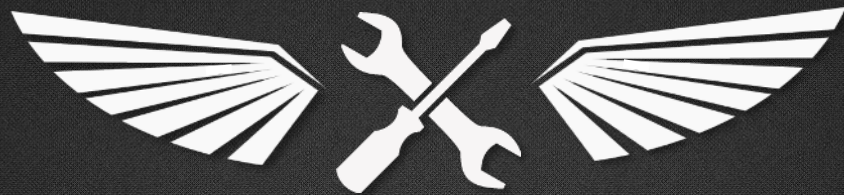


BORIS SHPIRT



УСТАНОВКИ В ГОЛОВАХ,

СИНИЕ ПТИЦЫ

И

ПРОДАЖИ

Борис Шпирт

эксперт в digital маркетинге и клиентском сервисе. Обучение и консалтинг/консультированием в области клиентского сервиса и продаж.

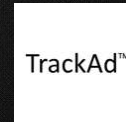
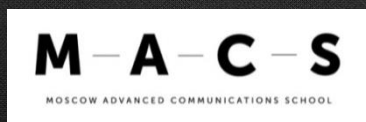
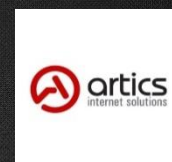
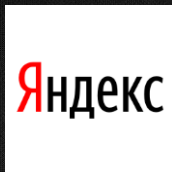
Более 12 лет работы в digital агентствах (Promo Interactive, Buongiorno Digital, TWIGA Digital) от менеджера по развитию бизнеса до управляющего директора.

Продавал и продюсировал digital решения для компаний Intel, Epson, Fujitsu-Siemens, Coca-cola, Mars LLC, Nestle, Pepsico, Heineken, Goodyear, SAB Miller, Groupe SEB, Panasonic, Nokia, MTC, Royal Canine, Brother, Pfizer, Takeda и многих других.

Работал директором по маркетингу в компаниях Deutsche Telekom AutoScout24 Rus и онлайн-кинотеатр ivi.



Мои клиенты и партнеры





Менеджмент / Образование

Как работать с клиентами без стресса и проблем

Рецензии на две книги деловой литературы



Ксения Лазарева, представитель электронной библиотеки бизнес-литературы в кратком изложении getAbstract.com

12.06.2018 | Ведомости | | Прослушать этот материал

Новая книга – Отчаянные аккаунт-менеджеры

Настольная книга аккаунт-менеджера, менеджера проектов и фрилансера

Борис Шпирт

Альпина Паблицер, 2018

Большинство менеджеров, отвечающих за отношения с заказчиками, стремятся завести с ними дружбу. Это вполне характерно для нашей культуры. Но автор книги Борис Шпирт убежден, что идеальные отношения с клиентом – не дружба, а партнерство на равных.

Автор больше 20 лет проработал в продажах, в том числе директором по работе с клиентами в цифровых агентствах. Автору приходилось общаться с крупнейшими компаниями, такими как Coca-Cola, Goodyear, Nestlé, Pfizer и [Siemens](#).

По наблюдениям Шпирта, 80–90% менеджеров по работе с клиентами идут на уступки клиентам. Такие отношения он называет дисфункциональными. Происходит это из-за страха потерять заказчика, неуважения к себе и неверного представления о том, какой должна быть клиентоориентированность. Играет свою роль и слабое владение техниками коммуникации. Клиенты же в общении с аккаунт-менеджерами часто руководствуются правом сильного, ибо убеждены: кто платит, тот и заказывает музыку.

Приводя в качестве примеров эпизоды из собственного опыта, автор объясняет, как противостоять психологическому давлению и манипуляциям заказчиков, возражать клиенту, если его требования могут навредить и рабочему процессу, и результату, не дарить ему безвозмездно всякие уступки

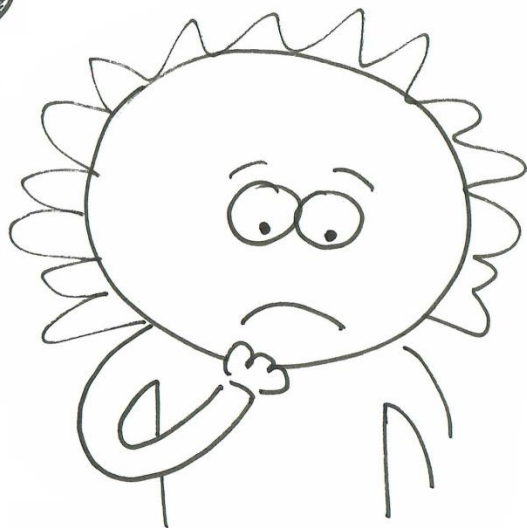


ЧТО В ГОЛОВАХ
ВАШИХ ПРОДАВАНОВ?

Обслуга



ЕСЛИ ТЫ ТАК
СДЕЛАЕШЬ,
ТО КЛИЕНТ
УЙДЕТ!!!



И ТОГДА МЕНЯ
УВОЛЯТ!!!
А-А-А!!!

Обслуга

Знайки

Обслуга

Знайки

Пофигисты

ПОЛУЧИЛ ОТ КЛИЕНТА
ЗАПРОС - ПЕРЕСЛАЛ
ПРОИЗВОДСТВУ. ПУСТЬ
РАЗБИРАЮТСЯ!!! А Я
ПОКА КОФЕЙКУ...
ЧЁТО ПОДУСТАЛ...



Обслуга

Знайки

Пофигисты

Хорошие
ребята

Обслуга

Знайки

Пофигисты

Хорошие
ребята

Комми

Обслуга

Знайки

Пофигисты

Хорошие
ребята

Комми

Зомби



ЗДРАСЬТЕ!
У МЕНЯ ТУТ
ПУПЫРК И
ОТЛИЧНЫЕ
ЕСТЬ!
БЕРЕТЕ? МЕТ?
А ЧТО ТАК?

Обслуга

Знайки

Пофигисты



Синяя птица

Хорошие
ребята

Комми

Зомби



СИНЯЯ ПТИЦА

Я ЭКСПЕРТ, КОТОРЫЙ
ХОЧЕТ ПОМОЧЬ КЛИЕНТУ
(И СВОЕЙ КОМПАНИИ)





ВЫ ХОТИТЕ
ПОГОВОРИТЬ
ОБ ЭТОМ?

У НАС
КРОКОДИЛ
НЕ ЛОВИТСЯ
НЕ РАСТЕТ
КОКОС...

КАКИЕ УСТАНОВКИ В
ГОЛОВАХ ВАШИХ
ЛЮДЕЙ?

СКОЛЬКО ВЫ
ТЕРЯЕТЕ
НА ЭТОМ ?

СЕБЯ УВАЖАЯ
И КЛИЕНТА ЧТЯ,
ПО ПУТИ МЯГКОЙ
СИЛЫ ПРОДВИНЕШЬСЯ
ТЫ



БОРИС ШПИРТ

www.shpirt.ru

boris@shpirt.ru