



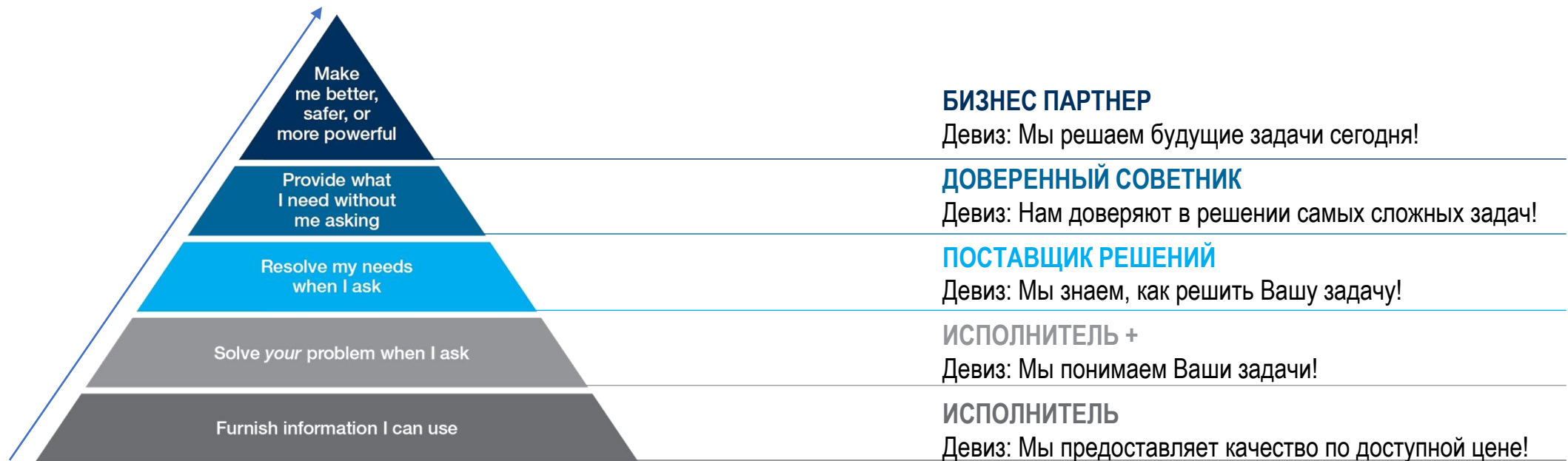
Вебинар 25.05

# **НАХОДИМ ОБЩИЙ ЯЗЫК:** КАК ВЫСТРОИТЬ ОТНОШЕНИЯ С РАЗНЫМИ ТИПАМИ КЛИЕНТОВ

Мария Незговорова, директор по работе с клиентами, OMI



## The CX Pyramid: A Framework for Powerful Experiences



# ЧАСТЬ ЕДИНОГО ЦЕЛОГО

**1** Основа стратегии

Клиентоцентричный подход в стратегии компании, рыночное окружение и ценности

**2** Фокус на бизнес и потребности

Фокус на потребностях клиента: переговоры, бизнес-задача и контекст

**3** Коммуникация

Коммуникация и доверие: как найти общий язык и показать ценность партнерства

**4** Управление ожиданиями

Управление ожиданиями клиента в проектной деятельности

**5** Создание системы

Проектирование системы аккаунт менеджмента и оценка ее эффективности

# ЧАСТЬ ЕДИНОГО ЦЕЛОГО

**1**

Основа  
стратегии

Клиентоцентричный  
подход в стратегии  
компании, рыночное  
окружение и ценности

**2**

Фокус на  
бизнес и  
потребности

Фокус на потребностях  
клиента: переговоры,  
бизнес-задача и  
контекст

**3**

Коммуникация

Коммуникация и  
доверие: как найти  
общий язык и показать  
ценность партнерства

**4**

Управление  
ожиданиями

Управление  
ожиданиями клиента в  
проектной  
деятельности

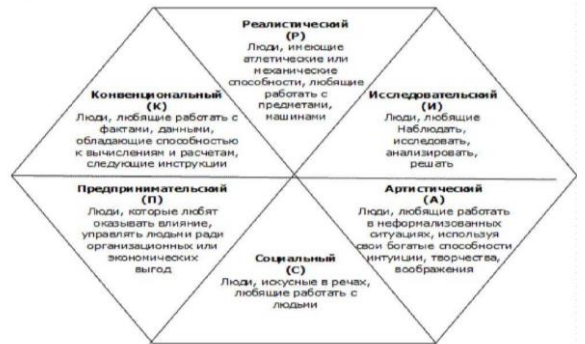
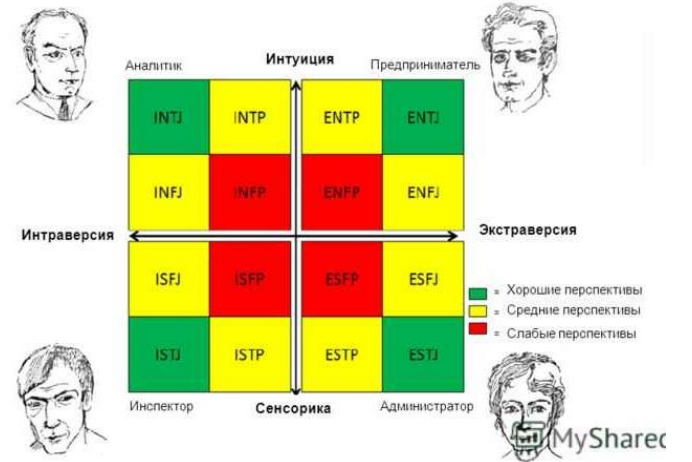
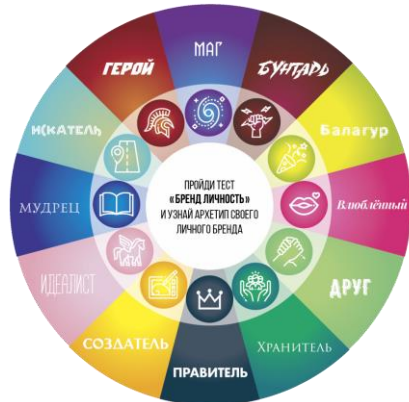
**5**

Создание  
системы

Проектирование  
системы аккаунт  
менеджмента и оценка  
ее эффективности

# ТИПЫ КЛИЕНТОВ

## КАТЯ ДОБРОНРАВОВА ЦВЕТНЫЕ ПСИХОТИПЫ



Истероид



Эпилептоид



Параноик



Эмотив



Шизоид



Гипертим



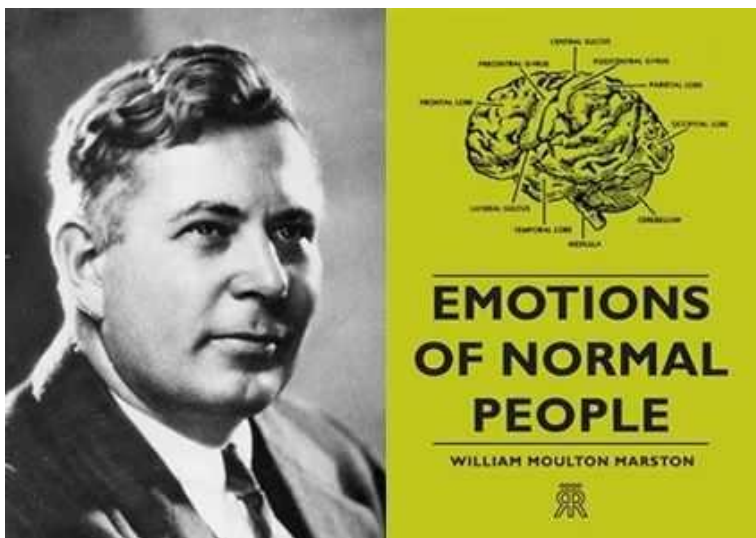
Тревожный





# ИСТОРИЯ СОЗДАНИЯ МЕТОДИКИ

## DISC



- **Уильям Марстон** – выпускник Гарварда, доктор психологических наук, изобретатель детектора лжи, создатель комиксов и Чудо-женщины
- В 1928 году вышла его книга «Эмоции нормальных людей». Именно этот труд стал отправной точкой развития поведенческой модели DISC

Марстон рассматривал эмоции с двух сторон - **поведения и окружающей среды** и вывел свою типологию на основе трех эмпирических данных:

1. В ходе его работы над детектором лжи
2. Его наблюдений за 250 детьми с поведенческими проблемами
3. Исследования личности заключенных в тexasской тюрьме

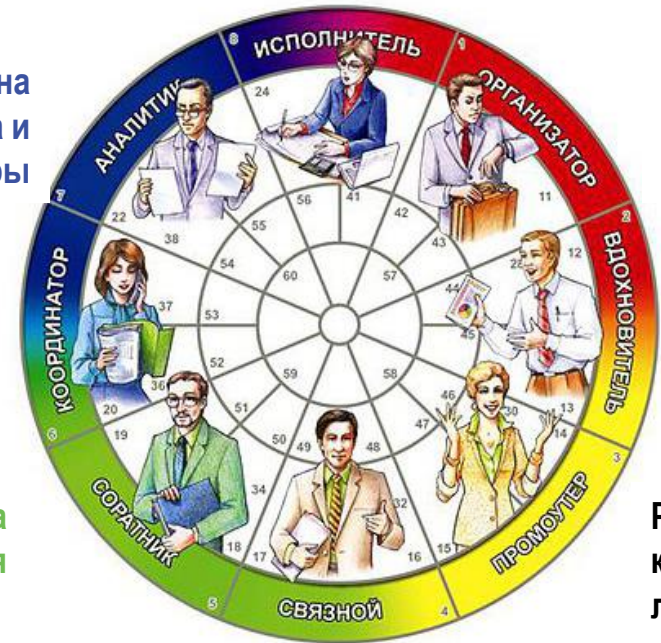


# 4 ОСНОВНЫХ ТИПА ЛИЧНОСТИ

# DISC



Реакция на  
правила и  
процедуры



Реакция на  
контроль/  
выбор

Реакция на  
изменения

Реакция на то,  
как влияют на  
людей

Попробуйте определить тип личности **Федора Овчинникова** ?





# Тип **DOMINANCE**



Враждебный мир  
Ориентация на задачу



**D** **Dominance**  
Доминирование

Экстраверсия  
Высокий темп

## Поведение:

Открытость, прямолинейность, иногда – грубость, высокая скорость речи, изложение по факту, без лишних подробностей

## Мимика и жесты:

Крепкое рукопожатие, спешка, конкуренция

## Одежда:

Удобная одежда, по случаю. Часто подчеркивает статус.

## Рабочее место:

Подчеркивает статус: большой стол, кресло, компьютер, дорогие аксессуары

## Фразы:

«Давайте помнить об основном, мы слишком углубляемся в детали...»  
«Давайте делом займемся!»  
«Мы потеряем время, если станем...»

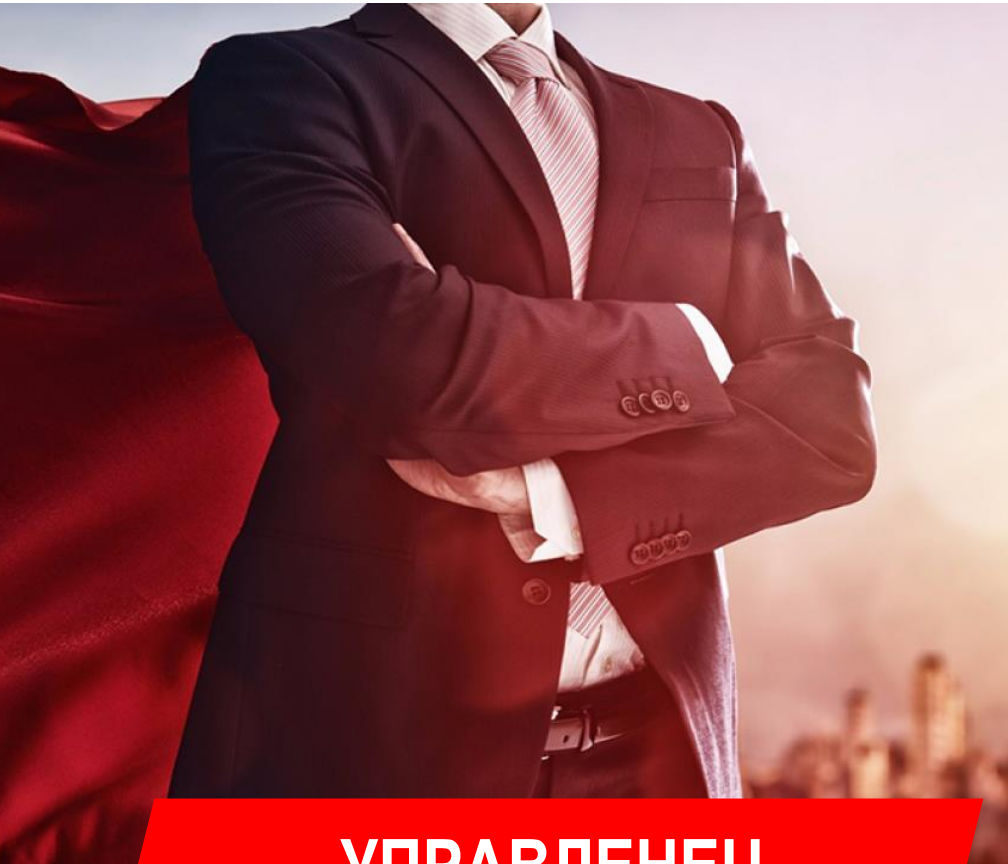
## Стиль коммуникации:

Любит указывать, приказывать, принуждать.





# КАК РАБОТАТЬ С КРАСНЫМ ТИПОМ



**УПРАВЛЕНЕЦ**

**ВРЕМЯ:** Не тратьте свое время на повторение, выяснение всех точек зрения, сразу **переходите к делу!**

**ЭФФЕКТИВНОСТЬ:** Подчеркивайте Ваш **профессионализм**, опыт и эффективность **четко и по делу**

**ЧЕТКОСТЬ:** Если чего-то не знаете – заверьте, что соберете всю необходимую информацию

**ФОКУС НА БИЗНЕС-ЦЕЛЬ:** Акцентируйте внимание на том, как ваше предложение **будет решать его бизнес-задачи** или проблемы

**СОРЕВНОВАТЕЛЬНОСТЬ:** Покажите, как ваше предложение поможет их компании стать **на голову выше других игроков**

Рабочий формат:  
**MANAGEMENT  
SUMMARY**

# Тип INFLUENCE



убедительный  
общительный  
энтузиаст  
открытый

**Экстраверсия**  
**Высокий темп**

**Influence**  
Влияние

**Дружелюбный мир**  
**Ориентация на людей**

## Поведение:

Заинтересованность, тактильные контакты, иногда нарушение личных границ, желание завоевать внимание окружающих

## Мимика и жесты:

Эмоциональность, постоянная жестикуляция, использование жаргонизмов, идиом

## Одежда:

Одевается модно, иногда броско, используя яркие цвета и аксессуары, макияж

## Рабочее место:

Подчеркивает уникальность владельца (аквариум, коллаж, зимний сад и т.д.)

## Фразы:

Великолепная идея!  
Думаю, что я легко смогу его уговорить!  
Не беспокойтесь, я точно смогу это сделать!

## Стиль коммуникации:

Предпочитает активно говорить







# КАК РАБОТАТЬ С ЖЕЛТЫМ ТИПОМ



**ИДЕЙНЫЙ  
ВДОХНОВИТЕЛЬ**

**ВРЕМЯ:**

Поддерживайте **постоянную связь**. Расскажите об этом аспекте работы на встрече

**ЭФФЕКТИВНОСТЬ:** этот тип принимает решения быстро, но также быстро теряет интерес. Вы должны быть убедительными и интересными.

**ЧЕТКОСТЬ:**

Не углубляйтесь в детали. Важна общая большая картина

**ФОКУС НА ИСТОРИИ  
УСПЕХА:**

Представьте конкретные примеры и бизнес-кейсы, свой послужной список

**ИДЕЯ:** продавайте интересную удобную идею для уникального бизнеса, без которой не прожить

Рабочий формат:  
**WORKSHOP**

# Тип STEADINESS



Интроверсия  
Низкий темп

сочувствующий  
ободряющий  
терпеливый  
надежный

**S** Steadiness  
Постоянство

Дружелюбный мир  
Ориентация на людей

## Одежда:

Неброская одежда, стандартные фасоны, легко вписывается в окружающую среду

## Рабочее место:

Нейтральное, но можно увидеть предметы личного характера: фото семьи, детей, растения. Все хорошо организовано, по домашнему

## Поведение:

Интерес к собеседнику, внимание, доброжелательность, осторожность к новым предложениям

## Мимика и жесты:

Мягкость, дружелюбие, тенденция соглашаться, скудность ярких эмоций.

## Фразы:

«Давайте выслушаем мнение всех сотрудников!»  
«Это не стоит того, чтобы затевать спор»  
«Я полностью поддерживаю»

## Стиль коммуникации:

Слушает, подстраивается под собеседника









## ГУМАНИСТЫ

**ВРЕМЯ:** Выделите время на установление контакта. Гуманистам нужно чувствовать себя в **безопасности**

**ФОКУС НА ЛЮДЕЙ:** Представьте положительные отзывы от ваших клиентов, познакомьте с командой проекта

**ЭФФЕКТИВНОСТЬ:** Возьмите на себя **роль эксперта-консультанта** и проведите такого клиента через весь процесс принятия решений

**КЛАССИЧЕСКИЙ ПОДХОД:** Не продавайте новое, сложное, требующее изменений в подходе.

**ЧЕТКОСТЬ:** Продавайте им **видение**. Помогите им визуализировать результаты

Рабочий формат:  
**КРАСИВЫЙ  
АНАЛИТИЧЕСКИЙ  
ОТЧЕТ И  
УСПЕШНАЯ  
ПРЕЗЕНТАЦИЯ**

# Тип COMPLIANCE



Враждебный мир  
Ориентация на задачу

**C Compliance**  
Соответствие

Интроверсия  
Низкий темп

точный  
осторожный  
рассудительный  
осмотрительный

## Поведение:

Пунктуальность, следование  
правилам, составление плана

## Мимика и жесты:

Осторожность,  
скептицизм,  
сдержанность,  
краткость, избегание  
тактильности

## Одежда:

Известные  
«правильные» бренды,  
подбирает гардероб под  
окружение

## Рабочее место:

Ничего личного, чистота и порядок. У  
каждой вещи своя функция. Рабочая  
информация: графики, схемы.

## Фразы:

«Давайте я еще раз проверю  
расчеты!»  
«Это кто-то проверял?»  
«В рамках нашего бюджета мы  
можем...»

## Стиль коммуникации:

Предпочитает  
письменно излагать  
свои мысли





# КАК РАБОТАТЬ С СИНИМ ТИПОМ



**АНАЛИТИК**

**ВРЕМЯ:** Не торопите!  
Подробно ответьте на вопросы. Дайте больше детальной информации для понимания.

**ЭФФЕКТИВНОСТЬ:**  
меньше времени на разговор об общих моментах, а больше обсуждать конкретику

**ЧЕТКОСТЬ:**  
Всегда предоставляйте **цифры и данные**, когда делаете какие-либо утверждения

**ФОКУС НА КЕЙСЫ:**  
Оперируйте статистикой, кейсами из Вашего опыта

**ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ:**  
Не пытайтесь форсировать личные отношения, не льстите, не нарушайте границ

Рабочий формат:  
**АНАЛИТИЧЕСКИЙ ОТЧЕТ**  
с четкой структурой





**ВОПРОСЫ???**

