



ПРИВЛЕЧЕНИЕ КЛИЕНТОВ • ПРОДАЖИ

СКРИПТЫ ПРОДАЖ И ПЕРЕПИСКИ С КЛИЕНТАМИ (3 ТРЕКА)

Как вести диалог, выявлять потребности, презентовать услугу, работать с возражениями и закрывать сделку - для дизайнера, копирайтера, таргетолога

 **Почему это важно:** В digital-услугах высокая конкуренция, и клиенты часто выбирают не по цене, а по тому, как вы общаетесь. Профессиональная переписка и умение вести диалог помогают выделиться, установить доверие и закрыть сделку. Многие специалисты теряют клиентов просто потому, что не умеют задавать вопросы и работать с возражениями. В этом документе мы разберем скрипты для каждого этапа общения.

Скрипты адаптированы под три направления: дизайн, копирайтинг и таргетинг. Вы можете использовать их как основу и адаптировать под свой стиль.

1. АЛГОРИТМ ПРОДАЖИ (УНИВЕРСАЛЬНЫЙ)

Любая продажа digital-услуг проходит через пять этапов. Не пропускайте их.

- 1. Установление контакта (1-2 минуты):** Познакомьтесь, узнайте имя клиента, создайте комфортную атмосферу.
- 2. Выявление потребностей (5-7 минут):** Задавайте открытые вопросы, чтобы понять задачу клиента, его бизнес и ожидания.
- 3. Презентация решения (3-5 минут):** Предложите конкретный путь решения задачи. Покажите, что вы понимаете специфику клиента.
- 4. Работа с возражениями (2-5 минут):** Ответьте на сомнения клиента, не переходя в спор.

5. Заккрытие сделки (1-2 минуты): Предложите следующий шаг - выслать договор, счет, начать работу.

⚠ Главное правило: Не продавайте в лоб. Не говорите "купите мою услугу". Вместо этого задавайте вопросы, показывайте, что вы понимаете проблему клиента, и предлагайте решение. Клиент сам попросит вас о помощи.

2. СКРИПТЫ ДЛЯ ТРЕХ ТРЕКОВ

Трек 1. Дизайнер Дизайн

Этап 1. Установление контакта

Вы: "Здравствуйте, [Имя]! Спасибо, что откликнулись. Расскажите, пожалуйста, чем занимается ваша компания?"

Клиент: "Мы [сфера]."

Вы: "Отлично! Я работаю с [ниша], помогаю оформлять соцсети и создавать визуал. Что вас беспокоит?"

Этап 2. Выявление потребностей

Вы: "Расскажите подробнее о задаче. Что нужно сделать: оформить соцсети, разработать логотип, сделать презентацию?"

Клиент: "Нужно оформить соцсети, потому что текущий дизайн не привлекает клиентов."

Вы: "Понял. А какой результат вы хотите получить? Больше подписчиков, узнаваемость, рост продаж? Есть ли примеры, которые вам нравятся?"

Этап 3. Презентация решения

Вы: "Смотрите, в вашей ситуации я рекомендую [конкретное решение]. Например, оформление соцсетей: аватар, обложка, 10

шаблонов для постов, 5 для сторис. Это займет [срок] и будет стоить [цена]. В результате вы получите единый стиль, который повысит узнаваемость и привлечет клиентов".

Этап 4. Работа с возражениями

Возражение	Ответ
"Дорого"	"Я понимаю. Но давайте посмотрим на результат: единый стиль в соцсетях увеличивает доверие и привлекает клиентов. Если это принесет вам хотя бы 2-3 новых клиента, вложения окупятся в первый же месяц. Плюс у меня есть базовый тариф - можно начать с него".
"Я подумаю"	"Конечно. Но у меня есть всего 2 свободных места на этот месяц. Если вы решите до [дата], я смогу взять вас в работу. Давайте я вышлю вам примеры и расчет, и вы примете решение?"
"У меня уже есть дизайнер"	"Отлично! А он справляется со всеми задачами? Я могу сделать бесплатный аудит ваших текущих соцсетей и показать, где можно улучшить. Посмотрите - и решите".
"Я сам умею рисовать в Canva"	"Это здорово! Но профессиональный дизайн - это не только картинки, но и структура, цвет, шрифты, которые работают на результат. Я могу показать, как это влияет на конверсию. Если интересно - давайте созвонимся на 15 минут".

Трек 2. Копирайтер

Копирайтинг

Этап 1. Установление контакта

Вы: "Здравствуйте, [Имя]! Спасибо, что откликнулись. Расскажите, пожалуйста, чем занимается ваша компания?"

Клиент: "Мы [сфера]."

Вы: "Отлично! Я работаю с [ниша], пишу тексты для сайтов, рассылок, соцсетей. Что вас беспокоит?"

Этап 2. Выявление потребностей

Вы: "Расскажите подробнее о задаче. Какой текст нужен: для лендинга, email-рассылки, постов в соцсетях?"

Клиент: "Нужен текст для лендинга, потому что текущий не

конвертирует."

Вы: "Понял. А какая сейчас конверсия? Какой результат вы хотите получить? Есть ли примеры текстов, которые вам нравятся?"

Этап 3. Презентация решения

Вы: "Смотрите, в вашей ситуации я рекомендую [конкретное решение]. Например, текст для лендинга: анализ аудитории, разработка структуры, написание текста, 2 раунда правок. Это займет [срок] и будет стоить [цена]. В результате вы получите текст, который повысит конверсию и привлечет клиентов".

Этап 4. Работа с возражениями

Возражение	Ответ
"Дорого"	"Я понимаю. Но хороший текст - это инвестиция. Если он повысит конверсию хотя бы на 1%, вы получите больше клиентов. Стоимость текста окупится с первых продаж. Плюс у меня есть базовый тариф - можно начать с него".
"Я подумаю"	"Конечно. Но у меня есть всего 2 свободных места на этот месяц. Если вы решите до [дата], я смогу взять вас в работу. Давайте я вышлю вам примеры и расчет, и вы примете решение?"
"У меня уже есть копирайтер"	"Отлично! А он справляется со всеми задачами? Я могу сделать бесплатный аудит ваших текущих текстов и показать, где можно улучшить. Посмотрите - и решите".
"Я сам могу написать"	"Это здорово! Но профессиональный копирайтинг - это не только грамотность, но и структура, психология, продающие элементы. Я могу показать, как это влияет на конверсию. Если интересно - давайте созвонимся на 15 минут".

Трек 3. Таргетолог

Таргетинг

Этап 1. Установление контакта

Вы: "Здравствуйте, [Имя]! Спасибо, что откликнулись. Расскажите, пожалуйста, чем занимается ваша компания?"

Клиент: "Мы [сфера]."

Вы: "Отлично! Я работаю с [ниша], настраиваю рекламу в Яндекс.Директ, VK, Telegram. Что вас беспокоит?"

Этап 2. Выявление потребностей

Вы: "Расскажите подробнее о задаче. Какие каналы рекламы вы уже используете? Какой бюджет? Какой результат хотите получить?"

Клиент: "Пробовали Директ, но заявки дорогие, не окупаются."

Вы: "Понял. А какая сейчас цена заявки? Какой целевой показатель? Есть ли аналитика?"

Этап 3. Презентация решения

Вы: "Смотрите, в вашей ситуации я рекомендую [конкретное решение]. Например, аудит текущих кампаний + настройка новых: поиск, РСЯ, ретаргетинг. Это займет [срок] и будет стоить [цена]. В результате вы получите заявки по цене [целевая цена] и рост окупаемости рекламы".

Этап 4. Работа с возражениями

Возражение	Ответ
"Дорого"	"Я понимаю. Но давайте посмотрим на цифры: если моя настройка снизит цену заявки на 30%, вы получите больше клиентов за тот же бюджет. Моя услуга окупится с первых продаж. Плюс у меня есть базовый тариф - можно начать с него".
"Я подумаю"	"Конечно. Но у меня есть всего 2 свободных места на этот месяц. Если вы решите до [дата], я смогу взять вас в работу. Давайте я вышлю вам примеры и расчет, и вы примете решение?"
"У меня уже есть таргетолог"	"Отлично! А он справляется со всеми задачами? Я могу сделать бесплатный аудит ваших текущих кампаний и показать, где можно улучшить. Посмотрите - и решите".
"Реклама не работает"	"Понимаю. Часто проблема не в рекламе, а в настройке, креативах или аналитике. Я могу провести бесплатный аудит и показать, что можно исправить. Если интересно - давайте созвонимся на 15 минут".

3. ОБЩИЕ ПРАВИЛА УСПЕШНЫХ ПРОДАЖ

- **Не продавайте, а диагностируйте.** На первом контакте ваша задача - понять проблему клиента, а не навязать услугу.
- **Говорите на языке клиента.** Избегайте сложных терминов. Объясняйте просто и понятно.
- **Показывайте выгоду, а не процесс.** Клиенту не важно, сколько часов вы потратите. Ему важно, что он получит: рост продаж, снижение цены лида, узнаваемость.
- **Используйте цифры.** "Снизим цену заявки на 30%", "Увеличим конверсию на 2%" - это убеждает лучше, чем общие слова.
- **Предлагайте выбор.** "Вам удобнее разовая услуга или абонентка?" - это повышает вероятность покупки.
- **Завершайте конкретным шагом.** Не заканчивайте диалог словами "подумайте". Договоритесь о следующем действии: выслать договор, созвониться, начать работу.
- **Не бойтесь отказа.** Если клиент не готов - не настаивайте. Оставьте контакт, добавьте в Telegram-канал, поддерживайте отношения. Он может вернуться позже.

4. ЧЕК-ЛИСТ ДЛЯ ОТРАБОТКИ НАВЫКОВ

- [] Подготовил список вопросов для выявления проблемы клиента.
- [] Отработал скрипт установления контакта (1-2 минуты).
- [] Отработал скрипт выявления потребностей (5-7 минут).
- [] Отработал презентацию решения (3-5 минут).
- [] Отработал закрытие сделки (1-2 минуты).
- [] Проработал 4 основных возражения ("дорого", "я подумаю", "у меня уже есть специалист", "я сам могу").
- [] Провел 5 тренировочных диалогов (можно с друзьями).
- [] Записал диалоги на аудио и проанализировал ошибки.
- [] Скорректировал скрипты под свой стиль.
- [] Начал проводить реальные переговоры с клиентами.



Совет: Записывайте свои переговоры на диктофон (с разрешения клиента).

Прослушивайте и отмечайте, где вы теряли контакт, где говорили слишком много, где не дожали. Это лучший способ быстро улучшить навыки продаж.

! Важно: Не отправляйте одинаковые шаблонные сообщения всем подряд. Персонализация повышает отклик в 2-3 раза. Упоминайте конкретную задачу клиента, его бизнес, его ситуацию.

Документ разработал:

_____ / _____

(подпись, ФИО)

"__" _____ 20__ г.

© Бизнес-пакет: Digital-услуги без сотрудников - Скрипты продаж и переписки с клиентами (3 трека), версия 1.0.

Рекомендуется адаптировать под свою нишу и стиль общения.