

**PROtech**

ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ БЕЗОПАСНОСТИ

[WWW.PRO-TEK.PRO](http://WWW.PRO-TEK.PRO)

# PROБезопасность 2021

## *Техники продаж*

Баринов Денис

бизнес-тренер  
консультант по управлению

# Кейс 1 *«Не понимаю, из-за чего такое дорогое решение?»*

Монтажная организация получила ТЗ на реализацию проекта по выявлению людей с повышенной температурой, проходящих на территорию завода.

Было составлено ТЗ на сумму 1,5 млн рублей на базе специализированных тепловизоров.

Монтажник приехал к потенциальному заказчику с КП. Заказчик был шокирован суммой КП, т.к. у других КП было на сумму около 300 тыс. рублей, на базе ручных термометров.

# Кейс 1 *«Не понимаю, из-за чего такое дорогое решение?»*



Как Вы обычно действуете  
в этом случае?

# Три уровня продаж



# Кейс 1 *«Не понимаю, из-за чего такое дорогое решение?»*

## Решение

Выявление  
потребности

Презентация  
отличий КП

Усиление КП  
фактами

Из-за чего возникла потребность в заказе?

Когда мы выполним заказ, какую задачу/  
проблему вы решите?

По каким критериям будет оценивать результат  
нашей работы?

По каким критериям вы будете выбирать  
подрядчика?

Каким требованиям должно соответствовать  
техническое решение (ограничения)?

# Кейс 1

## Решение

# «Не понимаю, из-за чего такое дорогое решение?»

Выявление  
потребности

Презентация  
отличий КП

Усиление КП  
фактами

В чем преимущества нашего КП?

Чем наш сервис отличается от конкурентов?  
(выбиратели)

В чем преимущества нашего технического  
решения/оборудования/предложения?

В чем преимущества нашего оборудования?

техническое решение,  
оборудование, сервис,  
условия сотрудничества

# Кейс 1

## Решение

# «Не понимаю, из-за чего такое дорогое решение?»

Выявление  
потребности

Презентация  
отличий КП

Усиление КП  
фактами

- Объективные критерии
- Факты из совместного опыта с клиентом
- Факты из опыта клиента
- Конкретная информация о способах достижения целей
- Ноу-хау, новинки, новые тенденции
- Ссылка на авторитет
- Ссылка на собственный опыт



## Как вести себя, когда до тебя не было других компаний?

По каким трем ключевым критериям, вы будете принимать решение о выборе подрядчика?

С кем еще планируете сравнить наше предложение?

Что должно быть в нашем КП, чтобы стать вашим подрядчиком?

## Как вести себя, когда до тебя уже были другие компании?

Покажите клиенту, что вы лучше сможете решить его проблему/задачу:

- Найдите вместе с клиентом отличия вашего КП/ТР от КП конкурентов.
- Получили ли вы КП своей мечты? Если «да», то что в нем было? Если «нет», то чего в них не хватило?
- Что должно быть в нашем КП чтобы вы могли наилучшим образом решить вашу задачу?
- Если вы уже получили КП, то ради чего наша встреча?



# Кейс 1 - Результат

Монтажная организация привлекла партнёра на вторую встречу. На встрече проведена презентация оборудования с непосредственной демонстрацией. Было показано, что **система работает автономно без критических погрешностей.**

Заказчик убедился в том, что самое дорогое КП ему подходит лучше, и принял предложение.

## **Кейс 2 Срыв сроков исполнения контракта**

Монтажная организация работает со сложным заказчиком. КП согласовывается в 5-ти инстанциях.

Взаимодействие с одним лицом. Через 2 недели приходит подтверждение договора и его нужно подписывать.

Монтажная организация перепроверяет сроки – если подпишет договор, то не сможет поставить всю продукцию в срок. Одна позиция будет идти дольше, чем планировалось.

# Кейс 2 *Срыв сроков исполнения контракта*

## Решение

Указывайте в договоре максимальный срок поставки

В договоре прописывайте срок исполнения с учетом даты подписания.  
Информируйте Заказчика на стадии переговоров.

Берите с Заказчика гарантийное письмо, что дано дополнительное время на выполнение договора

1

2

3

4

5

Информируйте Заказчика и предлагайте альтернативные решения

Держите запас ходовых позиций на складе

***Говорите без чувства вины!***

## Кейс 3 «Это нереально дорого!»

- A. Дорого – **не позволяет бюджет**. Клиент не понимает образование цены. Монтажник не может сделать дешевле, но и конфигурацию на более дешёвом оборудовании делать не хочет.
- B. Дорого – **у других дешевле, но конфигурация другая**. Перед монтажником стоит задача объяснить почему нужно брать его конфигурацию.
- C. Клиент хочет работать именно с вами, но КП должно быть дешевле. У клиента есть **КП на точно такую же конфигурацию от другой фирмы**. Монтажнику нужно обосновать, почему нужно выбрать его.

# Кейс 3 «Это нереально дорого!»

А. Дорого - **не позволяет бюджет**. Клиент не понимает образование цены. Монтажник не может сделать дешевле, но и конфигурацию на более дешёвом оборудовании делать не хочет.

1

Увеличивать сроки оплаты, разбивать на этапы

2

Считать выгоду конфигурации в перспективе - сегодня заплатите N, завтра сэкономите NN

3

Доказывать фактами, что именно это решение позволит решить боль клиента

4

Показывать все составляющие влияющие на цену. Делать понятным и прозрачным ценообразование КП

## Кейс 3 «Это нереально дорого!»

В. Дорого – *у других дешевле, но конфигурация другая*. Перед монтажником стоит задача объяснить почему нужно брать его конфигурацию.

Если КП имеет одинаковое техническое решение –  
Сравнивать и в деталях разбирать свое КП и КП конкурентов



Вырабатывая вместе с клиентом КП будьте готовы изменить его, ради заключения сделки

Если конфигурации разные –  
Показывать клиенту выгодные отличия своего КП и убеждать фактами



Если вы не предложите клиенту важных для него отличий/выгод вашего КП, то он возьмет там, где дешевле

## Кейс 3 «Это нереально дорого!»

С. Клиент хочет работать именно с вами, но сумма вашего КП должна быть дешевле. У клиента есть **КП на точно такую же конфигурацию от другой фирмы**. Монтажнику нужно обосновать, почему нужно выбрать его.

А чем вы лучше?





## Кейс 4 *Старая смета*

Монтажная компания сделала КП для УК. В КП был прописан срок действия предложения, 2 недели. Через полгода УК сообщает, что готова работать по ценам, которые были в КП, т.к. собрали средства только сейчас. Цены на оборудование выросли и если выполнять заказ по ценам в КП, то заработка практически нет.

Известно, что у УК будут ещё объекты, на которых монтажная организация зарабатывает, т.е. есть перспектива дальнейшего сотрудничества.

# Кейс 4 *Старая смета*



А что делаете Вы,  
в этой ситуации?

# Кейс 4 *Старая смета*

## Соглашаетесь

Подпишите доп. соглашение о контракте по следующему объекту с условием:  
*«Цена на момент подписания контракта, а не предоставления первого КП».*

Пересмотрите смету и тех. решение.  
Открыто согласовывайте с клиентом изменения, показав что на текущем КП вы не зарабатываете.

Предложите клиенту забрать часть работ на себя

## Предупреждаете подобные ситуации

Ускорьте ход принятия решения

Заранее закладывайте подушки в смете.  
Например, техническое решение, которое можно удешевить без потери качества, но при этом сохранить маржу.

Прописывайте в договоре, что возможно изменение сметы, в случае, если клиент принимает предложение после сроков действия КП.

## Кейс 5 *Доделка объекта за другими*

Клиент нанял монтажную организацию и сделал частичную предоплату за услуги и оборудование. Монтажная организация сделала часть монтажа и пропала, на связь больше не выходят.

Клиент ищет новую монтажную организацию. Вы встречаетесь на объекте. Клиент просит вас доделать работу.

Вы понимаете, что система изначально была неправильно спроектирована и сообщаете об этом клиенту - *«Нужно демонтировать и собирать систему заново и правильно, но с новыми вложениями».*

Клиент не хочет принимать предложение.

# Кейс 5 **Доделка объекта за другими**

1

**Не торопите.** Дайте время принять новые условия

2

**Обосновывайте недостатки ТР с точки зрения перспектив** дополнительных затрат в будущем – во что это обойдется заказчику в течении 3-5 лет?

3

**Расскажите о преимуществах своего предложения** – за что клиент платит сейчас, и на чем экономит в будущем

4

**Снижайте значимость ТР предыдущих монтажников** – *«Возможно они исчезли, потому что поняли что не могут потянуть ваш объект. Изначально спроектировали неверное решение. Поняли это во время монтажа и не захотели нести за это ответственность. Поэтому и исчезли»*

5

**Не думайте за клиента откуда он возьмет деньги**

## Кейс 6 *Диванный эксперт*

Клиент начитался в интернете про оборудование, его работу и монтаж. Приглашает монтажную организацию на обследование. Клиент требует монтажа, согласно тому что говорят «авторитетные» источники из интернета. Монтажная организация понимает, что решение выбранное клиентом не будет работать.

Задача монтажной организации отстоять свое техническое решение и получить контракт.

# Кейс 6 *Диванный эксперт*

1

**Избегайте спора** – не нужно доказывать клиенту, что он не прав!

2

**Дайте клиенту «сохранить лицо»** – иначе будет иррационально контраргументировать – *«Да, так тоже можно. Просто мы работаем по своим стандартам»*

3

**Сформируйте доверие** – Мы уже монтировали такое решение, на другом объекте. Практика показала, что у этого решения есть ряд недостатков...

4

**Презентуйте своё решение** – Наше решение основано на ...  
В нем есть преимущества ...

5

**Говорите на простом языке**, а НЕ НА ТЕХНИЧЕСКОМ!