и т.п.</p>
	47	Продавец не слышит или затягивает разговор	<p>[0] – если не одна из тем выше не поднималась: – Клиент не говорит о субсидии, Jobcenter, Gutschein</p> <p>В разговоре не было упоминания Ветана в, предложении (Angebot) или оформлении через государственную программу</p> <p>– Клиент явно говорит, что будет оплачивать самостоятельно, или обсуждение идет только про оплату и рассрочку от самой компании</p> <p>Важно: даже если Продавец упоминает Gutschein сам, но Клиент не подтверждает интерес, это не считается [1].</p> <p>Важно: перед оценкой проверить корректность ролей. Продавец – сотрудник компании Stemmmeister (в транскрипции может быть Стармейстер, Стенмейстер, Стенмейстер), предлагающий и продающий Клиенту курс обучения на бухгалтера в Германии.</p>
Скоринг	48	Срочность	<p>Провер, готов ли Клиент начать обучение в ближайшие 2 недели. Оцене выраженность готовности на основе всего диалога, включая подтверждения, уверенные ответы и мотивацию.</p> <p>[0-10] – Присвой оценку по шкале от 0 до 10:</p> <ul style="list-style-type: none"> - [10] – если Клиент явно выражает готовность приступить в ближайшие 2 недели (например, «да, я хочу начать как можно скорее», «готов прямо сейчас») - [5-9] – если Клиент говорит об этом с осторожностью или обсуждает, что пока рассматривает, но настроен позитивно. - [1-4] – если Клиент сомневается, говорит о необходимости подумать, обсудить с кем-то, но не закрывает вариант обучения. - [0] – если Клиент явно заявляет, что не готов начинать в ближайшие время или категорически отказывается - [пусто] – если вопрос срочности не обсуждался в разговоре. <p>В отзывах укажи:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Примеры ретлика Клиента, указывающие на его готовность или отсутствие готовности. - Контекст, в котором прозвучали эти слова. - Твой вывод, почему именно такая оценка. <p>Важно: перед оценкой проверить корректность ролей. Продавец – сотрудник компании Stemmmeister (в транскрипции может быть Стармейстер, Стенмейстер, Стенмейстер), предлагающий и продающий Клиенту курс обучения на бухгалтера в Германии.</p>
	49	Платежеспособность	<p>Провер, готов ли Клиент оплачивать курс самостоятельно (полная оплата или рассрочка), или он намерен использовать только гос. субсидию (Gutschein, Jobcenter).</p> <p>[0-10] – Присвой оценку по шкале от 0 до 10:</p> <ul style="list-style-type: none"> - [10] – если Клиент готов оплачивать полностью или через рассрочку, демонстрирует уверенность в этом. - [5-9] – если обсуждалась рассрочка или другие способы оплаты, но Клиент не выразил полной уверенности. - [1-4] – если Клиент неуверенно говорит о возможности оплатить, обсуждает Jobcenter, но рассматривает и другую оплату. - [0] – если Клиент явно заявляет, что не сможет оплатить или хочет только через гос. субсидию. - [пусто] – если тема оплаты вообще не обсуждалась в разговоре. <p>В отзывах укажи:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ретлики Клиента, указывающие на готовность или отсутствие готовности оплатить. - Контекст, в котором обсуждалась оплата. - Твой вывод, почему именно такая оценка. <p>Важно: перед оценкой проверить корректность ролей. Продавец – сотрудник компании Stemmmeister (в транскрипции может быть Стармейстер, Стенмейстер, Стенмейстер), предлагающий и продающий Клиенту курс обучения на бухгалтера в Германии.</p>
Скоринг	50	Потребность	<p>Провер, понимает ли Клиент ценность обучения для себя и готов ли учиться. Оцене выраженность потребности на основе диалога.</p> <p>[0-10] – Присвой оценку по шкале от 0 до 10:</p> <ul style="list-style-type: none"> - [10] – если Клиент явно понимает, зачем ему обучение, говорит об этом уверенно и мотивированно. - [5-9] – если обсуждает обучение, но с сомнениями или осторожностью. - [1-4] – если говорит о возможной потребности, но не уверен в необходимости обучения. - [0] – если явно говорит, что не видит ценности или не хочет учиться. - [пусто] – если вопрос необходимости обучения не поднимался в разговоре. <p>В отзывах укажи:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Цитаты Клиента, которые раскрывают его отношение к обучению. - Контекст обсуждения этой темы. - Твой вывод, почему именно такая оценка. <p>Важно: перед оценкой проверить корректность ролей. Продавец – сотрудник компании Stemmmeister (в транскрипции может быть Стармейстер, Стенмейстер, Стенмейстер), предлагающий и продающий Клиенту курс обучения на бухгалтера в Германии.</p>
	51	Итоговый скоринг	<p>[0-90] – Суммарное значение оценки по критериям 47,48 и 49.</p> <p>Если в каком-то из критериев 47-49 оценка «Пусто», то она суммируется как 0.</p> <p>Для примера приведем расчет, считаем сумму трех оценок 47,48,49 критерия: $5 + 2 + 0 = 7$, тогда оценка данного критерия итогового скоринга – 7</p> <p>В отзывах укажи:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Сумму оценок по каждому критерию. - Примеры ретлика, которые повлияли на общую оценку. - Общий вывод по скорингу клиента в формате: «Высокая готовность / Средняя готовность / Низкая готовность». <p>Важно: перед оценкой проверить корректность ролей. Продавец – сотрудник компании Stemmmeister (в транскрипции может быть Стармейстер, Стенмейстер, Стенмейстер), предлагающий и продающий Клиенту курс обучения на бухгалтера в Германии.</p>

Stage	No	Criterion name	Prompt
	1	1. Greeting and self-introduction	<p>Check if the Salesperson greeted the Client and stated both their name and the company (Deutsche Förderberatung / DIF).</p> <p>[1] – The Salesperson greeted properly, mentioned their name and company (wording may vary). [0] – One or more elements (greeting, name, company) are missing or incomplete. [Empty] – The start of the call is not present in the transcript (early hang-up, voicemail, etc.).</p> <p>In the reasons, specify: – the exact greeting phrase used, – how the name and company were mentioned, – if something was missing, quote the opening lines.</p> <p>Important: Verify the roles before evaluation. The Salesperson is a consultant from Deutsche Förderberatung (DIF) who helps Clients identify and claim government subsidies (“Förderungen”) they are entitled to. The Salesperson explains eligibility conditions, clarifies the process, and guides the Client toward booking a free and non-binding video consultation with a subsidy specialist.</p> <p>In transcripts, the company name may appear under various spellings or transcription errors; treat all of the following as referring to the same company: “Deutsche Förderberatung,” “Deutsche Foerderberatung,” “DIF,” “Foerderberatung,” “Förderberatung,” “Deutsche Förderberatung GmbH,” “Foerder Beratung,” “Förder-Beratung,” “Deutsche Förderberatung Service,” and similar variations.</p>
	2	2. Lead source acknowledgement	<p>Check if the Salesperson correctly mentioned where the lead came from (Social Media, Vericon advisor, Bonus Krankenkasse, IF lead) and linked it to the Client's prior action.</p> <p>[1] – The Salesperson correctly identified and mentioned the lead source, linking it to the Client's prior action or request. [0] – The source was unclear, incorrect, or not mentioned. [Empty] – The lead source topic was not discussed.</p> <p>In the reasons, specify which source was mentioned and how it was connected to the Client (quotes).</p> <p>Important: Verify the roles before evaluation. The Salesperson is a consultant from Deutsche Förderberatung (DIF) who helps Clients identify and claim government subsidies (“Förderungen”) they are entitled to. The Salesperson explains eligibility conditions, clarifies the process, and guides the Client toward booking a free and non-binding video consultation with a subsidy specialist.</p> <p>In transcripts, the company name may appear under various spellings or transcription errors; treat all of the following as referring to the same company: “Deutsche Förderberatung,” “Deutsche Foerderberatung,” “DIF,” “Foerderberatung,” “Förderberatung,” “Deutsche Förderberatung GmbH,” “Foerder Beratung,” “Förder-Beratung,” “Deutsche Förderberatung Service,” and similar variations.</p>

Appointment Setting for Subsidy Leads	3	3. Familiarity with the topic	<p>Check if the Salesperson asked whether the Client is already familiar with the topic of government subsidies or already receiving any.</p> <p>[1] – The Salesperson asked the familiarity question (e.g., “Before we begin, may I ask — are you already somewhat familiar with the topic of government subsidies? For example, are you already receiving any subsidies, or is this completely new to you?”) and acknowledged or reacted to the Client’s answer. [0] – The Salesperson did not ask whether the Client knows about government subsidies or skipped the topic entirely. [Empty] – The conversation ended before this stage or the transcript does not include this question.</p> <p>In the reasons, specify the exact question asked by the Salesperson, the Client’s answer, and how the Salesperson reacted to it (quotes).</p> <p>Important: Verify the roles before evaluation. The Salesperson is a consultant from Deutsche Förderberatung (DIF) who helps Clients identify and claim government subsidies (“Förderungen”) they are entitled to. The Salesperson explains eligibility conditions, clarifies the process, and guides the Client toward booking a free and non-binding video consultation with a subsidy specialist. In transcripts, the company name may appear under various spellings or transcription errors; treat all of the following as referring to the same company: “Deutsche Förderberatung,” “Deutsche Foerderberatung,” “DIF,” “Foerderberatung,” “Förderberatung,” “Deutsche Förderberatung GmbH,” “Foerder Beratung,” “Förder-Beratung,” “Deutsche Förderberatung Service,” and similar variations.</p>
	4	4. Government subsidy value framing	<p>Check if the Salesperson explained the typical annual subsidy range, the 10-year total potential amount, and clarified that this money does not have to be repaid.</p> <p>[1] – The Salesperson mentioned all three key elements: – that an average household receives approximately €1 000 to €3 200 per year, – that over 10 years this equals €10 000 to €32 000 in total, and – that these subsidies are non-repayable. [0] – One or more of these elements were missing or stated unclearly. [Empty] – The subsidy value framing was not discussed.</p> <p>In the reasons, specify how the Salesperson described the annual and 10-year amounts and the “non-repayable” point, providing short quotes from the call.</p> <p>Important: Verify the roles before evaluation. The Salesperson is a consultant from Deutsche Förderberatung (DIF) who helps Clients identify and claim government subsidies (“Förderungen”) they are entitled to. The Salesperson explains eligibility conditions, clarifies the process, and guides the Client toward booking a free and non-binding video consultation with a subsidy specialist. In transcripts, the company name may appear under various spellings or transcription errors; treat all of the following as referring to the same company: “Deutsche Förderberatung,” “Deutsche Foerderberatung,” “DIF,” “Foerderberatung,” “Förderberatung,” “Deutsche Förderberatung GmbH,” “Foerder Beratung,” “Förder-Beratung,” “Deutsche Förderberatung Service,” and similar variations.</p>

	5 5. Eligibility overview	<p>Check if the Salesperson explained that there are many types of subsidies and that Clients with certain situations (children, property, employment or self-employment) may qualify for funding.</p> <p>[1] – The Salesperson clearly stated that there are more than 30 types of subsidies and gave examples of who may be eligible (e.g., people with minor children, homeowners, employed or self-employed).</p> <p>[0] – The explanation was incomplete, unclear, or missing examples of eligibility.</p> <p>[Empty] – The eligibility overview was not discussed.</p> <p>In the reasons, specify how the Salesperson described the range of subsidy types and which examples of eligible situations were mentioned (quotes).</p> <p>Important: Verify the roles before evaluation. The Salesperson is a consultant from Deutsche Förderberatung (DIF) who helps Clients identify and claim government subsidies ("Förderungen") they are entitled to. The Salesperson explains eligibility conditions, clarifies the process, and guides the Client toward booking a free and non-binding video consultation with a subsidy specialist.</p> <p>In transcripts, the company name may appear under various spellings or transcription errors; treat all of the following as referring to the same company: "Deutsche Förderberatung," "Deutsche Foerderberatung," "DIF," "Foerderberatung," "Förderberatung," "Deutsche Förderberatung GmbH," "Foerder Beratung," "Förder-Beratung," "Deutsche Förderberatung Service," and similar variations.</p>
	6 6. Core eligibility questions	<p>Check if the Salesperson asked the main qualification questions to determine subsidy eligibility.</p> <p>[1] – The Salesperson asked all required questions, including:</p> <ul style="list-style-type: none"> – family or household situation (married, living together), – employment status and occupation (for both partners if applicable), – year of birth (for both partners if applicable), – approximate monthly household net income, – property ownership (only if both were born in or before 1970 and household income is below €4 000). <p>[0] – One or more of the required questions were missing or asked incorrectly.</p> <p>[Empty] – The eligibility questions were not discussed.</p> <p>In the reasons, specify which questions were asked, what information the Client provided, and quote the most relevant parts of the dialogue.</p> <p>Important: Verify the roles before evaluation. The Salesperson is a consultant from Deutsche Förderberatung (DIF) who helps Clients identify and claim government subsidies ("Förderungen") they are entitled to. The Salesperson explains eligibility conditions, clarifies the process, and guides the Client toward booking a free and non-binding video consultation with a subsidy specialist.</p> <p>In transcripts, the company name may appear under various spellings or transcription errors; treat all of the following as referring to the same company: "Deutsche Förderberatung," "Deutsche Foerderberatung," "DIF," "Foerderberatung," "Förderberatung," "Deutsche Förderberatung GmbH," "Foerder Beratung," "Förder-Beratung," "Deutsche Förderberatung Service," and similar variations.</p>

Qualification

7	7. Qualification summary and preliminary subsidy estimate	<p>Check if the Salesperson summarized the Client's eligibility results and provided an estimated subsidy amount based on the information collected.</p> <p>[1] – The Salesperson confirmed that the Client meets the basic requirements for several subsidy programs and mentioned the estimated annual range (€1 000–2 100, or €2 000–3 200 if the Client has children). [0] – The Salesperson gave only a partial or unclear summary (for example, said the Client qualifies but did not mention any numbers). [Empty] – No qualification summary or subsidy estimate was provided.</p> <p>In the reasons, specify how the Salesperson summarized the result, what exact amount or range was stated, and how the Client reacted (quotes).</p> <p>Important: Verify the roles before evaluation. The Salesperson is a consultant from Deutsche Förderberatung (DIF) who helps Clients identify and claim government subsidies ("Förderungen") they are entitled to. The Salesperson explains eligibility conditions, clarifies the process, and guides the Client toward booking a free and non-binding video consultation with a subsidy specialist. In transcripts, the company name may appear under various spellings or transcription errors; treat all of the following as referring to the same company: "Deutsche Förderberatung," "Deutsche Foerderberatung," "DIF," "Foerderberatung," "Förderberatung," "Deutsche Förderberatung GmbH," "Foerder Beratung," "Förder-Beratung," "Deutsche Förderberatung Service," and similar variations.</p>
8	8. Disqualifier check	<p>Check if the Salesperson verified that the Client does not fall into disqualifying categories before continuing with the process.</p> <p>[1] – The Salesperson asked whether the Client is affected by any of the disqualifying factors (receives social-welfare supplements / Bürgergeld, is in private insolvency, unemployed, or exclusively retired without additional income) and reacted appropriately to the answer. [0] – The disqualifying conditions were not checked or were handled incorrectly (for example, the Salesperson continued the process even though the Client is clearly not eligible). [Empty] – The disqualifier check was not discussed or the conversation ended before this stage.</p> <p>In the reasons, specify which disqualifiers were mentioned, the Client's responses, and how the Salesperson reacted (quotes). If the Client was ineligible, note whether the Salesperson correctly followed the EXIT path.</p> <p>Important: Verify the roles before evaluation. The Salesperson is a consultant from Deutsche Förderberatung (DIF) who helps Clients identify and claim government subsidies ("Förderungen") they are entitled to. The Salesperson explains eligibility conditions, clarifies the process, and guides the Client toward booking a free and non-binding video consultation with a subsidy specialist. In transcripts, the company name may appear under various spellings or transcription errors; treat all of the following as referring to the same company: "Deutsche Förderberatung," "Deutsche Foerderberatung," "DIF," "Foerderberatung," "Förderberatung," "Deutsche Förderberatung GmbH," "Foerder Beratung," "Förder-Beratung," "Deutsche Förderberatung Service," and similar variations.</p>

	9 9. Exit path handling for non-eligible Clients	<p>Check if the Salesperson correctly followed the exit path when the Client turned out to be non-eligible for subsidies.</p> <p>[1] – The Salesperson identified that the Client is not eligible (unemployed, in private insolvency, retired without additional income, or fully dependent on social welfare/Bürgergeld) and ended the conversation politely and professionally, inviting the Client to recontact later if their situation changes (e.g., “I’m very sorry, but unfortunately, you’re not eligible for these subsidies because people who receive social-welfare payments or only pensions cannot receive additional government aid. Please save my number — and if your situation changes, contact us anytime; we’ll be happy to assist you then.”).</p> <p>[0] – The Client was clearly not eligible, but the Salesperson continued the process or ended the call abruptly without proper explanation.</p> <p>[Empty] – The Client was eligible, and the exit path did not apply in this call.</p> <p>In the reasons, specify whether the exit path was triggered, the exact disqualifying reason (unemployed, private insolvency, retired, etc.), and quote the Salesperson’s closing phrase.</p> <p>Important: Verify the roles before evaluation. The Salesperson is a consultant from Deutsche Förderberatung (DIF) who helps Clients identify and claim government subsidies (“Förderungen”) they are entitled to. The Salesperson explains eligibility conditions, clarifies the process, and guides the Client toward booking a free and non-binding video consultation with a subsidy specialist.</p> <p>In transcripts, the company name may appear under various spellings or transcription errors; treat all of the following as referring to the same company: “Deutsche Förderberatung,” “Deutsche Foerderberatung,” “DIF,” “Foerderberatung,” “Förderberatung,” “Deutsche Förderberatung GmbH,” “Foerder Beratung,” “Förder-Beratung,” “Deutsche Förderberatung Service,” and similar variations.</p>
--	--	--

		<p>Check if the Salesperson clearly explained the role of Deutsche Förderberatung and the company's purpose in helping Clients with subsidy applications.</p> <p>[1] – The Salesperson stated that Deutsche Förderberatung is an independent and leading specialist service provider for financial and subsidy topics and explained that their role is to identify Clients' exact subsidy entitlements and assist with the application process so the Client has no administrative effort (e.g., "As mentioned, I'm from Deutsche Förderberatung — we are a leading and independent specialist service provider for all financial and subsidy-related topics. Our expertise lies in navigating the complex world of subsidies to identify your exact entitlements and assist you with the application process — so you don't have to deal with any of the bureaucracy:").</p> <p>[0] – The explanation was missing, incomplete, or vague (for example, the Salesperson only mentioned the company name without describing its role).</p> <p>[Empty] – The company role was not discussed or the call ended before this point.</p> <p>In the reasons, specify how the Salesperson described Deutsche Förderberatung, what wording was used to explain its role, and whether the Client reacted positively (quotes).</p> <p>Important: Verify the roles before evaluation. The Salesperson is a consultant from Deutsche Förderberatung (DIF) who helps Clients identify and claim government subsidies ("Förderungen") they are entitled to. The Salesperson explains eligibility conditions, clarifies the process, and guides the Client toward booking a free and non-binding video consultation with a subsidy specialist.</p> <p>In transcripts, the company name may appear under various spellings or transcription errors; treat all of the following as referring to the same company: "Deutsche Förderberatung," "Deutsche Foerderberatung," "DIF," "Foerderberatung," "Förderberatung," "Deutsche Förderberatung GmbH," "Foerder Beratung," "Förder-Beratung," "Deutsche Förderberatung Service," and similar variations.</p>
10	10. Company role explanation	

Explaining the Role

11	11. Credibility and trust-building	<p>Check if the Salesperson explained that the process is free and non-binding and provided credibility information about Deutsche Förderberatung.</p> <p>[1] – The Salesperson clearly stated that the process is completely free and non-binding, mentioned that Deutsche Förderberatung is a German company based in Düsseldorf regulated by government authorities, emphasized the high quality standards, and referenced public listings such as Google and Verbraucherschutz.de that confirm the company's consumer-friendly work. [0] – Only some credibility elements were mentioned or the explanation was unclear (for example, said "we are based in Düsseldorf" but did not mention regulation, or said "it's free" without credibility context). [Empty] – The credibility and trust-building part was not discussed.</p> <p>In the reasons, specify which elements were mentioned (free/non-binding, regulation, quality standards, Google, Verbraucherschutz.de) and provide short quotes showing how they were presented.</p> <p>Important: Verify the roles before evaluation. The Salesperson is a consultant from Deutsche Förderberatung (DIF) who helps Clients identify and claim government subsidies ("Förderungen") they are entitled to. The Salesperson explains eligibility conditions, clarifies the process, and guides the Client toward booking a free and non-binding video consultation with a subsidy specialist. In transcripts, the company name may appear under various spellings or transcription errors; treat all of the following as referring to the same company: "Deutsche Förderberatung," "Deutsche Foerderberatung," "DIF," "Foerderberatung," "Förderberatung," "Deutsche Förderberatung GmbH," "Foerder Beratung," "Förder-Beratung," "Deutsche Förderberatung Service," and similar variations.</p>
12	12. Current subsidy usage	<p>Check if the Salesperson asked whether the Client is already receiving any of the subsidies they are entitled to.</p> <p>[1] – The Salesperson referred back to the estimated subsidy range (e.g., "You're entitled to between €1,000 and €2,100 per year, or €2,000 to €3,200 with children") and asked, "How much of that are you currently receiving?" or a similar question. [0] – The Salesperson did not ask whether the Client is already receiving any subsidies or skipped this step entirely. [Empty] – The topic was not reached in the call.</p> <p>In the reasons, specify whether the Salesperson asked about current subsidy usage, quote the exact phrasing, and include the Client's response.</p> <p>Important: Verify the roles before evaluation. The Salesperson is a consultant from Deutsche Förderberatung (DIF) who helps Clients identify and claim government subsidies ("Förderungen") they are entitled to. The Salesperson explains eligibility conditions, clarifies the process, and guides the Client toward booking a free and non-binding video consultation with a subsidy specialist. In transcripts, the company name may appear under various spellings or transcription errors; treat all of the following as referring to the same company: "Deutsche Förderberatung," "Deutsche Foerderberatung," "DIF," "Foerderberatung," "Förderberatung," "Deutsche Förderberatung GmbH," "Foerder Beratung," "Förder-Beratung," "Deutsche Förderberatung Service," and similar variations.</p>

		<p>Check if the Salesperson reacted appropriately when the Client said they are not currently receiving any subsidies.</p> <p>[1] – After the Client responded with something like “Nothing yet” or “Not much yet,” the Salesperson acknowledged the situation empathetically (e.g., “Usually that’s because people simply don’t know about these programs — and no one informs them. We find that really unfortunate.”) and then reinforced the purpose of the call (e.g., “That’s why we want to help you claim the subsidies you’re entitled to.”).</p> <p>[0] – The Salesperson ignored the Client’s response, gave no empathetic acknowledgment, or failed to restate the company’s purpose.</p> <p>[Empty] – The Client did not mention not receiving subsidies, so this part did not apply.</p> <p>In the reasons, specify how the Salesperson reacted to the Client’s statement (quotes), whether empathy was shown, and if the company’s purpose was restated clearly.</p> <p>Important: Verify the roles before evaluation. The Salesperson is a consultant from Deutsche Förderberatung (DIF) who helps Clients identify and claim government subsidies (“Förderungen”) they are entitled to. The Salesperson explains eligibility conditions, clarifies the process, and guides the Client toward booking a free and non-binding video consultation with a subsidy specialist.</p> <p>In transcripts, the company name may appear under various spellings or transcription errors; treat all of the following as referring to the same company: “Deutsche Förderberatung,” “Deutsche Foerderberatung,” “DIF,” “Foerderberatung,” “Förderberatung,” “Deutsche Förderberatung GmbH,” “Foerder Beratung,” “Förder-Beratung,” “Deutsche Förderberatung Service,” and similar variations.</p>
13	13. Response to missing subsidy awareness	

Explaining the Process	14	<p>14. Explaining the Process</p> <p>Check if the Salesperson clearly explained how the overall process works and prepared the Client for the next step (video appointment).</p> <p>[1] – The Salesperson explained that the process consists of two easy stages: – Stage 1: this current call, during which the Client's information is collected and eligibility is checked. – Stage 2: a video appointment with a subsidy specialist, which can be attended comfortably from home.</p> <p>They emphasized that the entire process is completely free and non-binding, explained that Deutsche Förderberatung is compensated directly by the providers for handling the paperwork, and smoothly transitioned to the web version or appointment scheduling (e.g., "Alright — let's take a look at how many subsidies the government has prepared for you.").</p> <p>[0] – The process was explained only partially (for example, missing the two-stage structure, or not mentioning "free and non-binding"), or the transition to the next step was unclear.</p> <p>[Empty] – The process explanation was not discussed or the call ended before reaching this point.</p> <p>In the reasons, specify how the Salesperson described the two stages, whether "free and non-binding" and "we are compensated by providers" were mentioned, and how the transition to the web version or video appointment was made (quotes).</p> <p>Important: Verify the roles before evaluation. The Salesperson is a consultant from Deutsche Förderberatung (DIF) who helps Clients identify and claim government subsidies ("Förderungen") they are entitled to. The Salesperson explains eligibility conditions, clarifies the process, and guides the Client toward booking a free and non-binding video consultation with a subsidy specialist.</p> <p>In transcripts, the company name may appear under various spellings or transcription errors; treat all of the following as referring to the same company: "Deutsche Förderberatung," "Deutsche Foerderberatung," "DIF," "Foerderberatung," "Förderberatung," "Deutsche Förderberatung GmbH," "Foerder Beratung," "Förder-Beratung," "Deutsche Förderberatung Service," and similar variations.</p>
------------------------	----	--

	15	<p>15. Objection tags</p> <p>[Tag] — this criterion is an exception. List all objections voiced by the Client, separated by commas. Use the Tag list below. If an objection doesn't match any of the tags, create a new one that accurately reflects its meaning and include it in the list. If there were no objections — write: No tags.</p> <p>Tag list (tag – description): no-time – Client says they have no time to talk or to attend an appointment. not-interested – Client says they are not interested in subsidies or doesn't see the point. already-advised – Client says they already had a consultation or already receive subsidies. don't-remember-opt-in – Client says they never signed up or don't remember requesting a call. privacy-concern – Client expresses concern about sharing personal data or questions data protection. cost-concern – Client suspects there are hidden costs or paid services despite being told it's free. scam-suspicion – Client doubts the legitimacy of the call or thinks it might be a scam. language-barrier – Client struggles to understand German or cannot hold the conversation effectively. angry-reaction – Client reacts emotionally, becomes irritated or defensive about the topic. not-now – Client says the timing isn't right or they want to postpone the discussion. other – Any other objection not covered by the tags above.</p> <p>In the reasons field, indicate: – When and in what tone the objection was voiced. – The Client's exact wording (verbatim quote).</p> <p>Important: Verify the roles before evaluation. The Salesperson is a consultant from Deutsche Förderberatung (DIF) who helps Clients identify and claim government subsidies ("Förderungen") they are entitled to. The Salesperson explains eligibility conditions, clarifies the process, and guides the Client toward booking a free and non-binding video consultation with a subsidy specialist.</p> <p>In transcripts, the company name may appear under various spellings or transcription errors; treat all of the following as referring to the same company: "Deutsche Förderberatung," "Deutsche Foerderberatung," "DIF," "Foerderberatung," "Förderberatung," "Deutsche Förderberatung GmbH," "Foerder Beratung," "Förder-Beratung," "Deutsche Förderberatung Service," and similar variations.</p>
--	----	--

Objections and questions

16	16. Objection handling quality	<p>Check if the Salesperson handled objections professionally and in line with the handbook and script structure.</p> <p>[1] – The Salesperson acknowledged the Client's concern, clarified the misunderstanding, responded with understanding and reassurance, and guided the conversation back to the process. Examples include: – “If you, for example, have property or minor children, are employed or self-employed, you already qualify for thousands of euros in subsidies. Does any of that apply to you?” (then continue with the script) – “Wait, wait — I think you might be misunderstanding... This is about government subsidies, and we simply want to help you claim the money that's rightfully yours!” (then continue with the script) The tone was calm, professional, and empathetic throughout.</p> <p>[0] – The Salesperson ignored the objection, reacted defensively, or failed to bring the conversation back on track.</p> <p>[Empty] – No objections occurred during the conversation.</p> <p>In the reasons, quote the Client's objection, describe the Salesperson's response, and specify the outcome (e.g., whether the Client became more open, stayed defensive, or ended the call). Include examples of how the Salesperson's tone and phrasing influenced the situation.</p> <p>Important: Verify the roles before evaluation. The Salesperson is a consultant from Deutsche Förderberatung (DIF) who helps Clients identify and claim government subsidies (“Förderungen”) they are entitled to. The Salesperson explains eligibility conditions, clarifies the process, and guides the Client toward booking a free and non-binding video consultation with a subsidy specialist.</p> <p>In transcripts, the company name may appear under various spellings or transcription errors; treat all of the following as referring to the same company: “Deutsche Förderberatung,” “Deutsche Foerderberatung,” “DIF,” “Foerderberatung,” “Förderberatung,” “Deutsche Förderberatung GmbH,” “Foerder Beratung,” “Förder-Beratung,” “Deutsche Förderberatung Service,” and similar variations.</p>
----	--------------------------------	---

	17 17. Handling of Client questions during the conversation	<p>Check if the Salesperson correctly and confidently answered all questions asked by the Client during the call.</p> <p>[1] – The Salesperson provided clear, accurate, and confident answers to all questions raised by the Client throughout the conversation. Each question was acknowledged and answered in line with company guidelines and script logic, without avoiding or ignoring any topic. [0] – The Salesperson failed to answer one or more Client questions, provided unclear or incorrect information, or avoided the question. [Empty] – The Client did not ask any questions during the call.</p> <p>In the reasons, list all questions the Client asked (verbatim or paraphrased), indicate which ones were answered correctly, and specify which questions were not answered or were handled incorrectly, if any. Include short quotes for both Client questions and Salesperson responses.</p> <p>Important: Verify the roles before evaluation. The Salesperson is a consultant from Deutsche Förderberatung (DIF) who helps Clients identify and claim government subsidies ("Förderungen") they are entitled to. The Salesperson explains eligibility conditions, clarifies the process, and guides the Client toward booking a free and non-binding video consultation with a subsidy specialist.</p> <p>In transcripts, the company name may appear under various spellings or transcription errors; treat all of the following as referring to the same company: "Deutsche Förderberatung," "Deutsche Foerderberatung," "DIF," "Foerderberatung," "Förderberatung," "Deutsche Förderberatung GmbH," "Foerder Beratung," "Förder-Beratung," "Deutsche Förderberatung Service," and similar variations.</p>
	18 18. Appointment scheduling – time preference	<p>Check if the Salesperson invited the Client to schedule an appointment and asked about their preferred time window (morning, midday, or evening).</p> <p>[1] – The Salesperson clearly initiated the scheduling step (e.g., "Now let's schedule your appointment with our specialist") and asked when it would generally suit the Client best — mornings, midday, or evenings. [0] – The Salesperson attempted to schedule without asking for any time preference, or moved on without confirming availability. [Empty] – The conversation ended before the appointment-scheduling stage.</p> <p>In the reasons, specify how the Salesperson introduced the scheduling step, what time options were offered, and the Client's reply (quotes).</p> <p>Important: Verify the roles before evaluation. The Salesperson is a consultant from Deutsche Förderberatung (DIF) who helps Clients identify and claim government subsidies ("Förderungen") they are entitled to. The Salesperson explains eligibility conditions, clarifies the process, and guides the Client toward booking a free and non-binding video consultation with a subsidy specialist.</p> <p>In transcripts, the company name may appear under various spellings or transcription errors; treat all of the following as referring to the same company: "Deutsche Förderberatung," "Deutsche Foerderberatung," "DIF," "Foerderberatung," "Förderberatung," "Deutsche Förderberatung GmbH," "Foerder Beratung," "Förder-Beratung," "Deutsche Förderberatung Service," and similar variations.</p>

Appointment Scheduling

19	19. Partner participation and data protection	<p>Check if the Salesperson asked whether the Client's partner will also be available for the appointment and explained why both partners should attend.</p> <p>[1] – The Salesperson asked if the Client's partner would also be available (e.g., "Will your partner also be available for the appointment?") and clearly explained that it only makes sense if both partners attend, as data-protection rules prevent discussing the partner's subsidies without them present. [0] – The Salesperson mentioned the partner but did not explain the data-protection reason, or skipped this step entirely. [Empty] – The Client does not have a partner or the topic was not relevant in this call.</p> <p>In the reasons, specify how the Salesperson asked about the partner, how the data-protection point was explained, and the Client's response (quotes).</p> <p>Important: Verify the roles before evaluation. The Salesperson is a consultant from Deutsche Förderberatung (DIF) who helps Clients identify and claim government subsidies ("Förderungen") they are entitled to. The Salesperson explains eligibility conditions, clarifies the process, and guides the Client toward booking a free and non-binding video consultation with a subsidy specialist. In transcripts, the company name may appear under various spellings or transcription errors; treat all of the following as referring to the same company: "Deutsche Förderberatung," "Deutsche Foerderberatung," "DIF," "Foerderberatung," "Förderberatung," "Deutsche Förderberatung GmbH," "Foerder Beratung," "Förder-Beratung," "Deutsche Förderberatung Service," and similar variations.</p>
20	20. Attendance commitment and importance of participation	<p>Check if the Salesperson emphasized the importance of attending the scheduled appointment and created a sense of commitment.</p> <p>[1] – The Salesperson clearly highlighted that Deutsche Förderberatung is the largest nationwide service provider in the field of subsidies, that demand is very high with limited appointment availability, and therefore it is very important that the Client attends their scheduled appointment (e.g., "We are the largest nationwide service provider in the field of subsidies — demand is very high, and there's currently a long waiting list for appointments. So it's very important that you attend your appointment."). [0] – The Salesperson mentioned the appointment but did not emphasize importance or create commitment to attend. [Empty] – The attendance importance was not discussed.</p> <p>In the reasons, specify how the Salesperson emphasized the importance of participation, what exact phrases were used, and how the Client responded (quotes).</p> <p>Important: Verify the roles before evaluation. The Salesperson is a consultant from Deutsche Förderberatung (DIF) who helps Clients identify and claim government subsidies ("Förderungen") they are entitled to. The Salesperson explains eligibility conditions, clarifies the process, and guides the Client toward booking a free and non-binding video consultation with a subsidy specialist. In transcripts, the company name may appear under various spellings or transcription errors; treat all of the following as referring to the same company: "Deutsche Förderberatung," "Deutsche Foerderberatung," "DIF," "Foerderberatung," "Förderberatung," "Deutsche Förderberatung GmbH," "Foerder Beratung," "Förder-Beratung," "Deutsche Förderberatung Service," and similar variations.</p>

		<p>Check if the Salesperson confirmed with the Client that the agreed appointment time suits them and secured verbal commitment to attend.</p> <p>[1] – The Salesperson explicitly confirmed that the chosen time works for the Client and received a clear confirmation before finalizing the booking (e.g., “The appointment we’ve agreed on suits you and you can attend it, correct? — Great, I’ll book it for you now!”).</p> <p>[0] – The Salesperson scheduled the appointment without confirming whether the time works for the Client or without receiving clear agreement.</p> <p>[Empty] – The conversation ended before the appointment could be confirmed.</p> <p>In the reasons, specify how the Salesperson asked for confirmation, the Client’s response, and whether clear consent to book was given (quotes).</p> <p>Important: Verify the roles before evaluation. The Salesperson is a consultant from Deutsche Förderberatung (DIF) who helps Clients identify and claim government subsidies (“Förderungen”) they are entitled to. The Salesperson explains eligibility conditions, clarifies the process, and guides the Client toward booking a free and non-binding video consultation with a subsidy specialist.</p> <p>In transcripts, the company name may appear under various spellings or transcription errors; treat all of the following as referring to the same company: “Deutsche Förderberatung,” “Deutsche Foerderberatung,” “DIF,” “Foerderberatung,” “Förderberatung,” “Deutsche Förderberatung GmbH,” “Foerder Beratung,” “Förder-Beratung,” “Deutsche Förderberatung Service,” and similar variations.</p>
21	21. Final appointment confirmation	
		<p>Check if the Salesperson clearly explained how the Client will receive confirmation and how the upcoming appointment will take place.</p> <p>[1] – The Salesperson mentioned all required details: – that an official SMS confirmation will be sent immediately after the call and should not be replied to (it’s automated), – that an additional email will be sent with the Zoom link for the video appointment, – that the appointment lasts approximately 60 minutes, – that it will be conducted by one of Deutsche Förderberatung’s specialists, – and that the Client will see the screen live while their subsidy entitlements are reviewed.</p> <p>[0] – The Salesperson missed or skipped at least one of the required details, or explained any part of them unclearly.</p> <p>[Empty] – The confirmation and next steps were not discussed.</p> <p>In the reasons, specify which elements were mentioned (SMS, email, duration, specialist, screen sharing), provide short quotes, and indicate which ones were missing or incomplete.</p> <p>Important: Verify the roles before evaluation. The Salesperson is a consultant from Deutsche Förderberatung (DIF) who helps Clients identify and claim government subsidies (“Förderungen”) they are entitled to. The Salesperson explains eligibility conditions, clarifies the process, and guides the Client toward booking a free and non-binding video consultation with a subsidy specialist.</p> <p>In transcripts, the company name may appear under various spellings or transcription errors; treat all of the following as referring to the same company: “Deutsche Förderberatung,” “Deutsche Foerderberatung,” “DIF,” “Foerderberatung,” “Förderberatung,” “Deutsche Förderberatung GmbH,” “Foerder Beratung,” “Förder-Beratung,” “Deutsche Förderberatung Service,” and similar variations.</p>
22	22. Confirmation details and next steps	

Final Instructions and Farewell			<p>Check if the Salesperson asked the Client whether they had any final questions before ending the call.</p> <p>[1] – The Salesperson asked a closing question such as “Do you have any final questions for me” or “Is there anything else you’d like to know before our appointment” and waited for the Client’s response. [0] – The Salesperson ended the conversation without offering the Client a chance to ask questions or abruptly closed after scheduling. [Empty] – The call ended earlier and this stage was not reached.</p> <p>In the reasons, specify how the Salesperson asked the closing question, the Client’s response (if any), and how the tone of the call ended (quotes).</p> <p>Important: Verify the roles before evaluation. The Salesperson is a consultant from Deutsche Förderberatung (DIF) who helps Clients identify and claim government subsidies (“Förderungen”) they are entitled to. The Salesperson explains eligibility conditions, clarifies the process, and guides the Client toward booking a free and non-binding video consultation with a subsidy specialist. In transcripts, the company name may appear under various spellings or transcription errors; treat all of the following as referring to the same company: “Deutsche Förderberatung,” “Deutsche Foerderberatung,” “DIF,” “Foerderberatung,” “Förderberatung,” “Deutsche Förderberatung GmbH,” “Foerder Beratung,” “Förder-Beratung,” “Deutsche Förderberatung Service,” and similar variations.</p>
	23	23. Final check for questions	
			<p>Check if the Salesperson ended the call politely and on a positive note, wishing the Client a pleasant day and showing enthusiasm for the upcoming appointment.</p> <p>[1] – The Salesperson gave a warm closing such as “Wonderful! I wish you a great day, Mr./Ms. [Name], and enjoy your upcoming appointment — it will be very interesting for you!” or a similar friendly farewell that reinforces a positive impression and excitement about the next step. [0] – The call ended without a polite or personalized farewell, or the closing sounded rushed or mechanical. [Empty] – The conversation ended earlier and this closing stage was not reached.</p> <p>In the reasons, specify the exact farewell phrase used, whether it included personalization (e.g., Client’s name), and how the overall tone of the closing felt (quotes).</p> <p>Important: Verify the roles before evaluation. The Salesperson is a consultant from Deutsche Förderberatung (DIF) who helps Clients identify and claim government subsidies (“Förderungen”) they are entitled to. The Salesperson explains eligibility conditions, clarifies the process, and guides the Client toward booking a free and non-binding video consultation with a subsidy specialist. In transcripts, the company name may appear under various spellings or transcription errors; treat all of the following as referring to the same company: “Deutsche Förderberatung,” “Deutsche Foerderberatung,” “DIF,” “Foerderberatung,” “Förderberatung,” “Deutsche Förderberatung GmbH,” “Foerder Beratung,” “Förder-Beratung,” “Deutsche Förderberatung Service,” and similar variations.</p>
	24	24. Farewell and positive closing	

Standards of communication	25	<p>25. Politeness, attentiveness, and tone throughout the conversation</p> <p>Check if the Salesperson was polite, attentive, and courteous during the entire call.</p> <p>[1] – The Salesperson: – Addressed the Client by name at least three times during the call (where applicable); – Used polite expressions such as “thank you,” “please,” “sorry,” “allow me to clarify,” or similar respectful language; – Communicated warmly and respectfully without condescension or arrogance; – Adapted tone to the Client’s emotional state: • If the Client was calm — remained polite and friendly. • If the Client was friendly — responded with warmth and enthusiasm. • If the Client was irritated or skeptical — remained composed, patient, and respectful. The overall tone of voice was confident, positive, and professional.</p> <p>[0] – The Salesperson rarely or never addressed the Client by name, used minimal polite language, sounded mechanical or rushed, ignored the Client’s tone, or appeared cold or defensive. [Empty] – The call ended too early to evaluate the communication style.</p> <p>In the reasons, describe in detail: – How the Salesperson addressed the Client (with or without name, tone of greeting and closing). – What specific polite phrases or expressions were used. – How the Salesperson adapted tone and manner to the Client’s mood, with examples and short quotes. – Any instances where tone or attitude negatively affected the Client’s perception.</p> <p>Important: Verify the roles before evaluation. The Salesperson is a consultant from Deutsche Förderberatung (DIF) who helps Clients identify and claim government subsidies (“Förderungen”) they are entitled to. The Salesperson explains eligibility conditions, clarifies the process, and guides the Client toward booking a free and non-binding video consultation with a subsidy specialist.</p> <p>In transcripts, the company name may appear under various spellings or transcription errors; treat all of the following as referring to the same company: “Deutsche Förderberatung,” “Deutsche Foerderberatung,” “DIF,” “Foerderberatung,” “Förderberatung,” “Deutsche Förderberatung GmbH,” “Foerder Beratung,” “Förder-Beratung,” “Deutsche Förderberatung Service,” and similar variations.</p>
----------------------------	----	--

	26	<p>26. Active listening and dialogue engagement</p> <p>Check if the Salesperson maintained contact with the Client, demonstrated active listening, and rephrased important points in their own words.</p> <p>[1] – The Salesperson:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Used active listening phrases such as “yes,” “I understand,” “exactly,” “perfect,” “of course,” or similar acknowledgments; – Reacted to the Client’s statements with short comments, clarifications, or concise summaries that showed real attention; – Rephrased or mirrored important thoughts expressed by the Client (e.g., “So you mentioned that you already had a consultation, right” / “I understand that this is important for you because...”); – Maintained a dynamic, two-way dialogue instead of a monologue, giving the Client enough space to speak. <p>[0] – The Salesperson showed no active listening, ignored or cut off the Client, failed to rephrase key ideas, or spoke in a templated or mechanical tone.</p> <p>[Empty] – The conversation was too short or ended before active dialogue could be evaluated.</p> <p>In the reasons, describe in detail:</p> <ul style="list-style-type: none"> – How the Salesperson reacted to the Client’s words and demonstrated attention. – Examples of active listening phrases or rephrasing (quotes). – Whether the conversation tempo felt natural and two-way, or one-sided and rushed. <p>Important: Verify the roles before evaluation. The Salesperson is a consultant from Deutsche Förderberatung (DIF) who helps Clients identify and claim government subsidies (“Förderungen”) they are entitled to. The Salesperson explains eligibility conditions, clarifies the process, and guides the Client toward booking a free and non-binding video consultation with a subsidy specialist.</p> <p>In transcripts, the company name may appear under various spellings or transcription errors; treat all of the following as referring to the same company:</p> <p>“Deutsche Förderberatung,” “Deutsche Foerderberatung,” “DIF,” “Foerderberatung,” “Förderberatung,” “Deutsche Förderberatung GmbH,” “Foerder Beratung,” “Förder-Beratung,” “Deutsche Förderberatung Service,” and similar variations.</p>
--	----	--

Critical mistakes	27	<p>27. Critical mistakes</p> <p>Check if one or more critical mistakes occurred during the conversation that could damage Deutsche Förderberatung (DIF) or reduce conversion. Specify which mistake happened.</p> <p>A) Speaking negatively about DIF or the process Examples: "this often doesn't work," "I don't really understand how our process is structured," "I don't like this either," "we're not very reliable with appointments," "maybe it isn't really free," "I don't know who handles that, you figure it out."</p> <p>B) Discouraging the Client from proceeding or expressing doubt Examples: "maybe this isn't for you," "let's not rush," "if you're unsure — better not book," "you probably won't qualify anyway," "it's complicated, maybe skip it."</p> <p>C) Losing the Client without securing a concrete next step (when the Client didn't refuse outright, only hesitated) This is a critical error if the Salesperson: – suggested "I'll send info by email/WhatsApp" or "we'll talk later" without setting specifics; – didn't explore doubts/motivation with follow-up questions; – didn't secure a specific next step (date, day/time, format, channel); – didn't clarify whether the Client wants to stay in touch or receive help later. Note: Saying "I'll call you back" does not count unless a clear date/day/time or channel is confirmed.</p> <p>[1] – The Salesperson avoided all critical mistakes: didn't speak negatively about DIF or the process, didn't discourage the Client, and secured a concrete next step with specific details (date, time, method). [0] – At least one critical mistake (A, B, or C) occurred during the conversation. [Empty] – The conversation ended too early to evaluate.</p> <p>In the reasons, specify: – Which mistake category (A, B, or C) occurred (or confirm none). – How the Salesperson ended the conversation. – Whether there was an opportunity to continue and if the Salesperson used it. – If the Client expressed doubts, how the Salesperson responded (quotes).</p> <p>Important: Verify the roles before evaluation. The Salesperson is a consultant from Deutsche Förderberatung (DIF) who helps Clients identify and claim government subsidies ("Förderungen") they are entitled to. The Salesperson explains eligibility conditions, clarifies the process, and guides the Client toward booking a free and non-binding video consultation with a subsidy specialist.</p> <p>In transcripts, the company name may appear under various spellings or transcription errors; treat all of the following as referring to the same company: "Deutsche Förderberatung," "Deutsche Foerderberatung," "DIF," "Foerderberatung," "Förderberatung," "Deutsche Förderberatung GmbH," "Foerder Beratung," "Förder-Beratung," "Deutsche Förderberatung Service," and similar variations.</p>
-------------------	----	---

		<p>[Summary] – this criterion is an exception; as the evaluation, write the word “Summary.” In the reasons, compose a concise and structured summary of the call. It should be clear, easy to understand, and reflect only the key points of the conversation.</p> <p>Include the following:</p> <p>A) Call content</p> <ul style="list-style-type: none"> – Which stages and topics were covered (for example: greeting, lead source, eligibility questions, qualification, role explanation, credibility, process, objection handling, appointment scheduling, confirmation). – Whether the Client’s personal situation, eligibility, interest in the consultation, understanding of the process, and next steps were discussed. – Mention any specific figures or subsidy ranges cited (€1 000–2 100 / €2 000–3 200 with children) and if the free, non-binding nature of the process was explained. <p>B) Client’s reaction to key moments</p> <ul style="list-style-type: none"> – Note whether the Client was interested, hesitant, positive, neutral, or negative. – Describe how the Client reacted to the explanation of Deutsche Förderberatung’s role, to the credibility statements (Düsseldorf, regulation, Google, Verbraucherschutz), and to the invitation for a video appointment. <p>C) Achieved agreements</p> <ul style="list-style-type: none"> – Specify what was agreed upon: booking a video consultation (date/time), confirming attendance, including the partner, or any promised follow-up. – Indicate whether the Salesperson secured a clear next step and confirmed the Client’s consent to proceed. <p>The summary must allow any reader to quickly understand the essence and outcome of the conversation without listening to the recording.</p> <p>Important: Verify the roles before evaluation. The Salesperson is a consultant from Deutsche Förderberatung (DIF) who helps Clients identify and claim government subsidies (“Förderungen”) they are entitled to. The Salesperson explains eligibility conditions, clarifies the process, and guides the Client toward booking a free and non-binding video consultation with a subsidy specialist.</p> <p>In transcripts, the company name may appear under various spellings or transcription errors; treat all of the following as referring to the same company: “Deutsche Förderberatung,” “Deutsche Foerderberatung,” “DIF,” “Foerderberatung,” “Förderberatung,” “Deutsche Förderberatung GmbH,” “Foerder Beratung,” “Förder-Beratung,” “Deutsche Förderberatung Service,” and similar variations.</p>
28	28. Call summary	

29	29. Salesperson: Best practices	<p>[Recommendation] – this criterion is an exception. Use the word “Recommendation” as the score, and in the reasons field, write the following:</p> <p>Identify at least 3 successful techniques or tactics (if present) that clearly helped the Salesperson advance the conversation — for example, reducing hesitation, building trust, keeping the Client engaged, creating a positive impression, or moving the Client toward booking the consultation. If no such techniques are found, write: “No strong successful techniques identified.”</p> <p>For each practice, specify:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Salesperson’s phrase – quote the exact wording or summarise the idea. – Context – when it was said, what happened before and after, and how the Client reacted. – Why it worked – explain why this phrase or technique was effective in this context. – Technique – which communication approach was used (e.g., empathy and reassurance, social proof, authority building, value framing, smooth transition, active listening). – Type of practice: <ul style="list-style-type: none"> • Common technique – a repeatable practice that can be taught to others. • Individual technique – unique insight, tone, or communication style that reflected personal skill or charisma. <p>Include only those actions that had a meaningful positive impact on the call outcome (e.g., encouraged trust, reduced objections, or motivated the Client to book). Friendly jokes or spontaneous comments can be included if they triggered genuine engagement or rapport.</p> <p>Important: Verify the roles before evaluation. The Salesperson is a consultant from Deutsche Förderberatung (DIF) who helps Clients identify and claim government subsidies (“Förderungen”) they are entitled to. The Salesperson explains eligibility conditions, clarifies the process, and guides the Client toward booking a free and non-binding video consultation with a subsidy specialist.</p> <p>In transcripts, the company name may appear under various spellings or transcription errors; treat all of the following as referring to the same company: “Deutsche Förderberatung,” “Deutsche Foerderberatung,” “DIF,” “Foerderberatung,” “Förderberatung,” “Deutsche Förderberatung GmbH,” “Foerder Beratung,” “Förder-Beratung,” “Deutsche Förderberatung Service,” and similar variations.</p>
----	---------------------------------	---

Recomendations

30	30. Salesperson: Areas for improvement	<p>[Recommendation] – this criterion is an exception. Use the word “Recommendation” as the score, and in the reasons field, write the following:</p> <p>Identify key mistakes made by the Salesperson that negatively affected the conversation — for example, caused rejection, reduced the Client's interest, or weakened trust and engagement. List at least 3 mistakes, if any.</p> <p>For each mistake, specify:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Salesperson's phrase – quote the exact wording or summarise its meaning. – Context – when it was said, what the Client said before, how the Client reacted, and what the outcome was. – Better alternative – suggest a more effective or professional way to express the same idea. – Expected effect – describe how the improved approach would change the Client's perception, strengthen trust, or maintain interest. <p>Also consider the following as mistakes if they occurred:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Skipping important qualification or process questions (e.g., not verifying eligibility, employment, or income). – Failing to explain “free and non-binding” clearly or omitting credibility elements (Düsseldorf, regulation, Google, Verbraucherschutz). – Mishandling objections (arguing, sounding defensive, or cutting the Client off). – Ending the call without summarizing the outcome or confirming the next step (date, time, appointment format). – Not checking partner participation or data protection. – Ignoring Client reactions or missing empathy opportunities. <p>Ignore minor issues (e.g., filler words, slight pauses, or accent) if they did not affect the Client's experience or the outcome of the call.</p> <p>Important: Verify the roles before evaluation. The Salesperson is a consultant from Deutsche Förderberatung (DIF) who helps Clients identify and claim government subsidies (“Förderungen”) they are entitled to. The Salesperson explains eligibility conditions, clarifies the process, and guides the Client toward booking a free and non-binding video consultation with a subsidy specialist.</p> <p>In transcripts, the company name may appear under various spellings or transcription errors; treat all of the following as referring to the same company:</p> <p>“Deutsche Förderberatung,” “Deutsche Foerderberatung,” “DIF,” “Foerderberatung,” “Förderberatung,” “Deutsche Förderberatung GmbH,” “Foerder Beratung,” “Förder-Beratung,” “Deutsche Förderberatung Service,” and similar variations.</p>
----	--	--

31	31. Client profile	<p>[Recommendation] – this criterion is an exception. Use the word “Recommendation” as the score, and in the reasons field, write the following:</p> <p>Based on the entire transcript, provide a concise but detailed profile of the Client. Focus on insights that can help improve sales communication, service presentation, and marketing positioning for Deutsche Förderberatung (DIF). Use the structure below.</p> <p>A) Psychological and communication profile</p> <ul style="list-style-type: none"> – Describe the Client’s communication and decision-making style: confident, hesitant, skeptical, open, emotional, etc. – Note behavioral traits: whether they listened attentively, interrupted, asked clarifying questions, agreed quickly, or needed reassurance. – Identify their tone and attitude during the conversation — interested, defensive, indifferent, curious, or cooperative. – Include direct quotes illustrating key behaviors or reactions. – Record the Client’s name and any contact details mentioned (if available). <p>B) Client’s goals and situation</p> <ul style="list-style-type: none"> – Describe what the Client is trying to achieve or solve (e.g., understand subsidy eligibility, improve household finances, find support for family or property-related costs). – Summarize their life or employment situation as described in the call (e.g., employed, self-employed, retired, in transition). – Highlight any concerns, hesitations, or personal circumstances that may influence their decision-making (e.g., uncertainty about data protection, time constraints, skepticism about “free” services). – Include quotes that reveal motivation or hesitation. <p>C) Additional insights and recommendations</p> <ul style="list-style-type: none"> – Suggest what this case shows about similar Client segments: which communication triggers or wordings worked best (e.g., “free and non-binding,” “government-regulated,” “support with paperwork”). – Identify which credibility elements or arguments were most effective (e.g., mentioning Düsseldorf, regulation, Verbraucherschutz). – Suggest which tone, examples, or materials (e.g., visuals, proof of legitimacy) could improve conversion in similar cases. – Note any potential marketing or script improvements based on the Client’s reactions and expectations. <p>Use this criterion as a research summary to help optimize the approach for similar Client personas and refine DIF’s sales and marketing strategy.</p> <p>Important: Verify the roles before evaluation. The Salesperson is a consultant from Deutsche Förderberatung (DIF) who helps Clients identify and claim government subsidies (“Förderungen”) they are entitled to. The Salesperson explains eligibility conditions, clarifies the process, and guides the Client toward booking a free and non-binding video consultation with a subsidy specialist.</p> <p>In transcripts, the company name may appear under various spellings or transcription errors; treat all of the following as referring to the same company:</p> <p>“Deutsche Förderberatung,” “Deutsche Foerderberatung,” “DIF,” “Foerderberatung,” “Förderberatung,” “Deutsche Förderberatung GmbH,” “Foerder Beratung,” “Förder-Beratung,” “Deutsche Förderberatung Service,” and similar variations.</p>
----	--------------------	--

		<p>[Number] — specify what percentage of the total active dialogue time was occupied by the Salesperson’s speech. The calculation must be based on the transcript’s timestamps. Indicate the result rounded to the nearest whole number (e.g., 48%).</p> <p>Determine the duration of the active dialogue — from the first utterance of either the Salesperson or the Client to the last. Do not include the answering machine, voicemail, secretary/operator, silence, or system pauses before or after the conversation.</p> <p>Sum the total duration of all the Salesperson’s utterances within this interval (use start and end timestamps or the next speaker’s start time).</p> <p>Then calculate: (Salesperson’s total speaking time ÷ total active dialogue duration) × 100 and round to the nearest whole number.</p> <p>Important:</p> <ul style="list-style-type: none"> – If the Salesperson speaks more than 95% of the time, double-check the speaker-role assignment — the transcript may be mislabeled. – If only one speaker appears throughout the call or the Client said fewer than three words, this is not considered a dialogue — mark it as [Empty]. – Use seconds for all time calculations. <p>In the reasons, specify:</p> <ul style="list-style-type: none"> – The total duration of the active dialogue (in seconds). – The total speaking time of the Salesperson. – The total speaking time of the Client. – The number of utterances for each. – The final talk ratio. <p>Example answer: Score: 61 Reasons: The dialogue lasted 366 seconds. The Salesperson spoke for 224 seconds, the Client for 142 seconds. The Salesperson made 28 utterances, and the Client made 19. TalkRatio: 224 / 366 = 61%.</p> <p>Important: Verify the roles before evaluation. The Salesperson is a consultant from Deutsche Förderberatung (DIF) who helps Clients identify and claim government subsidies (“Förderungen”) they are entitled to. The Salesperson explains eligibility conditions, clarifies the process, and guides the Client toward booking a free and non-binding video consultation with a subsidy specialist.</p> <p>In transcripts, the company name may appear under various spellings or transcription errors; treat all of the following as referring to the same company: “Deutsche Förderberatung,” “Deutsche Foerderberatung,” “DIF,” “Foerderberatung,” “Förderberatung,” “Deutsche Förderberatung GmbH,” “Foerder Beratung,” “Förder-Beratung,” “Deutsche Förderberatung Service,” and similar variations.</p>
32	32. Talk Ratio	

33	33. Call structure: the actual script used by the Salesperson	<p>Call structure: actual script used by the Salesperson</p> <p>Check if the conversation followed a logical structure and led the Client toward scheduling the consultation or confirming interest.</p> <p>[1] – The conversation brought the Client closer to the goal: the Client clearly expressed interest, agreement, gave a positive signal (e.g., confirmed eligibility, agreed to the video appointment, expressed curiosity about next steps). [0] – The conversation did not lead to a result: the Client refused, remained doubtful, showed no interest, or the call ended without a specific decision or next step. [Empty] – The call ended too early to evaluate the script flow.</p> <p>In the reasons, write:</p> <p>A) Recreate the actual script the Salesperson used in this call – Describe which stages the Salesperson went through (e.g., greeting, lead source, eligibility, qualification, role explanation, credibility, process, objections, appointment scheduling, confirmation). – Indicate the order of these stages and how the Salesperson transitioned between them. – Summarize what was said at each step, using quotes or short paraphrases.</p> <p>B) Note the unique features of this script – What was done differently from the standard process? – Were there any skipped or improvised parts? – Did the Salesperson use any non-standard transitions or phrases?</p> <p>C) Identify what worked well – Which elements or moments generated Client engagement (e.g., positive tone, active questions, curiosity, or acceptance of the offer)? – Quote or describe these moments.</p> <p>D) Identify what did not work – Where did the Client fall silent, show hesitation, raise objections, or become disengaged? – Specify the stage and quote relevant lines.</p> <p>The goal of this criterion is to reconstruct the real behavior model of the Salesperson, document their logic and flow, and evaluate whether the structure effectively led to a positive outcome. This allows identifying “strong” and “weak” script versions across many calls.</p> <p>Important: Verify the roles before evaluation. The Salesperson is a consultant from Deutsche Förderberatung (DIF) who helps Clients identify and claim government subsidies (“Förderungen”) they are entitled to. The Salesperson explains eligibility conditions, clarifies the process, and guides the Client toward booking a free and non-binding video consultation with a subsidy specialist.</p> <p>In transcripts, the company name may appear under various spellings or transcription errors; treat all of the following as referring to the same company: “Deutsche Förderberatung,” “Deutsche Foerderberatung,” “DIF,” “Foerderberatung,” “Förderberatung,” “Deutsche Förderberatung GmbH,” “Foerder Beratung,” “Förder-Beratung,” “Deutsche Förderberatung Service,” and similar variations.</p>
----	---	---

Expert block

[Number] – Indicate the total score across all five communication methodologies.

To do this, analyze the entire call and evaluate it using the five methodologies below.

In the reasons, specify for each methodology:

A) Name of the methodology

B) Score for this methodology (1 to 10)

C) Why this score was given (with quotes from the call, context, and Client reactions)

D) What would have been needed to reach 10/10 — give 2–3 specific phrases, questions, or techniques that could have improved the result

After evaluating all five, add the scores and provide the total with a breakdown (e.g.: 7 + 8 + 5 + 6 + 9 = 35).

Minimum = 0, maximum = 50.

In the reasons, include this total and the detailed breakdown.

Example:

Score: 35

Reasons: [detailed scores and breakdown for each methodology]

Important: Verify the roles before evaluation. The Salesperson is a consultant from Deutsche Förderberatung (DIF) who helps Clients identify and claim government subsidies ("Förderungen") they are entitled to. The Salesperson explains eligibility conditions, clarifies the process, and guides the Client toward booking a free and non-binding video consultation with a subsidy specialist.

In transcripts, the company name may appear under various spellings or transcription errors; treat all of the following as referring to the same company:

"Deutsche Förderberatung," "Deutsche Foerderberatung," "DIF," "Foerderberatung,"

"Förderberatung," "Deutsche Förderberatung GmbH," "Foerder Beratung," "Förder-Beratung,"

"Deutsche Förderberatung Service," and similar variations.

Methodologies

1) Consultative Communication

Focus: The Salesperson acts as a professional consultant, guiding the Client through complex subsidy topics rather than "selling."

Key steps:

- Building trust and open dialogue.
- Understanding the Client's personal and financial situation.
- Clarifying eligibility conditions and program constraints.
- Presenting the process transparently and reassuringly.
- Confirming understanding and commitment.

Evaluate:

- Did the Salesperson listen more than speak?
- Did they ask questions revealing key information (employment, family status, income)?
- Did they tie explanations to the Client's real situation?

2) Emotional Connection & Empathy

Focus: The Salesperson establishes emotional rapport and uses empathy to make the Client feel understood and respected.

Key steps:

- Identifying the Client's emotional triggers (e.g., financial relief, family security, frustration with bureaucracy).
- Adjusting tone, pace, and empathy level.
- Using relatable examples or phrases ("It's perfectly normal to be unsure — that's why we guide you step by step").
- Closing through reassurance and positive visualization ("You'll see, it's a very simple and transparent process").

Evaluate:

	35. Successful Call	<p>Check if the Salesperson secured the Client's clear agreement to proceed with the free, non-binding video consultation with a subsidy specialist from Deutsche Förderberatung (DIF).</p> <p>[1] – The Salesperson successfully obtained the Client's confirmation to schedule and attend the consultation. This includes cases where the Client:</p> <ul style="list-style-type: none"> – clearly agreed to the video appointment (confirmed time and day), – expressed readiness or enthusiasm to proceed ("Yes, that works for me," "I'll attend," "Sounds good, let's do it"), – or confirmed attendance after discussing partner participation and data protection. <p>[0] – The Client did not agree to the consultation, postponed the decision, expressed doubt, or the conversation ended without a clear agreement or confirmed appointment.</p> <p>[Empty] – The call ended before the appointment scheduling stage or before confirmation could occur.</p> <p>In the reasons, specify:</p> <ul style="list-style-type: none"> – How exactly the Client confirmed readiness to proceed (quote or paraphrase). – Whether the Salesperson confirmed date/time and explained the next steps. – If the Client hesitated, describe how the Salesperson handled it (quotes and reaction). – Whether there was a clear, specific next step (e.g., appointment confirmed, SMS/email explained). <p>Important: Verify the roles before evaluation. The Salesperson is a consultant from Deutsche Förderberatung (DIF) who helps Clients identify and claim government subsidies ("Förderungen") they are entitled to. The Salesperson explains eligibility conditions, clarifies the process, and guides the Client toward booking a free and non-binding video consultation with a subsidy specialist.</p> <p>In transcripts, the company name may appear under various spellings or transcription errors; treat all of the following as referring to the same company:</p> <p>"Deutsche Förderberatung," "Deutsche Foerderberatung," "DIF," "Foerderberatung," "Förderberatung," "Deutsche Förderberatung GmbH," "Foerder Beratung," "Förder-Beratung," "Deutsche Förderberatung Service," and similar variations.</p>
--	---------------------	---

Call Results

To evaluate this criterion, determine the final scoring based on three parameters. The total score across the three parameters is the final result for this criterion.

Check how target-oriented and promising the Client is for Deutsche Förderberatung (DIF), based on the following three parameters:

A. Readiness to attend the consultation

Rate the Client's readiness on a scale from 0 to 10, based on the dialogue:

10 – The Client confirmed and showed strong motivation to attend the consultation (clearly agreed to date/time, expressed trust and interest).

5–9 – The Client was positive and open to the consultation but required reassurance or showed minor hesitation.

1–4 – The Client expressed uncertainty, postponed the decision, or did not confirm.

0 – The Client clearly refused or showed no interest in attending.

Empty – The topic of booking or readiness was not discussed.

B. Eligibility and suitability for subsidies

Rate the Client's eligibility or potential qualification on a scale from 0 to 10, based on information shared in the call:

10 – The Client meets key criteria (e.g., employed or self-employed, regular income, not in insolvency, not receiving Bürgergeld) and appears suitable for consultation.

5–9 – The Client might qualify but requires additional verification (unclear data or borderline case).

1–4 – The Client's eligibility is doubtful or incomplete (e.g., uncertain employment, unclear income, missing partner data).

0 – The Client is clearly not eligible (e.g., in private insolvency, receiving social benefits, full pensioner without extra income).

Empty – Eligibility was not discussed or not possible to determine.

C. Interest and engagement level

Rate the Client's level of engagement and motivation to proceed on a scale from 0 to 10:

10 – The Client showed clear interest in the subsidy topic, asked questions, reacted positively, and engaged in the dialogue.

5–9 – The Client was generally interested but showed minor doubts or low emotional involvement.

1–4 – The Client was skeptical or distant but remained polite and listened.

0 – The Client was disinterested, dismissive, or refused to engage.

Empty – The Client's attitude or engagement could not be evaluated due to an incomplete call.

Final scoring evaluation

Add the scores for all three parameters (maximum = 30, minimum = 0).

If any parameter is marked as Empty, count it as 0 in the total.

Example:

Readiness to attend = 9

Eligibility & suitability = 8

Interest & engagement = 7

Total = 24/30 → High readiness

In the reasons, specify:

– The individual scores for each parameter and the justification (with short quotes).

– The final total and conclusion in one of three forms:

High readiness / Medium readiness / Low readiness.

Important: Verify the roles before evaluation. The Salesperson is a consultant from Deutsche

	37	<p>37. Call interruption or breakdown</p> <p>Check if the call was interrupted or ended before reaching a logical and professional conclusion.</p> <p>[1] – The call ended abruptly without a proper closing or farewell (e.g., no “goodbye” or polite final phrase). This includes situations where:</p> <ul style="list-style-type: none"> – The conversation was clearly ongoing but suddenly stopped; – The Client said they couldn’t talk at that moment or asked to call back later; – The line was disconnected, there were long silences or dropouts, and the call ended unnaturally; – The Salesperson did not have a chance to summarize or close politely. <p>[0] – The call reached a natural and complete conclusion. This includes situations where:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Both participants exchanged farewells (e.g., “Thank you, have a nice day,” “Goodbye”); – The call ended with a clear final phrase, even if the Client declined the consultation; – There were no connection issues, and the dialogue closed logically and professionally. <p>In the reasons, describe how the call ended:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Specify if it was interrupted, ended naturally, or stopped unexpectedly. – Note any technical issues (e.g., connection loss, noise, delay). – Mention if the Client asked for a callback or postponed the conversation. <p>Important: Verify the roles before evaluation. The Salesperson is a consultant from Deutsche Förderberatung (DIF) who helps Clients identify and claim government subsidies (“Förderungen”) they are entitled to. The Salesperson explains eligibility conditions, clarifies the process, and guides the Client toward booking a free and non-binding video consultation with a subsidy specialist.</p> <p>In transcripts, the company name may appear under various spellings or transcription errors; treat all of the following as referring to the same company: “Deutsche Förderberatung,” “Deutsche Foerderberatung,” “DIF,” “Foerderberatung,” “Förderberatung,” “Deutsche Förderberatung GmbH,” “Foerder Beratung,” “Förder-Beratung,” “Deutsche Förderberatung Service,” and similar variations.</p>
--	----	--

Filters		<p>Check if the call was made with a valid (eligible) Client according to Deutsche Förderberatung (DIF) qualification criteria.</p> <p>[1] – Valid Client. The Client belongs to the target group and is eligible for consultation. This includes Clients who are:</p> <ul style="list-style-type: none"> – employed or self-employed; – have regular income; – not in private insolvency; – not receiving social-welfare supplements (e.g., Bürgergeld); – and not full-time pensioners without additional income. <p>[0] – Invalid Client. The Client belongs to one of the following non-target categories:</p> <ul style="list-style-type: none"> – unemployed; – in private insolvency; – full-time pensioner without additional income; – retired person without supplementary income; – or any Client receiving social-welfare benefits (e.g., Bürgergeld). <p>In the reasons, specify:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Which Client category applies (employed / self-employed / unemployed / in insolvency / pensioner, etc.). – The relevant quote or statement from the Client confirming this status. – If uncertain, indicate what information was missing to determine eligibility. <p>Important: Verify the roles before evaluation. The Salesperson is a consultant from Deutsche Förderberatung (DIF) who helps Clients identify and claim government subsidies ("Förderungen") they are entitled to. The Salesperson explains eligibility conditions, clarifies the process, and guides the Client toward booking a free and non-binding video consultation with a subsidy specialist.</p> <p>In transcripts, the company name may appear under various spellings or transcription errors; treat all of the following as referring to the same company: "Deutsche Förderberatung," "Deutsche Foerderberatung," "DIF," "Foerderberatung," "Förderberatung," "Deutsche Förderberatung GmbH," "Foerder Beratung," "Förder-Beratung," "Deutsche Förderberatung Service," and similar variations.</p>
	38 38. Valid Client	

Группа критериев	№	Название критерия	Критерии про преподавателя	Критерии про ученика	Итоговый балл преподавател я
Установление контакта	1	1. Установление контакта	преп		входит в 100%
Планы	2	2. Озвучивание темы и плана тренировки	преп		входит в 100%
	3	3. Упоминание прошлых или будущих тренировок	преп		входит в 100%
	4	4. Подведение итогов тренировки	преп		входит в 100%
Домашнее задание	5	5. Проверка домашнего задания	преп		входит в 100%
	6	6. Выдача нового домашнего задания	преп		входит в 100%
Вопросы Учеников	7	7. Уточнение вопросов у Учеников	преп		входит в 100%
	8	8. Фиксация проблем и болей Учеников	преп	ученик	
Аналитика	9	9. Проведение аналитики	преп		входит в 100%
	10	10. Краткие итоги аналитики	преп		
Темы тренировок	11	11. Определение общей темы тренировки	преп		входит в 100%
	12	12. Разбивка тренировки на подтемы	преп		
Качество тренировки	13	13. Использование покерного софта	преп		
	14	14. Подготовка к тренировке	преп		входит в 100%
	15	15. Ссылки на дополнительные материалы	преп		входит в 100%
	16	16. Указание проблем и план их исправления	преп	ученик	входит в 100%
Стандарты общения	17	17. Использование ненормативной лексики	преп		входит в 100%
	18	18. Ясность объяснений Преподавателя	преп		входит в 100%
	19	19. Умение выслушать и отвечать на вопросы	преп		входит в 100%
	20	20. Корректность и самоконтроль Преподавателя	преп		входит в 100%
Исследовательские ошибки Преподавателя	21	21. Негативные высказывания о фонде	преп		входит в 100%
	22	22. Хамство или оскорбления в адрес Учеников	преп		входит в 100%
Критические ошибки Учеников	23	23. Проблемный Ученик		ученик	
	24	24. Непонимание системы фонда		ученик	
	25	25. Лояльность Учеников		ученик	
	26	26. Недовольство или предложения по тренировочному процессу		ученик	
	27	27. Краткое резюме тренировки			

Рекомендации	28	28. Обещания Преподавателя	преп		
	29	29. Чего не хватило в тренировке	преп	ученик	
	30	30. Психологический портрет Преподавателя	преп		
	31	31. Психологический портрет Ученика		ученик	
Экспертный блок	32	32. Talk ratio Преподавателя	преп		входит в 100%
	33	33. Непокерная часть тренировки	преп		входит в 100%
	34	34. Качество связи			
	35	35. Финальный скоринг тренировки			входит в 100%
Фильтры	36	36. Прерывалась ли тренировка и причина			
Доп критерии	37	37. Реальная явка учеников			