

WE WILL BUY IT!

NO WE WON`T!



О СЕБЕ. ТАТЬЯНА ШЕРМАН



Магистр Рекламы и PR,
Специалист ВЭД,
МВА в Киеве, Бельгии, Китае, Коуч,
бизнес-тренер

Руководитель департамента по
работе с внешним рынком
Академии ДТЭК

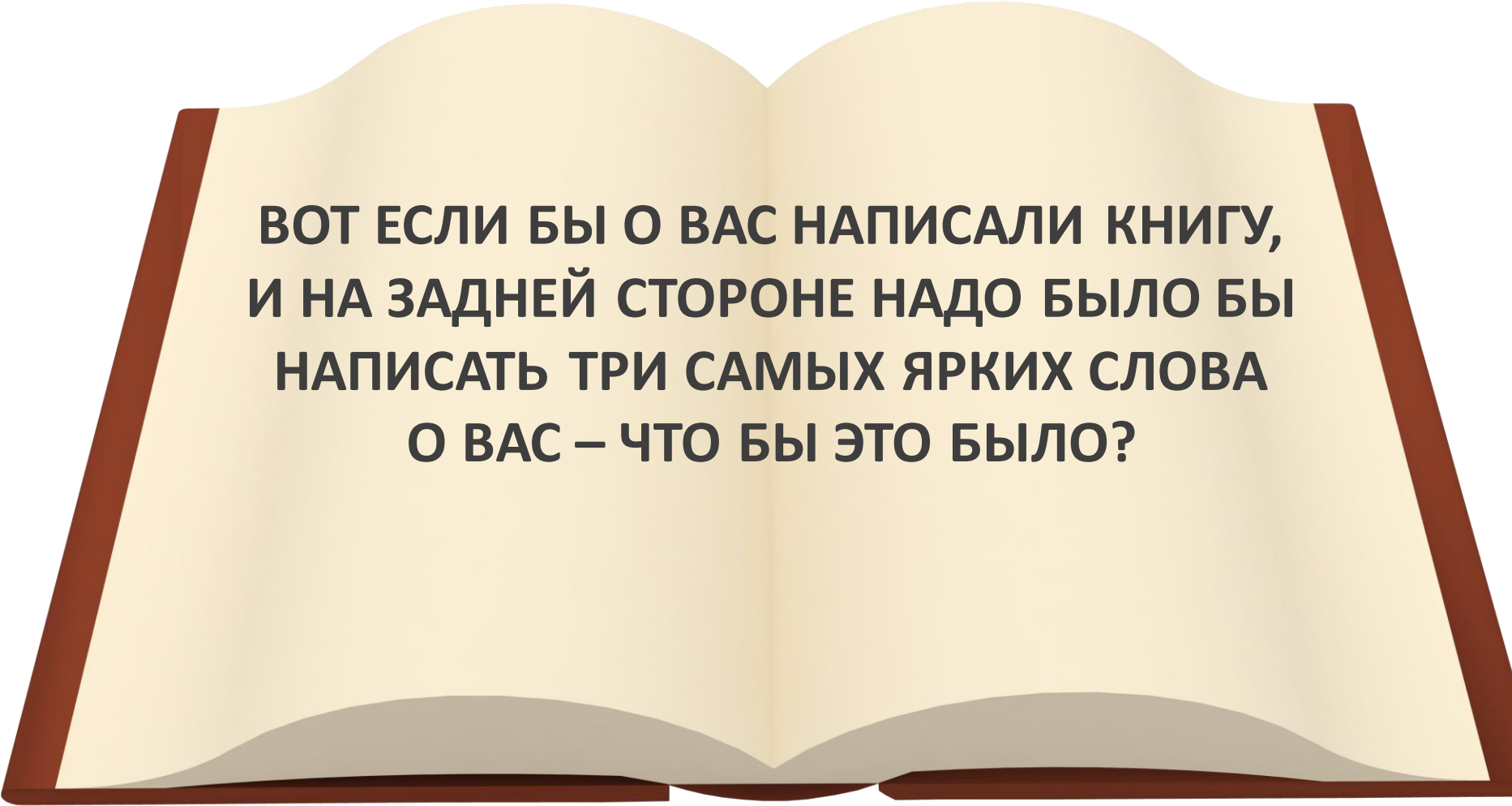
Опыт управленческой д-ти – 12
лет, Реализовано 33
консалтинговых проекта

Разработано 5 Авторских
программ. Публикации в СМИ
(Форбс, Компаньон, Управление
персоналом)

Посетила 33 страны

Могу прочесть и пересказать
книгу в 300 стр за 30 мин

Мое призвание – работать с
людьми и для людей!



**ВОТ ЕСЛИ БЫ О ВАС НАПИСАЛИ КНИГУ,
И НА ЗАДНЕЙ СТОРОНЕ НАДО БЫЛО БЫ
НАПИСАТЬ ТРИ САМЫХ ЯРКИХ СЛОВА
О ВАС – ЧТО БЫ ЭТО БЫЛО?**

УЗНАЙТЕ У СОСЕДА – КУПИЛ БЫ ОН ЭТУ КНИГУ 😊?

ЭМОЦИИ

Для эмоций граница между работой и жизнью, магазином, встречами...
не только условна – она вообще стирается.

РАБОТА



ЖИЗНЬ



Эмоциональные переживания человека в его личной жизни накладывают отпечаток на то,
как он реализует себя в работе и наоборот

ДИАГНОСТИКА ЭМОЦИЙ

Ваши положительные эмоции:

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____
6. _____
7. _____
8. _____
9. _____
10. _____

Ваши отрицательные эмоции:

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____
6. _____
7. _____
8. _____
9. _____
10. _____



70%

покупок
эмоциональные,
только 30%
рациональные



2

фокуса

**КОТОРЫЕ ВАЖНЫ
СЕГОДНЯ
В ПРОДАЖАХ**



Attraction

Retention



Люди тяжело
расстаются с
Деньгами!

?

Неуверенность в
завтрашнем
дне...



И при этом
люди тратят ...
деньги
ежедневно!

Покупая товары и пользуясь услугами



Attraction

Retention

Attraction

Retention

Money,
time, energy

83%
46%

17%
54%

Благодаря чему происходит удержание клиента?



ПРИВЕРЖЕННОСТЬ – О ЧЕМ ЭТО?

Удовлетворенные клиенты / Приверженные клиенты?

Удовлетворенность – всего лишь Оценка,
а Приверженность – Эмоциональное Состояние,
связывающие вас с клиентом!

**Приверженность рождается ТОЛЬКО
при возникновении ПРИЯТНЫХ ЭМОЦИЙ!**

Которые мозг закрепляет положительной Установкой:

«Я обязательно приду сюда, если мне нужно будет снова купить этот товар/услугу
и расскажу об этом друзьям!»

CLIENT

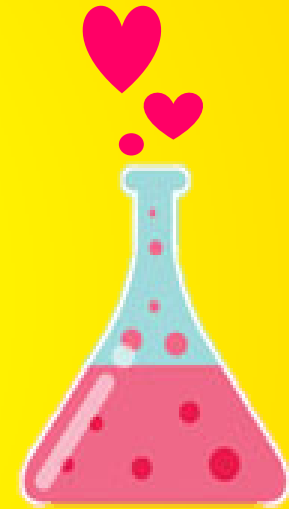


+

SELLER



=



SOMETIMES IT'S *CHEMISTRY OF EMOTION*

НА КАКОМ УРОВНЕ СОЗДАЕТСЯ ЭТА ХИМИЯ?

Логика заставляет людей думать!

Сознание – 20 %



Логика

Сознание – 20 %



Подсознание – 80 %



Эмоции

Подсознание – 80 %

Эмоции заставляют людей действовать!

ЭМОЦИОНАЛЬНЫЕ ПРОДАЖИ



На решение и мнение клиента можно повлиять и даже изменить его. Власть в руках Продавца!

Чувства человека с сильным эмоциональным полем распространяются на людей, которые находятся рядом.

Продавец счастлив и мыслит позитивно – покупатель настроится на эту волну!

Покупатель, совершая покупку, ориентируется на свои ощущения. Рациональные доводы отходят для него на второй план! Чтобы привлечь потребителя нужно отойти от устарелой системы описывания товара.

Необходимо найти подход с эмоциональной стороны. Приводить такие доводы, чтобы они действительно ЗАЦЕПИЛИ клиента!

СВЯЗЬ МОЗГА И ЭМОЦИЙ

Внутри мозга, находится ТРИ мозга:

Human или человеческий мозг (неокортекс).

Змеи не думают, они только реагируют, действуют, репродуцируются, почти не чувствуют боли.

Mammal или эмоциональный/лимбический

мозг. Собаки чувствуют желание, умеют хотеть, чувствуют статус, чувствуют объединение, они компаньоны, ощущают боль, разочарование.

Reptile или рептильный, самый древний мозг

(инстинкты выживания). Обезьяны или люди должны иметь логику, умеют считать и читать, говорить, держать равновесие, слушают и делают музыку.

Первые химические неприятности

95% всех решений происходит в рептильном и лимбическом мозгу!

А мы адресуемся в своих речах, письмах и презентациях к мозгу, который очень хорошо научен и умеет говорить НЕТ. Он просто сохраняет нас от изменений, боится негативных эмоций и хочет стабильности!

Мышление 1,5-2,5 млн. лет.



50 млн. лет.

Эмоции

Инстинкты

100 млн. лет.

НАШ МОЗГ УПРАВЛЯЕТСЯ ГОРМОНАМИ. ОН ПРИНИМАЕТ/НЕ ПРИНИМАЕТ РЕШЕНИЯ ПОД ИХ ВЛИЯНИЕМ!

Допамин (дофамин)

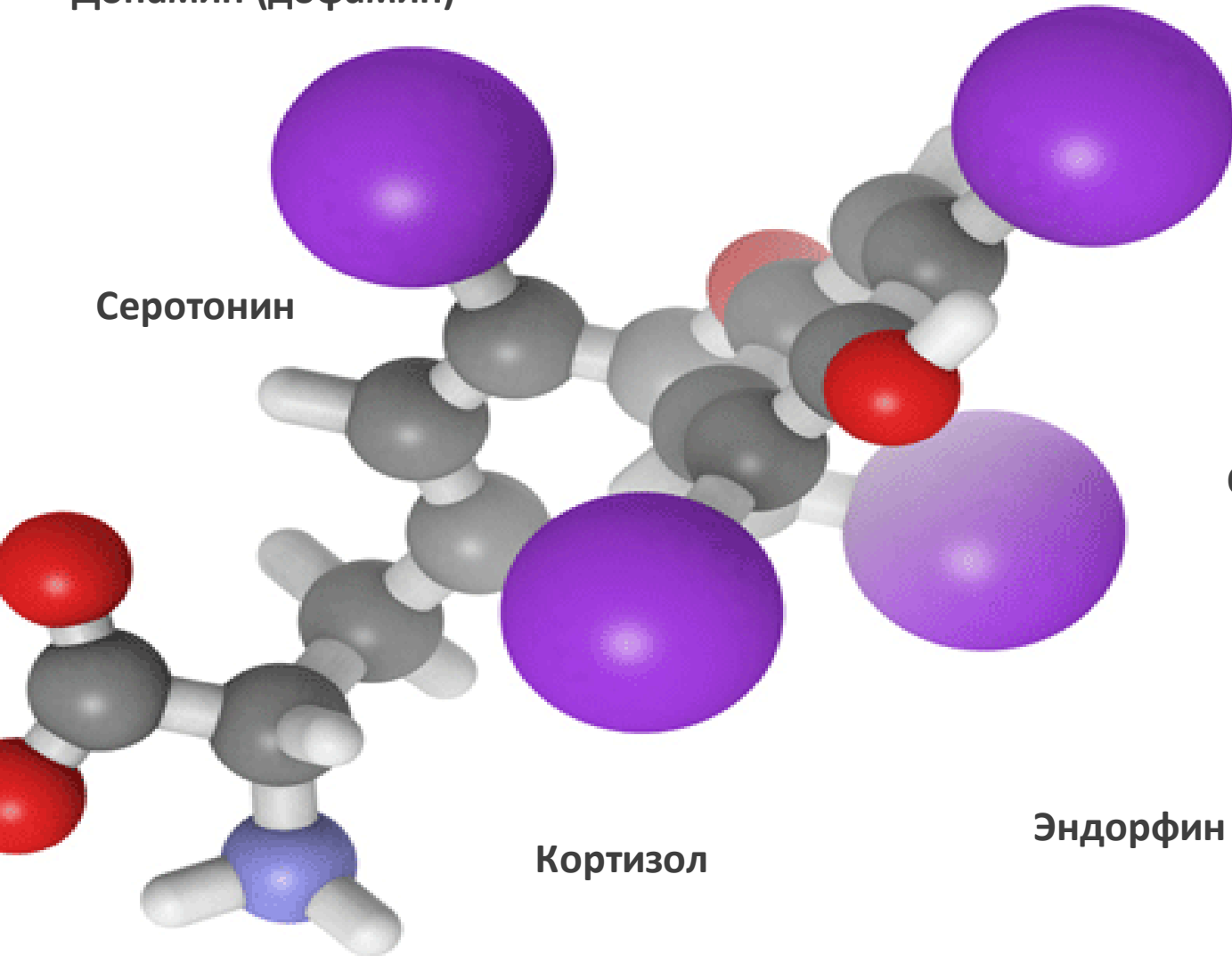
Какие основные гормоны оказывают на нас воздействие и сколько по времени они живут в нас?

Серотонин

Окситоцин

Кортизол

Эндорфин



КАКИЕ СОБЫТИЯ ИЛИ СИТУАЦИЮ ВЫЗЫВАЮТ (Т.Е. СТАНОВЯТСЯ ТРИГГЕРАМИ) ТЕХ ИЛИ ИНЫХ ГОРМОНОВ?



Окситоциновые триггеры

Ощущение защищенности, единения, любви, рождения ребенка.

6 минут на всё про всё, а потом надо снова что-то думать или подкреплять.



Допаминовые триггеры

Ситуации, в которых мы ждем чего-то приятного или неизвестного, но с ожидаемым позитивным разрешением. Длительность воздействия: **2 минуты.**



Серотониновые триггеры

Превосходство, повышение статуса, победа, узнаваемость и признание.

Целых 24 часа этого чудесного прихода. Сутки для победителя.



Эндорфиновые триггеры

Чуть меньше, **около 4 часов** купает нас в этом удовольствии понимание, что ты просто жив, существуешь и вообще есть!

Например: Мышечное удовольствие – массаж. Яркие звуки, музыка, ритм.



Триггеры кортизола + адреналина

Разделение мамы и ребенка. Развод или измена супруга. Потеря статуса после увольнения. Социальная изоляция (тишина). Когда вас обманули. Ощущение перенесенного вреда, потери, страхи, стрессы. **Есть мысли, сколько может жить такая штука?**

3 года. ТРИ!!!!

The power of customers

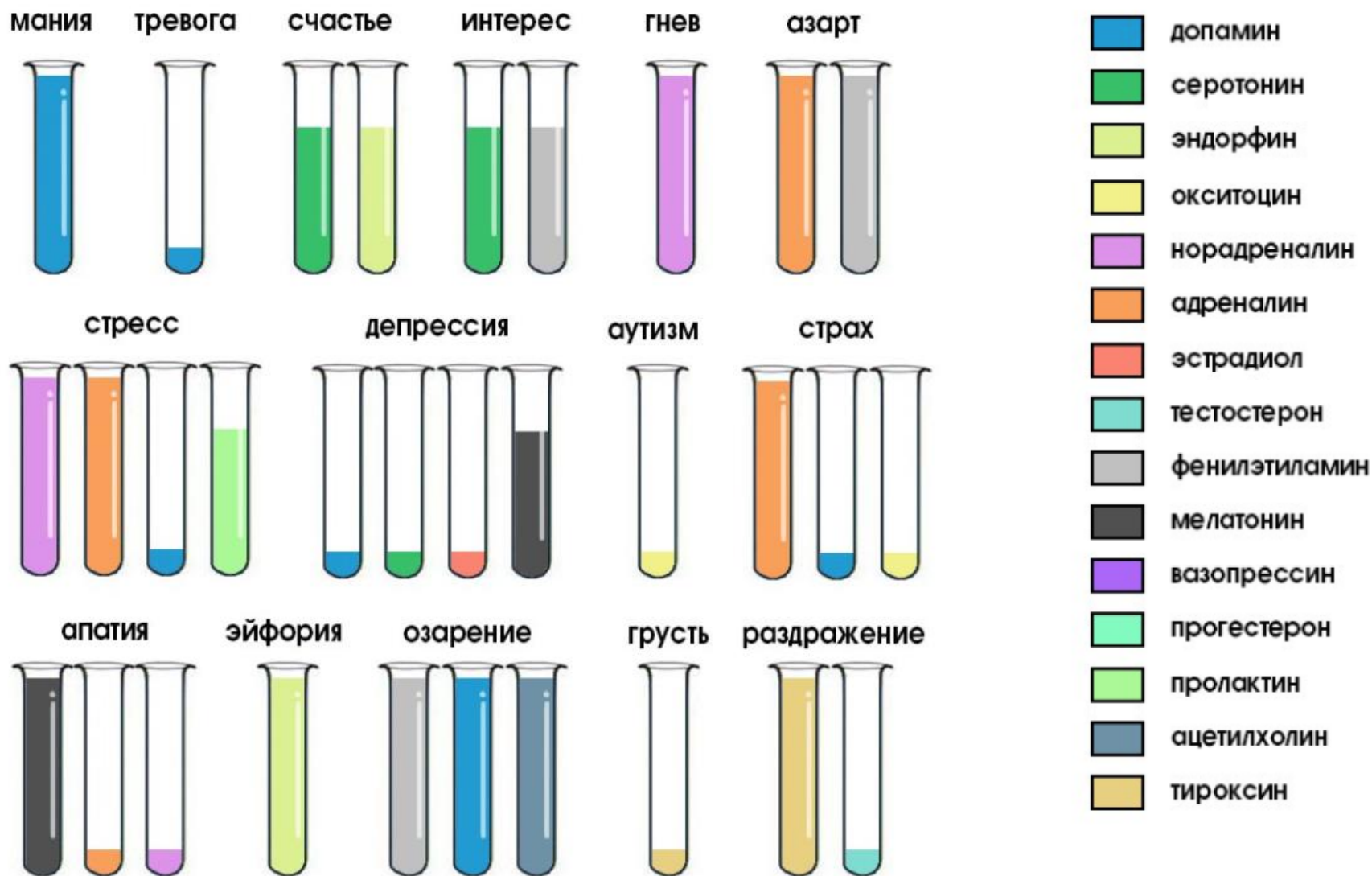
www.davecarrollmusic.com

www.davecarroll.ru

ПРОЯВЛЯЙТЕ БЕСКОРЫСТНУЮ ЗАБОТУ!



ЗАВИСИМОСТЬ СОСТОЯНИЯ И НАСТРОЕНИЯ ЧЕЛОВЕКА ОТ ГОРМОНАЛЬНОГО ФОНА





LOVE

$C_{43}H_{66}N_{12}O_{12}S_2$
ОХУТОСИН

ХИМИЧЕСКАЯ ФОРМУЛА ЛЮБВИ - ОХУТОСИН



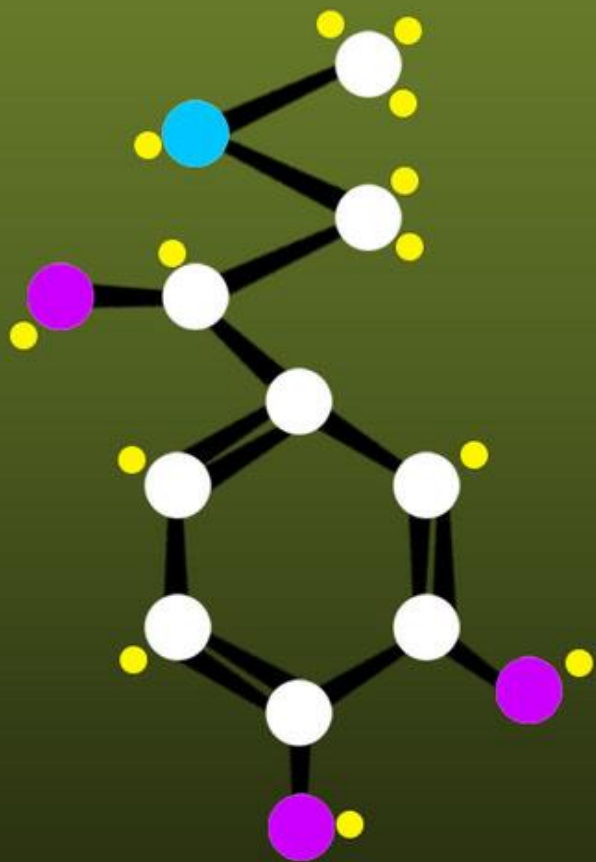
Гормон отвечающий за чувство любви, привязанности, доверия.

Его функции:

1. Снижает стресс
2. Улучшает эмоциональную память
3. Усиливает сексуальное возбуждение
4. Запускает защитные инстинкты
5. Делает нас более щедрыми!

КАК ПОВЫСИТЬ УРОВЕНЬ ГОРМОНА ЛЮБВИ:

1. Доктор Пол Зак поясняет, что прикосновения или объятия (хотя бы по 8 раз в день) не только повышают уровень окситоцина, нормализуют функции сердечно-сосудистой и иммунной системы. Когда кто-то получает подарок, уровень окситоцина у него поднимается. Вы можете укрепить личные и служебные отношения, если просто будете дарить подарки.
2. Выработку окситоцина стимулируют бананы и авокадо.
3. Знаем, что клиент, испытывающий эту эмоцию получает импульс в мозг к одобрению



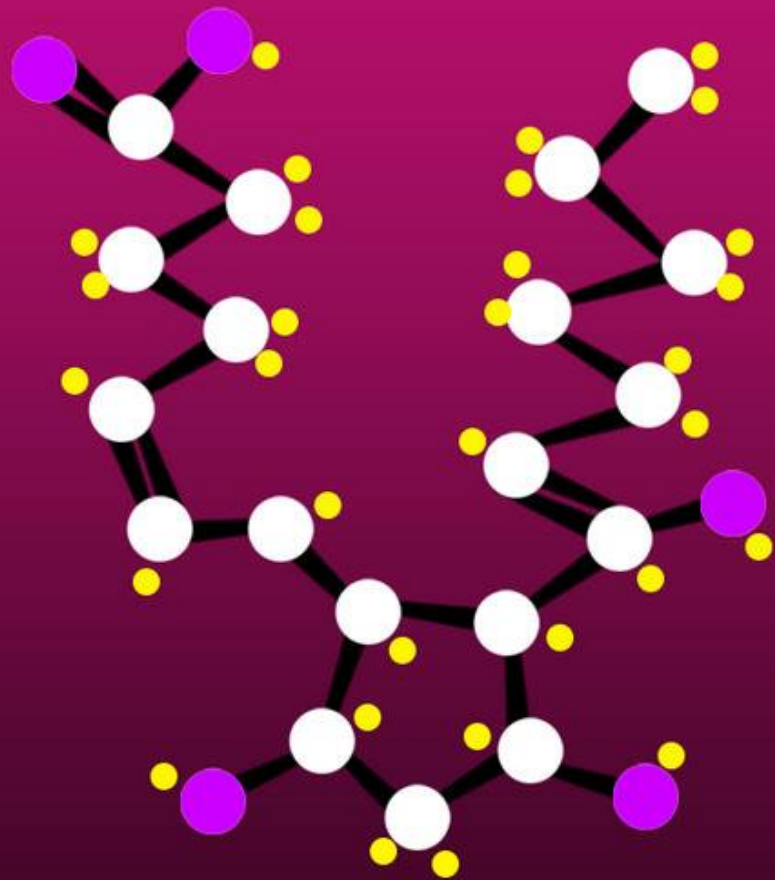
FEAR

$C_9H_{13}NO_3$
ADRENALINE

Химическая формула страха - Adrenaline

$C_9H_{13}NO_3$

Продаем ДОВЕРИЕ!!!



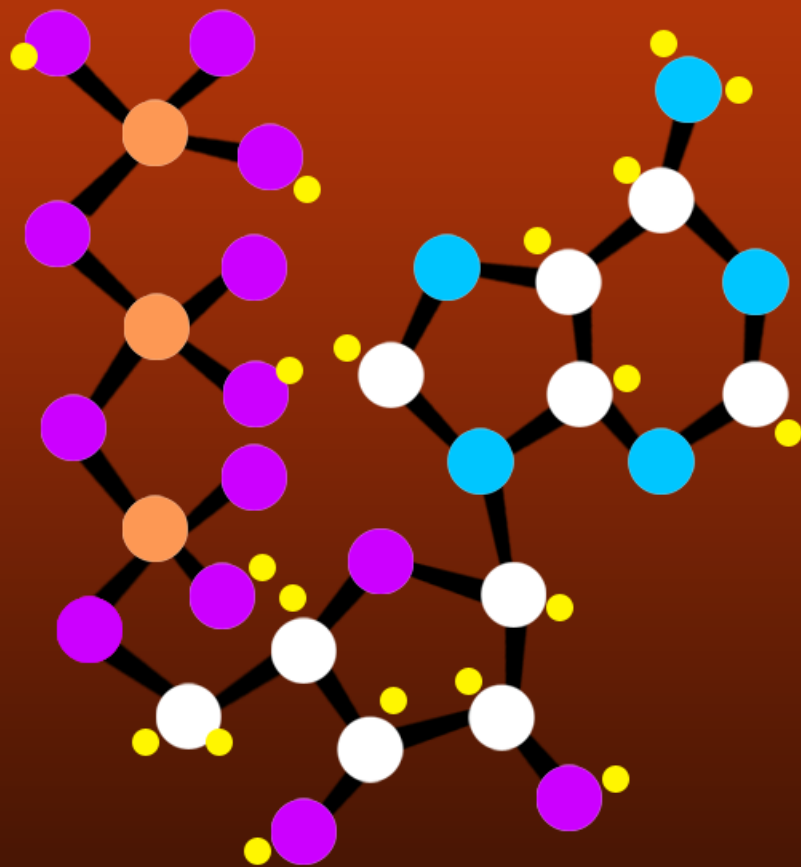
PAIN

$C_{20}H_{32}O_5$
PROSTAGLANDIN E_2

A hormone-like substance that initiates pain

Химическая формула боли - Prostaglandin E_2

Продаем УДОВОЛЬСТВИЕ!



STRENGTH

$C_{10}H_{16}N_5O_{13}P_3$
ADENOSINE TRIPHOSPHATE

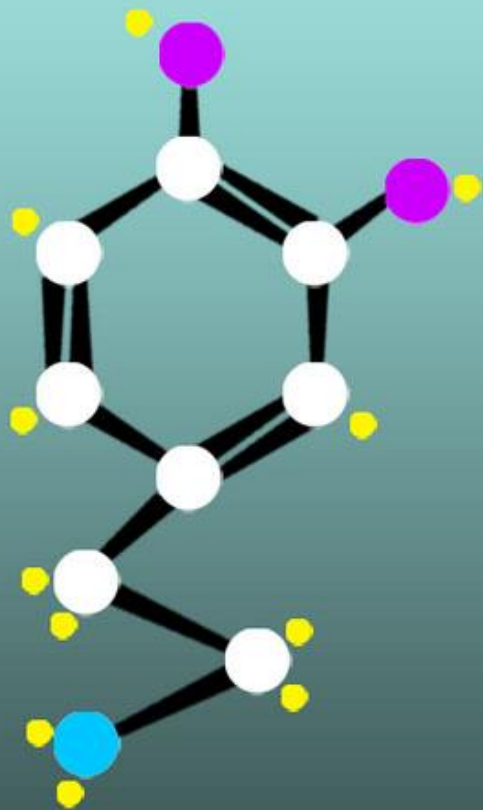
Химическая формула силы – adenosine triphosphate $C_{10}H_{16}N_5O_{13}P_3$

Продаем УВЕРЕННОСТЬ, ПРИЗНАНИЕ!

ХИМИЧЕСКАЯ ФОРМУЛА СЧАСТЬЯ – ДОРАМИНЕ



**Продаем МОТИВАЦИЮ НА
ДОСТИЖЕНИЕ ЦЕЛИ, РАЗВИТИЕ!**



HAPPINESS



2 КЛЮЧЕВЫЕ ЭМОЦИОНАЛЬНЫЕ ЦЕЛИ

Наше поведение подчинено одной из 2-х эмоциональных целей:



Стремление избежать боль



Стремление к удовольствию

ПЯТЬ ОСНОВНЫХ ЭМОЦИОНАЛЬНЫХ ФАКТОРОВ

Страх

Один из самых сильных факторов в продаже, которым можно воспользоваться для получения результата. Основная подача информации должна строиться по формуле: *«произойдет нечто плохое, если вы этого не сделаете»*.

Чувство вины

Если само чувство вины сподвигает человека не делать что-либо, то при правильной маркетинговой «обработке», оно может вызывать обратную реакцию — **необходимость исправить что-либо**.

Любовь

Вспомните какое количество разного рода «товаров-эмоций» появляется перед Днем Святого Валентина на прилавках магазинов или собственные эмоции при покупке подарков любимому и близкому человеку.

Гордость

Наилучшим образом использовать **гордость в маркетинге** — создать у покупателя ощущение того, что приобретя ваш продукт, он сможет **выделиться среди обычных потребителей**.

Жадность

Это именно та эмоция, которая заставляет покупателя выбирать товар со скидкой, участвовать в акциях, отстаивать очереди за тестерами и образцами.

УПРАЖНЕНИЕ

Страх

Гордость

Вина

Любовь

Жадность



Интерес

Доверие

Спокойствие

Радость

Участие

Искренность

Уверенность

Веселье

Энтузиазм

Воодушевление

1. Взаимопонимание с внутренним миром.

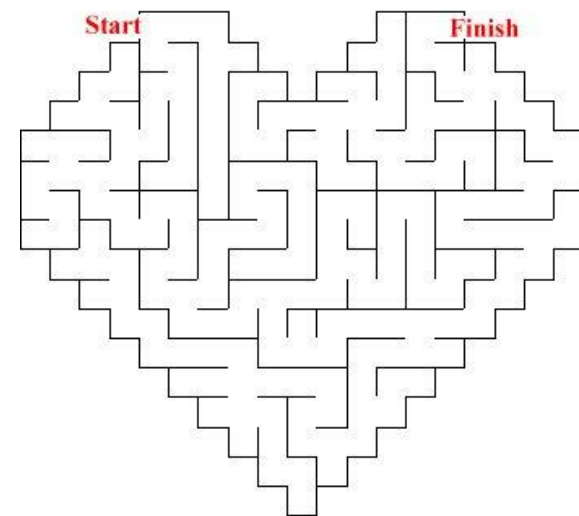
Первым шагом на пути к идеальному «эмоциональному» сотруднику будет познание самого себя. Гармония с самим собой, излучаем позитивную энергетику, а на его лице играем заразительная улыбка. Важно: если всего лишь притворятся счастливым, то ничего не сработает. Клиент быстро раскусит это и не проникнется к вам. Помните, эмоции нельзя обмануть.

2. Отношение к покупателю.

Клиент – близкий друг. Иногда даже следует выйти за рамки и сделать то, что не входит в обязанности обычного продавца. Поверьте, это сработает вам на пользу. Есть такие случаи, когда человек возвращается в магазин не ради товара/услуг, который тот может предоставить, а целенаправленно идет к одному и тому же продавцу.

3. Манера общения.

Если использовать интонацию и яркие, эмоциональные фразы, то вероятность привлечь клиента становится намного выше. Демонстрируйте свою заинтересованность и говорите свое субъективное мнение. Помним про комплименты. Это только увеличит уровень доверия к вам. Вы должны испытывать истинное удовольствие от общения!



ЭМОЦИОНАЛЬНОЕ РАССЛЕДОВАНИЕ

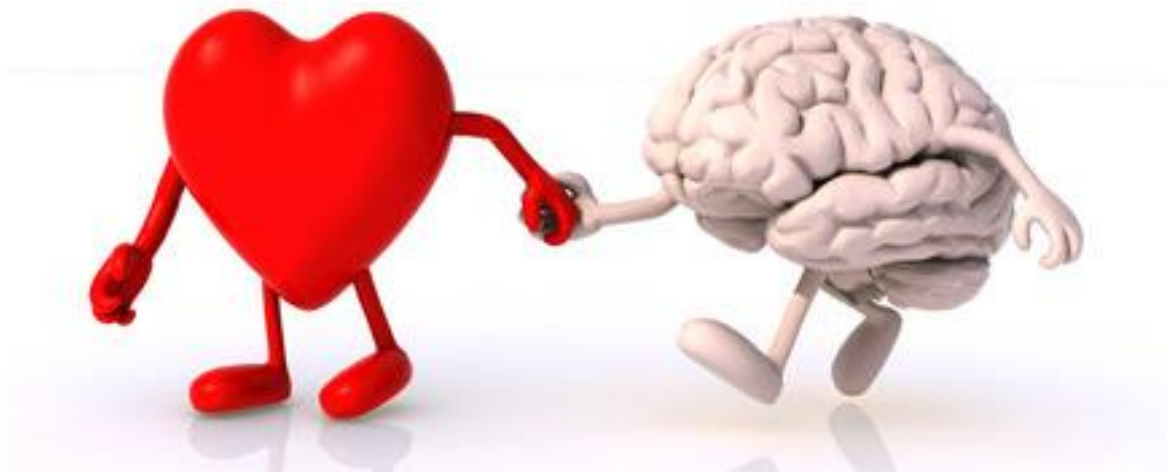
1. Какие эмоции чувствует клиент видя наше рекламное сообщение? (сайт, ТВ, борд и тд)
2. Какие эмоции ощущает соприкасаясь физически с товаром/услугой? Какие эмоциональные истории помнит клиент?
3. За какими эмоциями «гонится» наш клиент?
4. Какие эмоции нам хотелось бы, чтобы испытывал наш клиент вспоминая наш продукт/услугу?
5. Какова эмоциональная структура вашей ЦА? Какими эмоциями живут и к чему стремятся?
6. Какие эмоции испытываю я при первом контакте с клиентом?
7. Являюсь ли я генератором положительных эмоций?
8. Быстро ли я умению трансформировать свое эмоциональное состояние? Состояние клиента?



TOP SECRET

Для меня было честью быть с вами!

*«Люди забудут, что вы говорили,
люди также забудут, что вы сделали,
но они никогда не забудут,
какие чувства вы у них вызвали»*



До новых встреч!

Татьяна Шерман, +38 067 464 88 44,

ShermanTA@dtek.com