

Пример разбора слитого диалога с клиентом от ИИ-продажника

Здравствуйте! Благодарю вас за проделанную работу — в переписке заметно ваше уважительное и доброжелательное отношение к клиенту. Это уже серьёзный плюс: вы мягко общаетесь, уточняете детали и стараетесь понять клиента. Отдельная похвала — за то, что не теряете инициативу и продолжаете диалог даже после неоднозначных ответов клиента. Вы хорошо чувствуете момент, когда можно предложить консультацию, не будучи навязчивой. Это действительно ценное качество в продажах.

Теперь перейдём к подробному разбору с рекомендациями и конкретными улучшениями.

ЧТО УЖЕ ПОЛУЧАЕТСЯ ХОРОШО:

1. Вежливость и доброжелательный тон

Вы на протяжении всей переписки сохраняете вежливость, задаёте вопросы мягко, благодарите за ответы — это важно для установления доверия. Например:

> «Скажите, пожалуйста, вы ранее занимались с логопедом?»

Такой подход создаёт ощущение заботы и внимания. Отлично, что вы не торопитесь «продавать в лоб», а ведёте клиента через диалог.

2. Вы используете элемент личного соприкосновения

Ваше сообщение о Баку:

> «Мы почти год жили в Баку...»

Очень удачный ход! Вы выстраиваете эмоциональный мост между собой и клиентом, вызывая расположение. Это создаёт эффект «своего человека» — и клиент начинает чувствовать больше доверия.

3. Упоминание ценности сопровождения и диагностики

Вы упомянули:

> «полное сопровождение и ведение клиента буквально за руку»

> «Консультация-диагностика – бесплатно»

Это усиливает восприятие ценности. Люди не покупают «занятие с логопедом», они покупают результат и заботу — и вы это подчёркиваете. Хороший ход!

КОНКРЕТНЫЕ МОМЕНТЫ, КОТОРЫЕ МОЖНО УЛУЧШИТЬ:

♦ Преждевременная презентация всех пакетов до уточнения потребности

Вы выдали сразу весь список:

> «У меня два пакета занятий. Базовый и Стандарт...»

Почему это неэффективно: клиент ещё не рассказал, в чём проблема с речью ребёнка, а вы уже даёте ему на выбор пакеты. Это сбивает ход логики: клиент ещё сам не понял, нужен ли ему вообще логопед, а вы уже просите выбирать между 160 и 200 долларами. Это может вызывать внутреннее напряжение и ощущение «продажи в лоб».

Как лучше:

Было:

> «У меня два пакета занятий...»

Стало:

> «Татьяна, благодарю, что поделились. Перед тем как расскажу о форматах занятий, уточню — правильно ли понимаю, что основная цель сейчас — поставить звук “Р” и доработать другие звуки, которые пока неустойчиво даются? Расскажите, пожалуйста, были ли у ребёнка трудности с речью в раннем возрасте — например, позднее начало речи или проблемы с восприятием инструкций?»

Такой подход показывает включённость, демонстрирует профессионализм, снимает напряжение и готовит к цене.

♦ Слишком «плотная» презентация — много информации в один блок

Вот пример:

> «Пакет Стандарт включает в себя 10 занятий, 3 раза в неделю по 40 мин. Стоимость – 200 \$. В оба пакета входит круглосуточная помощь...»

Почему так сложно: много цифр, форматов, преимуществ и цен в одном сообщении. Клиенту трудно «переварить» это — особенно, если он находится на стадии сомнений.

Как лучше: Разделите презентацию на части. Сначала — сам формат, потом — преимущества, потом — цена.

Пример:

«Форматы занятий бывают разные — кто-то выбирает меньшее количество, но дольше по времени, а кто-то — интенсивнее, чтобы быстрее получить результат. Я подберу под вас.

Расскажу два варианта, хорошо?»

«Вариант 1 — 2 занятия в неделю по 30 минут. Это 8 занятий на месяц.
Вариант 2 — 3 занятия по 40 минут. Здесь больше практики, результат быстрее.
Во втором варианте я веду вас плотнее, включая домашнюю практику, видеоразборы и круглосуточную поддержку.
Сейчас на него действует скидка 10 % до 25 декабря.»

Такой подход делает информацию доступной, поэтапной и логичной.

♦ Повторение одинаковых сообщений без смысловой добавки

> «На диагностике я проведу полное обследование и дам вам рекомендации, это бесплатно.»

> «Татьяна, скажите, пожалуйста, что именно вас смущает? Давайте, я расскажу подробнее 😊»

Почему это минус: Повтор одного и того же (диагностика и вопросы о смущении) создаёт ощущение «по кругу». Лучше один раз чётко раскрыть суть диагностики и дальше сосредоточиться на обратной связи от клиента.

Как лучше:

Пример:

> «На диагностике я посмотрю, какие именно звуки сейчас требуют коррекции, есть ли нарушения тонуса и моторики — и дам план. Обычно после неё родителям уже ясно, нужно ли начинать занятия и в каком объёме.

Это будет первая опора, чтобы вы могли принимать взвешенное решение без давления. Сделаем шаг за шагом.»

Это создаёт ощущение профессионального сопровождения и даёт клиенту свободу выбора, а не давление.

♦ Неудачная попытка отработки возражения по цене

> «Если вы переживаете за результат онлайн-занятий, хочу вас заверить, за 10 лет моей практики не было ни одного клиента без результата...»

Почему это не работает: звучит как оправдание. Упор на свой опыт и фразу «не было ни одного клиента без результата» может восприниматься как давление или даже попытка уйти от реальных опасений клиента.

Как лучше:

Используйте схему:

Присоединение → Аргумент → Подтверждение → Вывод/вопрос

Пример:

> «Татьяна, понимаю вас — онлайн-формат действительно может вызывать сомнения, особенно если раньше вы не сталкивались с этим.

Я как раз специализируюсь на онлайн-коррекции, потому что у детей — особенно в этом возрасте — отличная способность воспринимать занятия даже через экран.

У меня есть кейсы, где ребята буквально за 3–4 недели начинали чётко произносить “Р”, хотя до этого не получалось месяцами.

Могу рассказать подробнее, хотите?»

Здесь вы и присоединились, и дали пользу, и пригласили к диалогу — без давления.

♦ КАК МОЖНО ЗАВЕРШАТЬ ДИАЛОГИ БОЛЕЕ УВЕРЕННО

Ваш финал:

> «Татьяна, скажите, пожалуйста, что именно вас смущает? Давайте, я расскажу подробнее 😊»

Это кажется неуверенным завершением. Предлагаю варианты, которые усиливают:

1. Вариант с приглашением на шаг вперёд:

> «Предлагаю сделать первый шаг — пройти бесплатную диагностику. После неё вы точно будете понимать: начинать ли занятия, какой формат подойдёт и что именно нужно корректировать.

Удобно ли вам, например, в среду вечером или в субботу утром?»

2. Вариант с предложением выбора + выгодой:

> «Татьяна, могу предложить два варианта: вы приходите на бесплатную диагностику и принимаете решение после, или я могу сейчас записать для вас короткое видео с разбором по звуку “Р” и как обычно мы это корректируем. Что вам было бы удобнее?»

Такие завершения ведут клиента к действию, не давят, дают ощущение выбора и заботы.

ДОПОЛНИТЕЛЬНО:

- Можно усилить визуальную структуру: разбивать сообщения на абзацы, не писать сплошным текстом.

- Формулировать выгоды, а не просто функции: «занятие 30 мин» — это функция. А «занятие в комфортном темпе, чтобы ребёнок не уставал» — это уже выгода.

- Добавить доверительные элементы: «Если хотите, могу отправить пару видео, как проходят занятия, чтобы вы посмотрели атмосферу и стиль работы. Это помогает многим родителям почувствовать, подходит ли им формат.»

ИТОГОВЫЙ СЦЕНАРИЙ ПЕРЕПИСКИ ПО ВОРОНКЕ:

1. Приветствие и установление доверия

> «Татьяна, спасибо, что написали. Я как раз специализируюсь на детках вашего возраста — 5 лет самый подходящий период для коррекции звуков, и вы вовремя обратились!»

2. Выявление потребности

> «Расскажите, пожалуйста, какие именно звуки вызывают трудности? Например, “ш”, “ж”, “л”? И как давно вы это заметили?»

3. Презентация консультации и ценности

> «На бесплатной диагностике мы не просто беседуем — я провожу полноценное обследование, включая артикуляционный аппарат, моторные функции и постановку речевых задач.

После неё у вас будет чёткий план: что делать, как и в каком объёме. Это бесплатно и без обязательств.»

4. Представление форматов занятий

> «Дальше, если захотите продолжать, у нас есть два формата:

Базовый — 2 раза в неделю по 30 мин.

Стандарт — 3 раза в неделю по 40 мин + сопровождение, домашки, чат-поддержка.

Сейчас на Стандарт — скидка 10 % до 25 декабря.»

5. Работа с возражением

> «Я понимаю, что стоимость — важный момент. Особенно когда пробуешь что-то новое.

Поэтому мы всегда начинаем с бесплатной диагностики — вы сами посмотрите, как ребёнок реагирует, и поймёте, стоит ли инвестировать дальше.

Более того, сейчас для Баку действует льготная цена — 200 манат вместо доллара. Это существенно дешевле по сравнению с аналогами на рынке.»

6. Закрытие на действие

> «Запишу вас на бесплатную диагностику? Она займёт около 30 минут, и мы всё обсудим спокойно и по делу. Удобнее в будни вечером или в выходные?»

Если вы внедрите эти элементы в свои переписки, уровень доверия со стороны клиентов, вовлечённость и конверсия в оплату значительно возрастут. Вы уже на очень хорошем уровне общения — осталось лишь немного структурировать и усилить акценты.

Готова помочь вам разобрать и следующие переписки, если захотите прокачать стиль общения ещё глубже. Вы движетесь в правильном направлении!

