

Produkty Firmy

Tu – podobnie jak w prezentacji Firmy – koncentrujemy się na mocnych stronach i prezentacji korzyści

Antoni ma zawsze problem z oddzieleniem usług swojej firmy od jej produktów. Dlatego zamiast opowiadać o szkoleniu, czy też korzyściach ze szkolenia – opowiada o uczestnikach szkolenia.

Pokazuje jakie problemy mogli mieć wcześniej (często jego wiedza na temat problemów wynika z informacji, jakie już wcześniej zebrał na temat Klienta) i pokazuje jak można poradzić sobie z tymi problemami.

Niedawno Antoni miał właśnie taką sytuację, kiedy Klient – który życzył sobie szkolenia dla nowopowstającego call center – miał wątpliwości jak teoria wykładana na szkoleniu ma się do praktyki życia codziennego (więcej o odpowiedziach na zastrzeżenia w rozdziale o zastrzeżeniach).

Antoni ucieszył się z wątpliwości (bo już wiedział – podobnie jak Ty wiesz, że zastrzeżenie to dowód zainteresowania Klienta). I mógł, w formie korzyści, odpowiedzieć Klientowi co następuje: *Rzeczywiście na szkoleniu mówimy nieco o teorii* (cecha szkolenia – mówienie o teoriach psychologicznych), *po to by poznać pewne mechanizmy* (korzyść – poznanie mechanizmów). *Ludzie często łatwiej radzą sobie z sytuacjami, gdy wiedzą dlaczego tak się dzieje* (korzyść – łatwiejsze radzenie sobie z sytuacją). *Zaraz potem przekładamy teorię na ćwiczenia* (cecha szkolenia – przełożenie teorii na ćwiczenia), *by móc je wykorzystać w naszej własnej pracy* (korzyść – wykorzystanie w pracy).

Teraz Antoni opisał Klientowi konkretną sytuację: *Na przykład, gdy Klient jest zdenerwowany i zaczyna krzyczeć do słuchawki, a jeszcze zdarzy mu się niewybredne słownictwo to zawsze możemy wybrać – albo się zdenerwujemy i pocujemy urażeni, albo pomyślimy, że Klient nie krzyczy na nas tylko do nas (a to zasadnicza różnica) i:*

- *że jest zły, ponieważ znajduje się w określonej sytuacji i musimy szybko zająć się zmianą sytuacji, a emocje Klienta za chwilę się wyciszą*
- *a w najgorszej sytuacji- przy wyjątkowo niesympatycznym Kliencie – zawsze*

można pomyśleć, że my z Klientem rozmawiamy 10 minut, a on jest ze sobą przez całe życie

- *do tego uczestnicy ćwiczą techniki wizualizacyjne i oddechowe, które pomogą im panować nad emocjami*

Zauważ, że Antoni nie użył tu ani razu sformułowań „nasza firma, „nasza propozycja”, „nasze szkolenie”, ale cały czas mówi – „my, uczestniczący w szkoleniu”.

Antoni stara się zawsze by **prezentacja usługi wynikała z zapotrzebowań Klienta (na przykład wynikała z pytania) i kładzie nacisk na mówienie o uczestnikach szkolenia i rozwoju ich umiejętności.**

Żona Antoniego - Kasia musi szczególnie pamiętać o mówieniu językiem korzyści do Klienta. Po pierwsze, dlatego że język bankowy dla wielu osób może być trudny i niezrozumiały. Po drugie, dlatego że produkty bankowe są niematerialne, nie można ich zobaczyć, dotknąć, powąchać.

Ostatnio przygotowywała ofertę dla firm z rynku wydawniczego. Szef Firmy jest bardzo wymagającym Klientem. Kasia postanowiła przygotować więc ofertę produktową, która miała obejmować obsługę Firmy, obsługę Bardzo Ważnego Szefa i Żony Bardzo Ważnego Szefa, oraz pracowników Firmy (którzy też dla Kasi są bardzo ważni). I w ten sposób powstała lista korzyści:

Cecha	Korzyść
Kompleksowa obsługa	Wszystkie Państwa wymagania – operacje finansowe, lokowanie nadwyżek pieniężnych, lub wręcz przeciwnie – udostępnianie dodatkowych pieniędzy np. na inwestycje – załatwianie Państwo w jednym miejscu.
Opiekun Klienta	Wszystko czego Państwo potrzebujecie wystarczy powiedzieć jednej osobie – waszemu Opiekunowi Klienta. I to on będzie o Was dbał – dostarczając wszystkich niezbędnych informacji, opracowując dokumenty, ułatwiając współpracę z bankiem.

<p>Home banking</p> <p>Elektroniczne przekazy</p> <p>Zabezpieczenia</p>	<p>Większość rzeczy możecie Państwo realizować ze swojego biura, własnego komputera – mieć stały wgląd w stan konta, wysyłać przelewy, zakładać lokaty. System zapewnia Państwu i wygodę, szybkość działania i – co szalenie ważne- bezpieczeństwo transakcji.</p>
<p>Rachunek VIP</p> <p>Karty płatnicze</p>	<p>To specjalny rachunek dla najważniejszych Klientów banku. Otrzymuje Pan lepsze oprocentowanie – co od razu przynosi zysk. Może Pan dysponować prestiżową Złotą Kartą, która umożliwia dostęp o pieniądze 24 godziny na dobę, w Polsce i za granicą. Jest Pan objęty ubezpieczeniem. Także zakupy, które Pan robi są ubezpieczone. Tak jak rachunek firmowy może Pan i swój rachunek obsługiwać z biura.</p>
<p>Rachunki dla pracowników</p>	<p>Wszystkim pracownikom może Pan przelewać pensje z rachunku firmowego na ich osobiste rachunki. Oszczędza Pan – nie płacąc prowizji (ponieważ i Pana rachunek i rachunki pracowników są w naszym banku), zwiększa Pan bezpieczeństwo i swoje – dosyć wożenia pieniędzy na wypłaty, i swoich pracowników- nie muszą nosić przy sobie całej pensji.</p>
<p>Kredyty</p>	<p>Są takie momenty, że potrzebna jest dodatkowa gotówka – na większe inwestycje, bieżącą działalność firmy, lub na jakiegokolwiek inne wydatki.</p> <p>Możecie Państwo wtedy skorzystać z pomocy banku – albo długoterminowego kredytu, albo odnawialnego kredytu w rachunku.</p>

Oczywiście zauważyliście, że po stronie korzyści każde zdanie zaczyna się „będziecie mogli”, „pozwoli to Panu”, „pracownicy mogą”. Mamy przecież

mówić o Kliencie i jego możliwościach, tak by mógł sobie wyobrazić, poczuć, jak to jest, gdy posiada się taki produkt.

Ważne:

Wszystko jest opowiadane w czasie teraźniejszym, tak jakby Klient już posiadał ten produkt czy usługę.

Jak wygląda twoja lista korzyści?

Cecha	Korzyść