



КЛИЕНТЫ-ЭКСТРЕМИСТЫ

доклад о результатах исследования
типология проблемных клиентов
решение коммуникативных задач



Предупрежден - значит вооружен



Кто из них проблемные?

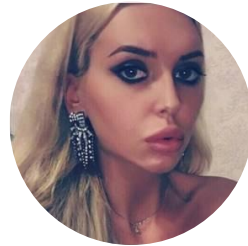
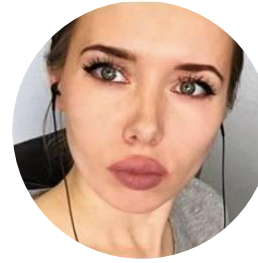
106 проблемных клиентов

- Требовали неосновательные компенсации
- Шантажировали обращением в СМИ
- Писали жалобы в надзорные органы
- Требовали вернуть деньги после предоставления услуги
- Обращались в Суд

15 критериев для анализа

① Эмоциональный или рациональный	→	Особенности восприятия ситуации
② Логик или интуит	→	Работа с разногласиями
③ Уровень коммуникативности	→	Приемы информирования
④ Сильный или слабый тип нервной системы	→	Реакция на ответные меры
⑤ Внутренняя или внешняя референция	→	Персоны влияния

2 устойчивых психотипа



- Намеренно ищут слабого менеджера или компанию
- Устраивают истерику по всем фронтам
- Требуют быструю, но реальную компенсацию
- Делают громкие публичные заявления
- Столкнувшись с системным противодействием, отступают

- Неверно восприняли условия, процесс, результат
- Сочли себя обманутыми и восстанавливают справедливость
- Жалуются долго и системно
- Завышают исковые требования
- Противодействие воспринимают как вызов

33 рекомендации по снижению расходов

14 визуальных дисплеев идентификации:

- Одежда
- Цвета
- Аксессуары
- Геометрия
- Поведение
- Физиогномика
- Кодовые слова

8 сценариев предотвращения проблемных ситуаций:

- Дополнительные процедуры
- Вежливый отказ
- Особый формат обслуживания
- Специальные разъяснения
- ...

10 приемов локализации конфликта:

- Встречный наезд
- Извинения и разъяснения
- Процедурный коридор
- Иллюзия наказания виновных
- ...

Правило 1

Экономия на безопасности – возможная, но очень дорогая стратегия 😊

Что можно узнать?



- **ЧТО ИХ УБЕДИТ**
ключевые элементы, побуждающие к действию
- **ЧТО ИМ ПОНРАВИТСЯ**
цвета, атрибуты, украшения, геометрические решения, автомобили, род занятий, бренды, хобби, формат отдыха
- **ОБРАЗЫ, ПОБУЖДАЮЩИЕ К ДЕЙСТВИЮ**
- **ЗНАЧИМЫЕ СЛОВА**
семантическое поле, согласующееся с системой ценностей
- **КОГО ОНИ ПОСЛУШАЮТ**
значимые персоны и социальные образы
- **КАК ПРИНИМАЮТ РЕШЕНИЕ**
алгоритм и особенности принятия решения
- **СТРАХИ И ДЕМОТИВАТОРЫ**
чего бояться, опасаются, что может остановить, оттолкнуть от покупки или сотрудничества
- **КАК УВЕЛИЧИТЬ ВЕРОЯТНОСТЬ СОГЛАСИЯ**
рекомендации по работе с разногласиями и побуждению к активным действиям

Для бизнеса

- ✓ Выявление целевых аудиторий
- ✓ Определение специфических идентификаторов ЦА
- ✓ Целевое позиционирование
- ✓ Нейромаркетинг
- ✓ Таргетинг и микротаргетинг



+ 33 % продаж за 1 месяц

+ 81 % обращений

Успехов вам и вашему бизнесу



Артем Павлов

- ✓ Изучайте клиентов
- ✓ Снижайте потери
- ✓ Увеличивайте прибыль

+7 (495) 998 26 88