

СКРИПТ: ОТ МЁРТВОЙ ИНСТРУКЦИИ К ЖИВОМУ ИНСТРУМЕНТУ

Алгоритм работы, который повышает
конверсию и уверенность менеджера

ИНСТРУКЦИЯ

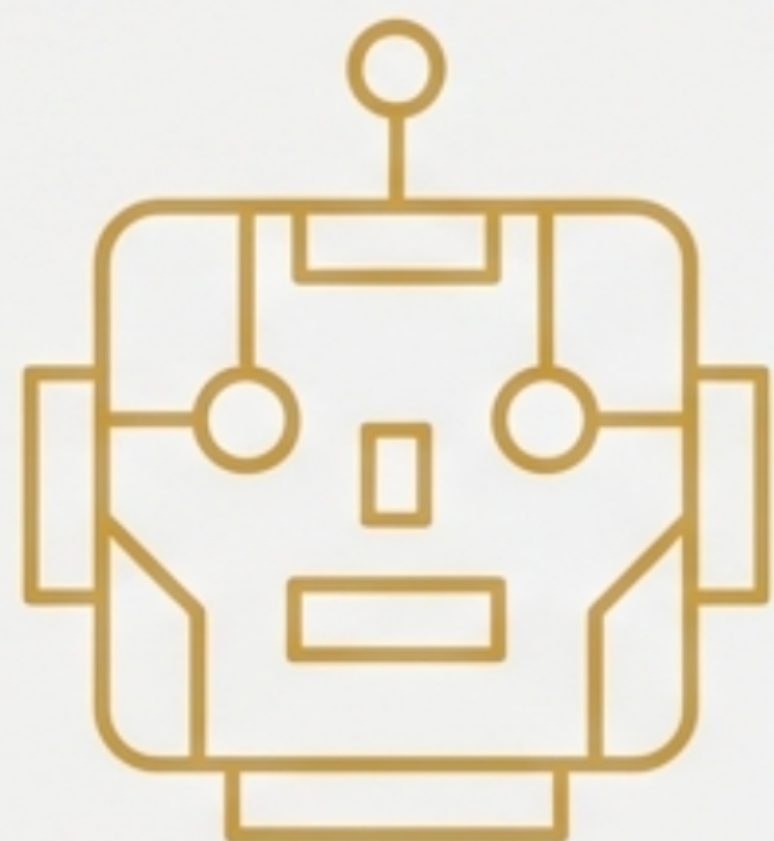


ИНСТРУМЕНТ

**МАСТЕРСКАЯ
ПРОДАЖ**

АНАСТАСИИ КУРАЛЕСОВОЙ

ТОЧКА СТАРТА: БОЛЬШИНСТВО СКРИПТОВ МЕШАЮТ, А НЕ ПОМОГАЮТ



Звучат неестественно.

Клиент моментально распознаёт «чтение по бумажке» и теряет интерес. Диалог не возникает.



Сковывают инициативу.

Менеджер боится сделать шаг в сторону от текста, теряя возможность вести живой, гибкий разговор.



Быстро устаревают.

Скрипт, написанный полгода назад, больше не отражает актуальные возражения и запросы клиентов.

Проблема не в самом скрипте как инструменте, а в подходе к его использованию.

СКРИПТ — ЭТО НЕ СЦЕНАРИЙ, А АРХИТЕКТУРНЫЙ ПЛАН ДИАЛОГА



Его задача — не диктовать слова, а задавать **структуру**, предлагать **модули** для разных ситуаций и вести к **цели** самым эффективным путём.

АЛГОРИТМ ПРЕВРАЩЕНИЯ СКРИПТА В ВАШ ЛИЧНЫЙ ИНСТРУМЕНТ



ШАГ 1: СТАНЬТЕ АРХИТЕКТОРОМ, А НЕ ИСПОЛНИТЕЛЕМ

Ключевая идея: Скрипт — это модульная конструкция. Ваша задача — понимать, как работают его части, а не учить текст «слово в слово».

Что делать:

- ✓ Определите **цель каждого блока**: где выявляем потребность, где презентуем ценность, а где закрываем на следующий шаг.
- ✓ Поймите, **зачем задаётся каждый вопрос** и какую информацию он должен принести.
- ✓ **Перефразируйте речевые модули** под свой стиль речи, сохраняя их смысловую нагрузку и структуру.

Зачем это нужно?

Чтобы говорить уверенно и естественно, гибко реагируя на ответы клиента, а не «зависать», если диалог пошёл не по плану.

ШАГ 2: ЗАЛОЖИТЕ ФУНДАМЕНТ ЗА 5 МИНУТ ДО ЗВОНКА

Ключевая идея: Самые успешные звонки начинаются с быстрой разведки. Никакого «прозвона вслепую».

Что делать:

- ✓ **Сайт и соцсети:** Чем живёт компания? Какие у неё ценности, проекты, новости?
- ✓ **Гипотеза о «боли»:** Какие проблемы (сроки, качество, риски) могут быть актуальны? Кто вероятный ЛПР?
- ✓ **Выбор УТП:** С каким одним, самым релевантным предложением вы выйдете именно к этому клиенту?

Зачем это нужно?

Чтобы ваш звонок был предметным и ценным для клиента с первой секунды, а не очередным «холодным спамом».

ШАГ 3: ОДИН ЗВОНОК — ОДНА КОНКРЕТНАЯ ЗАДАЧА

Ключевая идея: Цель первого холодного звонка — не продать, а продвинуть клиента на следующий этап.

Основная задача (выберите одну на звонок):

- 1.** Получить прямой контакт ЛПР (если его не было).
- 2.** Вывести на диалог и вызвать первичный интерес.
- 3.** Договориться о следующем целевом действии (встреча, расчёт, отправка портфолио).

Зачем это нужно?

Чтобы выстраивать доверие и не отпугивать клиента излишним давлением. Вы управляете процессом, переводя его со ступеньки на ступеньку «лестницы Бена Ханта».

ШАГ 4: ИСПОЛЬЗУЙТЕ НУЖНЫЙ МОДУЛЬ ДЛЯ КАЖДОЙ СИТУАЦИИ

Ключевая идея: Хороший скрипт – это дерево решений, а не туннель.



Зачем это нужно?

Чтобы быть готовым к любому развитию диалога и не теряться, экономя ментальную энергию на главном – слушать клиента.

ШАГ 5: ПРЕВРАТИТЕ РАЗГОВОРЫ В ДАННЫЕ

Ключевая идея: Звонок, не зафиксированный в CRM, — это потерянная информация и упущенная возможность для роста.

Что обязательно отмечать после **КАЖДОГО** контакта:

- ✓ **Статус:** Дозвонился / Не дозвонился.
- ✓ **Контакты:** Получен ли контакт ЛПР, его имя и должность.
- ✓ **Следующий шаг:** О чём договорились? Какая задача и на какую дату поставлена?
- ✓ **Обратная связь:** Какие возражения и ключевые вопросы прозвучали?

Зачем это нужно?

Это основа для анализа эффективности, доработки скрипта и персонального обучения. Без данных нет роста.

ШАГ 6: НЕ БОЙТЕСЬ ВОЗРАЖЕНИЙ — ОНИ ВАШ СОЮЗНИК

Ключевая идея: Типовые возражения — это не отказ, а зашифрованный запрос на дополнительную информацию или ценность.

Логика работы с топ-3 возражениями:



«Пришлите на почту» → «Конечно! Чтобы я отправил самое релевантное, подскажите...» [Перевод на 1-2 уточняющих вопроса и договорённость о звонке после отправки].



«Мы уже работаем с подрядчиком» → «Отлично! А как вы страхуете риски, если они не справятся со сроками? Мы могли бы стать вашим надёжным резервным партнёром».



«Нам ничего не нужно» → «Понимаю, сейчас не до этого. Предлагаю просто оставить вам наши кейсы в WhatsApp на будущее. Куда удобнее отправить?».

Зачем это нужно?

Чтобы превращать автоматические «нет» в осмысленный диалог и открывать двери, которые кажутся закрытыми.

ШАГ 7: СДЕЛАЙТЕ СКРИПТ «ЖИВЫМ»

Ключевая идея: Лучший скрипт — это не тот, что написан идеально, а тот, что постоянно адаптируется к реальности.

Процесс еженедельной доработки:

1. **Менеджер:** В течение недели делает пометки в скрипте («здесь было неудобно», «эта фраза не сработала», «клиент спросил о...»).
2. **РОП + Менеджер (1-на-1):** Обсуждают «узкие» места и вместе корректируют формулировки, не ломая общую логику.



Зачем это нужно? Чтобы скрипт эволюционировал вместе с рынком и вашим опытом, становясь вашим личным, отточенным и максимально эффективным инструментом.

ОТ ЖЁСТКОЙ ИНСТРУКЦИИ К СИСТЕМЕ, КОТОРАЯ ПРОДАЁТ

ДО: Скрипт-клетка

- ✗ Менеджер-робот
- ✗ Страх перед звонком
- ✗ Низкая конверсия
- ✗ Мёртвый документ

ПОСЛЕ: Скрипт-навигатор

- ✓ Менеджер-эксперт
- ✓ Уверенность в диалоге
- ✓ Прогнозируемый результат
- ✓ Живой рабочий инструмент

Вы не просто следуете скрипту — **вы им управляете.**

ПЕРЕСТАНЬТЕ ЧИТАТЬ СКРИПТ. НАЧНИТЕ СТРОИТЬ ДИАЛОГ.

Используйте этот алгоритм, чтобы превратить каждый звонок в осмысленный шаг к сделке.

**МАСТЕРСКАЯ
ПРОДАЖ**

АНАСТАСИИ КУРАЛЕСОВОЙ