**ЛЕКЦИЯ 38**

**Тема:** Понятия клиента и исполнителя.Общие принципы общения с заказчиком. Стандарты ведения деловой переписки, диалогов с заказчиком.

**Цель:**  научиться вести деловую переписку. Научиться применять принципы общения с клиентом.

На сегодняшний день деловые взаимоотношения между людьми построены в основном на торговле. Это может быть не только продажа товаров, но и услуг, авторских прав и т. д.

Таким образом, наше общество делится на клиентов(заказчиков) и на исполнителей(продовцов), которые находятся в постоянном взаимодействии друг с другом.

Успех всех торговых сделок зависит от того, насколько качественным будет это сотрудничество, насколько грамотным будет общение с клиентами. *Безусловно, в первую очередь важно качество самого товара или услуги, но средствами коммуникации можно сгладить свои недостатки.*

**КЛИЕНТ** – это покупатель/посетитель/заказчик, постоянный пользователь той или иной услугой.

**ИСПОЛНИТЕЛЬ**. любое лицо (предприятие, организация, фирма, человек), выполняющее работу или оказывающее услуги по заказу, заданию от клиента.

*Недостатки товара или услуги можно компенсировать с помощью правильной коммуникации*.

 Клиент, который доволен обслуживанием, обязательно вернется к вам вновь, а не уйдет к конкурентам. И, наоборот, если ваш персонал не будет достаточно внимателен к посетителям или нагрубит, клиент не перешагнет больше порог вашей фирмы, каким бы высоким ни было качество товара.

**ОБЩИЕ ПРИНЦИПЫ ОБЩЕНИЯ С КЛИЕНТАМИ,ЗАКАЗЧИКАМИ.**

1. **Приветствие**.

В начале любого разговора, всегда желайте доброго дня, вечера, утра.

Отсутствие приветствие может оскорбить клиента.

1. **Быстрый ответ**

1.1 На письма клиентов отвечай быстро, в идеале — в течение одного-двух часов.

1.2 Если ответ на письмо требует времени, стоит сразу ответить клиенту, подтвердить получение письма и сообщить ожидаемое время, когда мы пришлем ответ

(например, как будет выглядеть дизайн сайта, для ответа вам сначала нужно пообщаться с дизайнером, а потом дать ответ)“*Добрый день*. *Спасибо, вопрос на рассмотрении. Подробный отчет сможем дать в течение дня*”

1. **Клиент-пятиклассник**

Подробно описывай каждую деталь, объясняй каждое свое действие, старайся не использовать узкоспециализированные термины

Относись к клиенту, как к ребенку, мало чего понимающему в нашей работе. Помни: что очевидно нам, может быть совсем не очевидно клиенту.

1. **Общайся с клиентом, как с другом**

Общайся с клиентами, как с друзьями за ужином. Простые фразы, короткие предложения. Информация по делу плюс немного юмора. Без необоснованной фамильярности и с уважением.

Пафосный официальный слог с длинными сложными предложениями — плохо. Такой стиль общения отдаляет нас от клиентов. А еще он сложен для восприятия.

1. **Сколько вопросов, столько ответов**

Тщательно “сканируй” письмо, диалог клиента, вычленяй все вопросы и отвечай на них именно в том порядке, в каком они были заданы. Забыть ответить на какой-либо вопрос — минус нам к репутации.

Часто клиенты в одном письме задают сразу несколько вопросов. Но, к сожалению, мало кто из них оформляет вопросы в виде нумерованного списка. Нам нужно сделать эту работу за них.

1. **Вопросы списком**

Если нам надо задать несколько вопросов клиенту, лучше оформить их нумерованным списком,

Нумерованный список в ответе или вопросе ,чтобы клиенту было легче вычленить все вопросы и дать ответ на каждый из них.

1. **Что включено**

Описывая стоимость услуги, бери за правило расписывать все-все, что в нее входит, даже совсем очевидные вещи.

*Например*, в стоимость производства ролика включена разработка сценария, озвучка, музыкальное сопровождение.

1. **Постоянный контакт**

напоминать о себе клиенту каждые 3 дня. Лучше всего, если это будут промежуточные результаты, которые мы подтверждаем у клиента.

Если проект длится долго и клиент в нем уже не участвует (например, мы на полторы недели засели за рисование графики), нам важно не пропадать, постоянно отчитываться перед клиента, даже если он это и не будет смотреть, мало вероятно. “*Хочу напомнить, мы активно работаем над графикой ролика, результат покажем через Х дней*”. Или «выполнили: от рисовку и озвучку.»

1. **Отчет о проделанной работе**

Предоставляйте клиенту отчеты по выполненной работе, с указанием затраченного времени на каждый элемент разработки.( *метод контроля клиент выбирает сам*).

***Виды отчетности****:*

1. *Устная форма (в конце дня, в конце недели, по завершению срока на выполнение задачи)*
2. *Письменная*
3. *С помощью Redmine* (когда установлены определенные сроки и в конце срока отчет на сколько % выполнено)
4. *Онлайн подключение и наблюдение за разработчиками*
5. *Хаотичные скрыни экрана и отправка их клиенту.*
6. **Контроль эмоций**

В общении с клиентами эмоции не должны брать верх над разумом, если есть агрессия со стороны клиента, мы должны обдумать, чем она и кем вызвана и устранить проблему.

Даже если клиент позволяет себе неадекватные высказывания, мы никогда не отвечаем грубо. Вместо этого стоит подумать о причине такого поведения клиента и принять меры по ее устранению.

1. **Процесс работы 24/7**

у всей компании выходных нет, сервисы работают 24/7, мы подстраиваемся под клиента, а не подстраиваем клиента под себя

*к примеру*: клиенту срочно хочет, чтобы запустили одну из акций на его сайте. Разработчики дома, но всегда есть руководитель проекта(Tim-lid) он дает распоряжения кому, что выполнить за дополнительные премиальные или внеурочные часы или за выходной, учитывается желание разработчиков.

Если все отказались, что редко должен выполнить сам, но задача должна быть закрыта, естественно с клиента берут оплату по 2 или 3 тарифу за срочность.

Так же у разработчиков есть перерывы, на клиенте это не должно отображаться, в сфере разработки плавающие перерывы в течении от 1 до 3, ушли некоторые на поддержке и разработке все равно кто-то остается.

1. **Запах из кухни**

клиента не стоит посвящать в *детали нашей работы, кто заболел, у кого ДР, выключили свет в отделе*. Клиенту нужно знать только результат: как и когда будет решена его проблема.

Разумеется, в отдельных случаях без объяснений не обойтись, принимай решение индивидуально на основании своего опыта и чувства клиента.

1. **Думай за клиента**

Всегда старайся ставить себя на место клиента. Предугадывай потребности и проблемы клиента и предлагай их решение.

*Клиент всегда прав, к нашей сфере не относится*, за частую, заказчики не специалисты в данных областях, они обращаются к нам за решением проблемы, а мы в свою очередь должны им правильно подсказать и рекомендовать, как что и какими средствами лучше реализовать и решить эту проблему.

“*Мне кажется, вашему продукту больше подойдет минималистичный стиль*” или

или “*Мне кажется, вам нужно хранить историю работы сотрудников*”.

1. **На шаг впереди**

Анализируя письмо клиента, всегда старайся предугадать следующий его вопрос и сразу отвечай на него.

Профит от такого подхода двойной: сокращается количество писем, а клиент думает ”Вау, эти парни заглянули ко мне в душу!”.

*Например*: *клиент спросил про стоимость одностраничника*, а ты ответил ему сразу и о ценах, и о способах оплаты, и об этапах оплаты.

Поступай с клиентом так, как хочешь, чтобы другие сервисы поступали с тобой.

**ПРАВИЛА ОБЩЕНИЕ ПО email, Skype, Slack**

1. **Бесшовный подхват**

Если коллеги переслали письмо с просьбой «подхвати клиента» — подробно изучи всю историю переписки и подхвати клиента так, чтобы он не заметил, что его проект начал вести кто-то другой, не задавайте вопросы которые есть в переписке.

Это когда коллеги передали по какой либо причине свою задачу или работу на их клиентом.

Старайся не задавать лишние вопросы, ответы на которые есть в переписке. Если ты пересылаешь письмо коллеге -убедись, что *вместе с письмом уходит полная исчерпывающая история, которая поможет коллеге бесшовно подхватить клиента*.

1. **Тему письма не менять**

2.1 В процессе переписки тему письма менять нельзя.

Фильтруя в письма по теме, люди читают всю историю переписки. Если изменить даже один символ в теме письма — письмо не попадет в этот фильтр

2.2если в процессе переписки с клиентом тема разговора кардинально поменялась — начинай новую ветку переписки со своей темой.

Например*, нельзя обсуждать вопросы по поддержке старого проекта в ветке с темой “разработка нового проекта”*

*в ветке «ценовая политика» обсуждать разработку и тестирование.*

1. **Говорящая** **тема**

Тема должна быть: Краткой, со смысловой нагрузкой, понятными словами, как для клиента так и для разработчиков

Тема должна быть такой, чтобы через пять лет ты легко смог по ней найти ветку переписки.

1. **Резюме и вызов событий**

4.1 В конце любого письма подводи резюме и напоминай, какой шаг ты ждешь от клиента.

Диалог закончился, отправляй краткую план действий, которые должен сделать клиент.

4.1 Резюме после общения в скайпе или слаке

После разговора в скайпе,слаке, отправь письмо клиенту с резюме разговора и итогам, к которым вы пришли.

В этом случае информация останется в истории переписки и не пропадет.

1. **Последнее слово**

Старайся, чтобы твое письмо всегда было последним. Благодари за плодотворное сотрудничество, желай успехов с проектом или хороших выходных.

**4 правила психологии общения с клиентом:**

1. **Будь внимательным слушателем**

1*. Выслушивайте клиентела любые темы*, даже если он говорит не по теме, о еде, семье…он таким образом выпустит агрессию если она была и клиент к тебе расположится как соратнику другу.

2. *слушай активно*, значит, вовремя монолога кивай, вставляй уместные реплики, меняй выражения лица, задавай вопросы, если что-то не понятно

1. **Не спорь**

Спор –это конфликт, а конфликтующие стороны не сотрудничают а воюют.

соглашайся с ним вместо того, чтобы спорить, предложив при этом другой вариант

зачастую спор – не научная дискуссия, а грубая полемика(ругань), в которой каждая из сторон, прежде всего, хочет одолеть другую сторону, а уж никак не отрыть истину.

1. **Не начинай свою фразу в ответ на предыдущие слова собеседника со слова НЕТ**

*Нет, вы не правы,* такая конструкция и обидит клиента*, скажите : «не совсем с вами согласен» или «может сделаем по-другому?»*

1. **Не употребляй конструкции ТЫ и ВЫ негативно**

Такие высказывания, как: «*ты меня плохо слушал» или «вы не разбираетесь в теме*» – тут же заводят собеседника, вызывая у него желание обороняться или броситься в ответную атаку, т.к. задевают за живое.

А стоит собеседника задеть, и он тебя не слышит. Поэтому,«никогда не следует говорить: "вы меня не поняли". Лучше сказать: "я плохо выразил свою мысль"»

**Контрольные вопросы**:

1. 4 правила психологического общения с клиентами
2. Назовите и опишите общие принципы общения с клиентом
3. Правила общения через интернет ресурс
4. Какие виды отчетности перед клиентом по проделанной работе вы знаете?

**Список использованных источников:**

1. Государственный стандарт Российской Федерации. Информационная технология. Сопровождение программных средств
2. Основы маркетинга учебное пособие Суркова Е.В.
3. https://habr.com/company/alconost/blog/229005/