**Как начать использовать открытые вопросы в своих продажах - примеры**

В статье вы узнаете, что такое открытые вопросы в продажах и примеры использования для постройки правильного диалога со своими клиентами.

Какие есть преимущества и недостатки у прямых вопросов, а также как с этими недостатками бороться.

Начнете использовать открытые вопросы в своих продажах

### Содержание: vopros06

1. Что такое открытые вопросы в продажах #vopros01
2. Преимущества и недостатки #vopros02
3. Открытые вопросы в продажах – примеры #vopros03
4. Как начать использовать открытые вопросы в своих продажах #vopros04
5. Вывод #vopros05

## Что такое открытые вопросы в продажах vopros01

Открытый вопрос, простыми словами - это такой вопрос, на который ваш собеседник не сможет ответить однозначно – да или нет и ему нужно дать вам полный и развернутый ответ.

Открытые вопросы могут начинаться со следующих вопросов:

* что?
* кто?
* как?
* где?
* сколько?
* почему?
* какой?
* в связи с чем?
* и тд, главное, чтобы дать возможность высказаться человеку, которому вы задали вопрос.

### Открытые вопросы в продажах

В продажах открытые вопросы используют для:

* начала разговора – таким образом вы можете познакомиться и узнать собеседника, его желания и тд;
* направления разговора по заранее намеченному плану – когда вы и ваш продавец работают по определенному скрипту. И когда вы видите, что диалог заворачивается в другом направлении - с помощью открытого вопроса вы можете повернуть мысли собеседника в нужном направлении;
* перехода с одной темы на другую;
* использования «техники активного слушания» в продажах;
* получения информации по выявлению потребностей клиента;
* создания комфортных условий диалога;
* уточнения запросов клиента;
* выигрыша времени на обдумывание – если ситуация зашла в тупик или вам нужно время обдумать свое решение или ответ – дайте своему собеседнику высказаться, задав открытый вопрос;
* определения причин отказа или сомнения клиента по тому или иному поводу;
* закрепления отношений с клиентами и партнерами;
* и самое основное, когда вы правильно настроите систему открытых вопросов – ваш клиент своими ответами продает сам себе. И в таком случае вам не нужно будет закрывать возражения и бороться со страхами и сомнениями в покупке.

Все это вы можете сделать по одной простой причине, задавая своему собеседнику, открытый вопрос – вы предоставляете ему право высказать свое мнение и не ограничиваете его не по времени ни по объему. И, поверьте, ваш собеседник будет благодарен вам за такую возможность. А уж если вы проявите искренний интерес к его словам, то он расскажет даже то, о чем предпочитал бы молчать при других обстоятельствах.

Сейчас люди испытывают дефицит общения, посмотрите – везде ограничения: смс-ки, чаты, месссенджеры – сильно не разгуляешься. Да и люди привыкли, что очень часто никто их не слушает. Когда вы или ваш продавец задаете потенциальному клиенту вопросы и выслушиваете их мнение искренне и не перебивая, они проникаются доверием, что особенно важно в продажах.

Таким образом цель открытых вопросов в продажах – разговорить собеседника, помочь ему выговориться и дать возможность стать главным в процессе продаж и тогда он сам себе все продаст, как это воплотить читайте ниже.

вернуться к содержанию #vopros06

## Преимущества и недостатки vopros02

Я выделил 4 преимущества открытых вопросов в продажах, итак, открытым вопросом вы:

**Во-первых**, мотивируете своего оппонента дать полный и подробный ответ не ограничивая себя.

**Во-вторых**, стимулируете человека на размышления, анализ своих действий и поступков.

**В-третьих**, даете право распорядиться объемом информации, который он хочет донести до вас, своими чувствами и эмоциями при комментировании событий.

**В-четвертых**, вы заставляете себя или своего продавца внимательно слушать потенциального клиента, в противном случае можно упустить важную информацию. И это само собой отлично влияет на продажи.

Однако у открытых вопросов есть и недостатки, которые нужно учитывать при продажах:

### Недостатки открытых вопросов:

* вам может попасться разговорчивый покупатель, а время ограничено
	+ **таблетка** - мягко уводите диалог в нужную вам сторону дополнительными вопросами;
* вы можете узнать подробности из жизни клиента, которые не относятся к делу
	+ **таблетка** – не перебивайте, когда собеседник сделает паузу, задайте наводящие вопросы и верните его в русло диалога;
* потенциальный клиент, если он не привык к обстоятельным ответам, может смутится
	+ **таблетка** – наводящими вопросами разговорите его и только после задавайте открытый вопрос;
* если ваш собеседник не умеет формулировать свои мысли, можно получить непонятный ответ – много слов, а толку ноль
	+ **таблетка** – наводящие вопросы

Чтобы не обидеть оппонента и вытянуть из него нужную вам информацию, научитесь чувствовать нить беседы и вовремя задавать как открытые, так и уточняющие вопросы.

вернуться к содержанию #vopros06

## Открытые вопросы в продажах – примеры vopros03

Перед встречей с потенциальным клиентом или постоянным клиентом, вам нужно сесть и составить список вопросов, которые вы будете задавать. И одно из основных свойств – порядок задавания.

Кстати список и порядок вопросов для потенциальных и постоянных клиентов будет существенно отличаться, надеюсь вы это понимаете.

Вы можете воспользоваться ниже перечисленными примерами открытых вопросов для составления своего списка. Для удобства я распределил примеры по категориям.

Итак, что нужно выяснять и с помощью каких вопросов:

### Выявление проблемы, боли или другую потребность клиента

Как правило это начало разговора и это может быть первым вопросом, но … если клиент еще не готов, то следует немного подождать и разговорить его наводящими вопросами.

* Что Вас интересует?
* Что подыскиваете?
* Что для вас важно при покупке …?
* Подскажите, какие требования вы предъявляете к этому …?
* В чем актуальность обучения персонала для …?
* Что для Вас важно при выборе …?
* Из каких вариантов выбираете?
* Что для вас важно при покупке …?
* Как бы Вам хотелось…?
* Как бы Вы подбирали себе такой …?
* Какие проблемы вы сможете решить, купив этот продукт?
* Когда вы впервые услышали об этой возможности?

### Определение качеств, характеристик и требований к продукту

Для грамотного предоставления продукта вам нужно учесть все характеристики, которые нужны клиенту для удовлетворения своих запросов.

* Какой именно … подыскиваете?
* По каким критериям подбираете?
* Как вы думаете, какими характеристиками должен обладать …?
* Что для Вас важно при выборе данного …?
* Какие пожелания?
* Есть у Вас какие-то особые предпочтения?
* Есть какие-то отдельные пожелания?
* А до этого чем пользовались?
* Что нравилось, что не нравилось?
* Почему решили поменять?
* Чем вы руководствуетесь во время выбора …?
* Что имеет для вас первостепенное значение при выборе …?
* На какие преимущества вы обратили внимание?

### Результат, который нужен клиенту

Чтобы определить, какой товар или услуга нужны клиенту, вам важно узнеать результат который желает получить клиент.

* Как собираетесь этим пользоваться?
* Какие результатов от использования ожидаете?
* Что хотите получить в итоге?
* Для чего это приобретаете?
* Чем я могу помочь тебе лучше выполнить твою работу?
* Что поднимает вам настроение?
* Как вы считаете, это приобретение принесло вам максимальную пользу?

### Выяснение бюджета на покупку

Чтобы не тратить время впустую, желательно понять рамки бюджета, которые покупатель сможет потратить на ваш продукт

* В каком бюджете рассматриваете варианты?
* В каком ценовом диапазоне ищете товар?

### Выявление степени «теплоты» клиента

Когда нужен продукт вчера или послезавтра вашему клиенту.

* Вы только присматриваетесь или готовы к принятию решения, если условия подойдут?
* Когда Вы сможете ознакомиться с нашим предложением?

### Работа с возражениями, страхами и опасениями

Что мешает покупке.

* Есть что-то, что хотели бы избежать при покупке или пользовании …?
* Какие есть опасения или сомнения в плане использования?
* Что вас настораживает при покупке этой модели …?
* Если бы мы с вами встретились через 5 (10, 20) лет, чем бы вы с гордостью похвастались относительно …?
* Какие возможности вы перед собой видите?
* С какими проблемами вы ожидаете столкнуться?
* Если бы мы начали вместе над этим работать, какие основные результаты (два-три) вы бы хотели увидеть?
* Как вы будете оценивать успешность нашего сотрудничества?
* Чем вы рискуете, если ситуация не обернется в вашу пользу?
* Почему вы считаете свой выбор правильным?

### Без категории

Для продолжения диалога.

* Расскажите, пожалуйста, поподробнее …
* Уточните, пожалуйста …
* Опишите дополнительные варианты …
* Как вы относитесь к следующему…?

Воспользуйтесь этими примерами и составьте свои открытые вопросы для диалога со своими клиентами.

вернуться к содержанию #vopros06

## Как начать использовать открытые вопросы в своих продажах vopros04

Когда в конце встречи вы спросите своего покупателя: *«Вы находите наши переговоры полезными?»*

Вы уже поняли, что это закрытый вопрос и клиент может ответить - да или нет. В принципе тоже неплохой ответ, но как вы узнаете, что именно оказалось полезным для клиента?

Да никак, тем более что многие люди стесняться прямо в глаза сказать, что они не довольны чем-то.

Покупатель уйдет и … может больше и не вернуться, а вы будете сидеть и гадать, что же с ним произошло.

Поэтому более правильно будет спросить: *«Уважаемый …, мы уже довольно времени провели в переговорах, можете ли вы поделится, что полезного вы нашли для себя из нашего общения?»*

В таком случае клиент, задумается и … отвечая на ваш вопрос начнет у себя в голове, и продолжит сам себя убеждать в полезности и ценности как переговоров, так и предмета переговоров.

А вы, слушая ответ поймете, как переговоры влияют на восприятие клиента и это поможет вам продолжить переговоры в нужном направлении.

Таким образом доверие со стороны покупателя к вам растет и … помимо продажи вы можете предложить им дать рекомендации своим друзьям и знакомы касаемо вас и ваших продуктов.

Но это уже высшая каста переговорщиков. Хорошая новость в том, что этому можно научится. Для начала вам нужно научится превращать любой вопрос в открытый.

### Пошаговая инструкция - как начать использовать открытые вопросы в своих продажах

Для начала банальные вещи, но без них вы не продвинетесь дальше.

Для того чтобы задать открытый вопрос вам нужно поставить вопросительное слово в начале предложения.

1. Проведите анализ какие вопросы вы или ваши продавцы задаете своим потенциальным и постоянным клиентам, партнерам, поставщикам, сотрудникам, в общем всем, с кем общаетесь;
2. Посчитайте сколько из них закрытых и сколько открытых;
3. Отметьте закрытые вопросы, меняя которые на открытые, вы получите более качественную и ценную информацию от клиента. Которая в свою очередь позволит вам легче и больше продать.
4. Замените эти закрытые вопросы на открытые.
5. Снимите статистику, улучшились продажи, нет, на сколько.
6. Продолжайте.

**Лайфхак**, как превратить закрытый вопрос на открытый.

Когда вы уже задали закрытый вопрос по привычке, забывчивости или не знанию, вы всегда можете его открыть в конце, спросив или мнение собеседника и попросив уточнить.

**Пример:**

Закрытый вопрос – *кажется ли вам процесс полезным?* и все, конец фразы

Открытый вопрос – *кажется ли вам процесс полезным*? плюс продолжение

- собеседник ответил – да, то *расскажите, в чем именно полезным*?

- собеседник ответил - нет, то *расскажите, в чем именно не полезным*?

Все просто.

вернуться к содержанию #vopros06

## Вывод vopros05

Вы узнали, что такое открытые вопросы в продажах и примеры использования для постройки правильного диалога со своими клиентами.

Какие есть преимущества и недостатки у прямых вопросов, а также как с этими недостатками бороться.

И получили пошаговую инструкцию как начать использовать открытые вопросы в своих продажах.

Внедряйте, успехов!