

CATALYST
СЕРИЯ ПО ПРОДАЖАМ

50

ИНСТРУМЕНТОВ ВЫЯВЛЕНИЯ РЕАЛЬНЫХ ПОТРЕБНОСТЕЙ КЛИЕНТА

Сергей Анисимов

SALES & BUSINESS TRAINER

Сергей Анисимов

**50 инструментов выявления
реальных потребностей клиента**

«Издательские решения»

Анисимов С.

50 инструментов выявления реальных потребностей клиента /
С. Анисимов — «Издательские решения»,

ISBN 978-5-00-692689-9

Простые и понятные инструменты для выявления реальных потребностей клиента. Книга учит смещать фокус с жалоб на задачу, видеть важность и возможность изменений, вести живой, честный и продуктивный диалог без давления и пустой траты времени.

ISBN 978-5-00-692689-9

© Анисимов С.
© Издательские решения

Содержание

Введение	6
Блок I. От жалобы к задаче	8
О чём этот блок	8
Инструмент 1. Разворот от симптома к задаче	9
Инструмент 2. От «не устраивает» к «нужно изменить»	10
Инструмент 3. Сужение расплывчатого запроса	11
Инструмент 4. От эмоций к смыслу	12
Инструмент 5. Что именно здесь не работает	13
Инструмент 6. Где проблема, а где просто неудобство	14
Инструмент 7. Когда жалоба – это не потребность	15
Инструмент 8. От рассказа к формулировке	16
Инструмент 9. Проверка: есть ли здесь задача	17
Инструмент 10. Что должно измениться, чтобы вопрос исчез	18
БЛОК II. Значимость и приоритет	19
О чём этот блок	19
Инструмент 11. Что здесь важнее всего	20
Конец ознакомительного фрагмента.	21

50 инструментов выявления реальных потребностей клиента

Сергей Анисимов

© Сергей Анисимов, 2026

ISBN 978-5-0069-2689-9

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

Введение

Почему в продажах «выявляют» много, а находят мало

Большинство разговоров о потребностях выглядят правильно.

Продавец задаёт вопросы. Клиент отвечает. Диалог идёт спокойно и логично.

Но в конце разговора часто остаётся одно и то же ощущение:

поговорили – и разошлись.

Интерес был. Понимание было.

А потребности, которая ведёт к решению, – нет.

Проблема здесь не в количестве вопросов и не в их качестве.

Проблема в том, что под словом «потребность» слишком часто понимают всё подряд: жалобы, эмоции, неудобства, общие рассуждения и даже вежливый интерес. В результате продавец начинает работать с тем, что выглядит как запрос, но на самом деле им не является.

Реальная потребность – это не то, что клиент рассказывает.

Это то, ради чего он **готов что-то менять**.

Эта книга не про техники допроса и не про «правильные вопросы».

Она про другое: как в разговоре понять, есть ли здесь задача, есть ли значимость, есть ли возможность изменений и есть ли готовность двигаться дальше.

Инструменты в этой книге нужны не для того, чтобы получить больше информации.

Они нужны для того, чтобы **принять решение о самом разговоре**:

стоит ли его продолжать, углублять или корректно завершать.

Эта книга подойдёт тем, кто:

- ведёт сложные или длительные продажи;
- регулярно сталкивается с ситуацией «клиенту интересно, но он не решается»;
- не хочет тратить время на разговоры без движения;
- работает с B2B, сервисными или экспертными продуктами;
- предпочитает спокойный, аналитичный стиль продаж без давления.

Эта книга не подойдёт тем, кто:

- ищет готовые скрипты «на все случаи»;
- ожидает универсальные формулы убеждения;
- продаёт через жёсткий дожим или эмоциональное давление;

Книга построена так, чтобы вы могли использовать её не подряд, а по ситуации.

Открывать нужную часть, выбирать инструмент и смотреть не на ответы клиента, а на то, **как меняется его фокус и логика рассуждений**.

Иногда результатом работы инструмента становится чётко сформулированная потребность.

Иногда – понимание, что потребности нет.

И это тоже результат.

Если после разговора вам стало понятнее:

- есть ли здесь задача,
 - насколько она важна,
 - возможны ли изменения в принципе,
- значит, инструмент сработал.

Как устроены инструменты в этой книге

Инструменты в этой книге – это не вопросы и не приёмы влияния.

Их задача – не получить ответ, а **проверить, что происходит с мышлением клиента в момент разговора.**

Каждый инструмент направлен на один конкретный сдвиг:

прояснить задачу, проверить значимость, увидеть ограничения, сформулировать результат или понять готовность к изменениям. Инструменты не ускоряют клиента и не подталкивают его к решению. Они помогают увидеть, **есть ли вообще к чему двигаться.**

Важно понимать: в этой книге нет «правильных» ответов клиента.

Один и тот же вопрос может привести к движению вперёд, а может показать, что потребности пока нет. Оба варианта считаются рабочим результатом.

При использовании инструмента стоит обращать внимание не на слова, а на признаки:

- меняется ли фокус клиента;
- появляются ли уточнения вместо общих формулировок;
- сокращается ли речь и становится ли она точнее;
- возвращается ли клиент к сказанному позже в разговоре.

Если после инструмента клиент продолжает рассказывать, но не формулирует задачу – это сигнал.

Если начинает выбирать, уточнять и связывать – это тоже сигнал.

Инструменты не нужно использовать подряд.

Их не стоит превращать в список вопросов или «прогонять» клиента по пунктам. Каждый инструмент применяется в конкретный момент разговора – тогда, когда появляется сомнение, расплывчатость или ощущение, что диалог идёт, но не движется.

Некоторые инструменты могут показаться простыми.

Это сделано намеренно. Простота формулировок позволяет использовать их в живом разговоре, не ломая контакт и не создавая ощущения техники.

Если инструмент не сработал – его не нужно усиливать или повторять.

Чаще всего это означает, что разговор ещё не дошёл до нужной точки или что потребности в принципе нет. В обоих случаях продолжать давление – ошибка.

Эта книга не учит «выявлять потребности любой ценой».

Она помогает работать аккуратно, честно и экономно – по отношению к себе и к клиенту.

Блок I. От жалобы к задаче

О чём этот блок

Большинство разговоров о потребностях начинаются с жалоб.

Клиент описывает ситуацию, делится тем, что его не устраивает, рассказывает о сложностях, неудобствах и раздражающих факторах. Разговор может быть подробным, логичным и даже эмоционально насыщенным, но при этом оставаться на одном уровне – уровне описания.

Жалоба сама по себе ещё не является задачей.

И тем более она не является потребностью, которая ведёт к решению.

Основная ошибка на этом этапе – принимать любое недовольство за запрос. В результате продавец начинает углубляться, предлагать идеи и варианты там, где клиент ещё не понял, **что именно он хочет изменить** и хочет ли менять вообще.

Эта часть посвящена первому и самому важному переходу в разговоре:

от рассказа о ситуации – к формулированию задачи.

Инструменты этого блока помогают:

- отличать эмоции от смысла;
- отделять симптомы от причин;
- понимать, есть ли за жалобой конкретная задача;
- не втягиваться в обсуждение там, где предмет разговора ещё не оформлен.

Важно: задача клиента не обязательно должна быть сформулирована идеально.

На этом этапе достаточно, чтобы она появилась **хотя бы в черновом виде** – как направление, а не как решение. Если задачи нет вовсе, это тоже результат, который позволяет корректно остановить разговор или изменить его фокус.

Инструменты этой части не ускоряют диалог и не подталкивают клиента.

Они замедляют разговор ровно настолько, чтобы клиент перестал рассказывать и начал **осмысливать**. Часто это сопровождается паузами, уточнениями и попытками переформулировать свои же слова – это нормальные и полезные сигналы.

Если после применения инструмента клиент продолжает описывать ситуацию, но не может выделить, с чем именно нужно разобраться, значит разговор пока находится слишком рано для решений.

Если же появляется формулировка задачи – разговор получает направление, с которым уже можно работать дальше.

Инструмент 1. Разворот от симптома к задаче

Что мы проверяем этим инструментом

Понимает ли клиент, **что именно нужно изменить**,

или он пока описывает только то, что его раздражает или не устраивает.

Инструмент помогает отделить:

- описание ситуации
- от
- наличия задачи, с которой вообще имеет смысл работать.

Если задачи нет, разговор может быть длинным и вежливым, но он никуда не ведёт.

Как это звучит в разговоре

Вопросы задаются после того, как клиент описал ситуацию.

- «Если убрать детали, с чем здесь нужно разобраться в первую очередь?»
- «Что в этой ситуации для вас самое главное?»
- «Что должно измениться, чтобы этот вопрос был закрыт?»

Один вопрос – пауза – реакция.

Без уточнений, без подталкивания, без продолжения за клиента.

Как клиент начинает думать после этого

Клиент перестаёт рассказывать и начинает **выбирать**.

Фокус смещается:

- с эмоций – на смысл,
- с прошлого – на желаемое изменение,
- с описания – на формулирование задачи.

Часто возникает пауза.

Это нормальный сигнал: человек впервые не объясняет ситуацию, а **пытается её осмыслить**.

Сигналы реальной потребности

Инструмент сработал, если вы замечаете:

- появляются глаголы действий:
- *изменить, сократить, убрать, переобратить*;
- формулировки становятся короче и точнее;
- клиент сам возвращается к этой формулировке дальше по разговору;
- появляется логика «если это решить, то...».

Если остаётся только описание и эмоции – потребность ещё не оформлена.

Когда инструмент не работает

- клиент не заинтересован в изменениях;
- запрос формальный или навязанный;
- разговор начат слишком рано, без контекста;
- вы перебиваете клиента, не дав ему выговориться.

В этих случаях инструмент вызывает формальные ответы или раздражение.

Как не сломать разговор

- не торопить ответ;
- не предлагать свою формулировку раньше клиента;
- не исправлять задачу сразу, даже если она звучит слабо.

Задача инструмента – **помочь клиенту назвать задачу**, а не сделать её правильной или удобной для вас.

Инструмент 2. От «не устраивает» к «нужно изменить»

Что мы проверяем этим инструментом

Готов ли клиент перейти
от оценки текущей ситуации
к признанию необходимости изменений.

Фраза «меня это не устраивает» может означать что угодно:
раздражение, усталость, плохое настроение или реальную задачу.

Этот инструмент проверяет, есть ли за недовольством **намерение что-то менять**,
а не просто высказаться.

Как это звучит в разговоре

Инструмент используется после того, как клиент обозначил недовольство.

- «Что в этом вы бы хотели изменить?»
- «С чем из этого вы готовы что-то делать?»
- «Если оставить всё как есть, это для вас ок или нет?»

Один вопрос.

Без пояснений и без попытки направить ответ.

Как клиент начинает думать после этого

Клиент перестаёт оценивать ситуацию и начинает **занимать позицию**.

Фокус смещается:

- с эмоций – на действия,
- с общего недовольства – на выбор,
- с «не нравится» – на «готов / не готов менять».

Часто в этот момент клиент сам уточняет или корректирует сказанное ранее.

Это признак того, что разговор становится для него более серьёзным.

Сигналы реальной потребности

Инструмент сработал, если:

- клиент прямо говорит о желании изменений;
- появляется формулировка «нужно», а не «хотелось бы»;
- он сам уточняет границы: что менять готов, а что – нет;
- снижается эмоциональный фон, речь становится спокойнее.

Если клиент уходит в рассуждения или смягчает позицию – готовности пока нет.

Когда инструмент не работает

- клиент использует разговор как способ выговориться;
- у него нет полномочий что-то менять;
- ситуация для него не приоритетна;
- разговор ведётся «на будущее», без контекста.

В этих случаях вопрос будет возвращать клиента к общим словам.

Как не сломать разговор

- не интерпретировать недовольство как запрос;
- не подталкивать к признанию «надо менять»;
- не спорить, если клиент выбирает оставить всё как есть.

Если клиент не готов к изменениям, это важно **зафиксировать**, а не переубеждать.

Инструмент 3. Сужение расплывчатого запроса

Что мы проверяем этим инструментом

Есть ли у запроса **конкретный фокус**,

или клиент пока говорит максимально широко, чтобы ни к чему не привязываться.

Фразы вроде «в целом», «вообще», «надо бы», «есть вопросы» звучат безопасно, но за ними часто нет ни задачи, ни готовности что-то решать.

Инструмент проверяет, способен ли клиент **сузить разговор до одной точки**.

Как это звучит в разговоре

Инструмент используется, когда запрос звучит слишком обобщённо.

– «Если выбрать один момент, с которого имеет смысл начать, что это будет?»

– «Что из этого сейчас самое проблемное?»

– «Если оставить только один вопрос, какой он?»

Один вопрос – пауза.

Без перечислений и без подсказок.

Как клиент начинает думать после этого

Клиенту приходится **отказываться от широты**.

Фокус смещается:

– с «всё сразу» – на «что именно»;

– с безопасных общих слов – на конкретику;

– с обсуждения – на выбор.

Если запрос реальный, клиент начинает сужать сам.

Если нет – он пытается снова расширить тему или уходит в абстракции.

Сигналы реальной потребности

Инструмент сработал, если:

– клиент называет один конкретный аспект;

– перестаёт перечислять всё подряд;

– начинает уточнять детали именно этого пункта;

– использует формулировки «здесь», «в этом месте», «сейчас».

Если ответ остаётся широким – потребность пока не оформлена.

Когда инструмент не работает

– клиент не хочет брать на себя ответственность за выбор;

– запрос носит обзорный или ознакомительный характер;

– разговор ведётся без привязки ко времени;

– собеседник не является владельцем проблемы.

В этих случаях клиент будет избегать сужения.

Как не сломать разговор

– не сужать за клиента;

– не предлагать варианты вместо него;

– не превращать вопрос в допрос из нескольких шагов.

Если клиент не готов сузить запрос, это важно **принять**, а не продавить.

Инструмент 4. От эмоций к смыслу

Что мы проверяем этим инструментом

Что именно стоит за эмоциональной реакцией клиента:

конкретная проблема, усталость от ситуации или общее раздражение.

Эмоции могут усиливать разговор, но они не дают направления.

Инструмент проверяет, способен ли клиент **отделить переживание от сути вопроса**.

Как это звучит в разговоре

Инструмент используется после эмоционального комментария или оценки.

– «Если убрать эмоции, в чём здесь суть?»

– «Что именно в этой ситуации для вас важно?»

– «С чем здесь сложнее всего, если говорить по делу?»

Один вопрос.

Спокойно, без акцента на эмоциях.

Как клиент начинает думать после этого

Фокус смещается:

– с переживания – на содержание;

– с оценки – на понимание;

– с реакции – на анализ.

Клиент либо выделяет конкретный смысл,

либо снова возвращается к эмоциям.

Во втором случае это сигнал, что разговор пока не готов к решениям.

Сигналы реальной потребности

Инструмент сработал, если:

– эмоциональный фон снижается;

– появляется объяснение, а не повтор эмоции;

– клиент использует нейтральные формулировки;

– начинает говорить о последствиях, а не о чувствах.

Если эмоция остаётся центральной, потребность ещё не оформлена.

Когда инструмент не работает

– клиенту важно выговориться, а не решать;

– ситуация свежая и эмоционально острая;

– разговор ведётся слишком рано;

– вы обрываете клиента до того, как он выразился.

В этих случаях инструмент вызывает сопротивление.

Как не сломать разговор

– не обесценивать эмоции;

– не переводить разговор в холодную логику резко;

– не использовать вопрос как «остынь».

Инструмент не убирает эмоции,

он **возвращает разговору смысл**.

Инструмент 5. Что именно здесь не работает

Что мы проверяем этим инструментом

Отделяет ли клиент **факт сбоя** от общего недовольства ситуацией.

Очень часто фраза «у нас плохо работает» скрывает за собой разное: ожидания, эмоции, чужие ошибки или просто отсутствие результата.

Инструмент проверяет, способен ли клиент **указать конкретное место поломки**, а не говорить о системе целиком.

Как это звучит в разговоре

Инструмент используется после общих оценок.

– «Что именно здесь не работает так, как должно?»

– «В каком месте всё начинает ломаться?»

– «Где вы впервые видите, что что-то идёт не так?»

Один вопрос – пауза.

Без просьб «привести пример» и без уточнений.

Как клиент начинает думать после этого

Фокус смещается:

– с общего недовольства – на конкретную точку;

– с оценок – на наблюдение;

– с результата – на процесс.

Клиент либо начинает описывать конкретный момент, либо снова уходит в общие слова.

Во втором случае задача ещё не сформирована.

Сигналы реальной потребности

Инструмент сработал, если:

– клиент называет конкретный этап, момент или действие;

– появляются слова «в этот момент», «после этого», «когда»;

– разговор становится более точным;

– клиент сам уточняет детали.

Если ответ остаётся на уровне «езде» или «в целом», потребность не оформлена.

Когда инструмент не работает

– клиент не погружён в процесс;

– собеседник пересказывает чужую проблему;

– проблема воспринимается как фон, а не как сбой;

– разговор идёт слишком обобщённо.

В этих случаях клиенту сложно указать конкретную точку.

Как не сломать разговор

– не требовать точности сразу;

– не исправлять клиента;

– не подсказывать «где именно».

Если клиент не может назвать место сбоя, это важный сигнал для вас, а не повод давить.

Инструмент 6. Где проблема, а где просто неудобство

Что мы проверяем этим инструментом

Является ли описываемая ситуация **проблемой, требующей изменений**, или это неудобство, с которым клиент научился жить.

Многие разговоры в продажах начинаются с жалоб, которые на самом деле не мешают двигаться дальше. Инструмент помогает понять, есть ли здесь точка напряжения или разговор идёт вокруг привычного дискомфорта.

Как это звучит в разговоре

Инструмент используется после описания трудностей.

- «Это именно проблема или скорее неудобство?»
- «С этим можно жить или это реально мешает?»
- «Если оставить всё как есть, это для вас нормально или нет?»

Один вопрос.

Без оценки и без намёка на «правильный» ответ.

Как клиент начинает думать после этого

Клиенту приходится **дать оценку значимости**, а не просто описывать ситуацию.

Фокус смещается:

- с фактов – на последствия,
- с привычки – на выбор,
- с «есть сложности» – на «мешает / не мешает».

Часто клиент впервые задумывается, стоит ли вообще что-то менять.

Сигналы реальной потребности

Инструмент сработал, если:

- клиент прямо говорит, что ситуация мешает;
- появляется эмоциональная или логическая жёсткость;
- звучит мысль «так дальше нельзя»;
- клиент сам усиливает значимость проблемы.

Если клиент выбирает формулировки «неудобно, но терпимо» – потребности пока нет.

Когда инструмент не работает

- клиент привык к текущему положению дел;
- изменения несут для него больший риск, чем неудобство;
- разговор ведётся слишком рано;
- запрос не принадлежит самому собеседнику.

В этих случаях клиент будет минимизировать значимость.

Как не сломать разговор

- не убеждать, что это «точно проблема»;
- не спорить с выбором клиента;
- не усиливать давление, если клиент выбирает терпеть.

Если клиент считает ситуацию допустимой, это важное решение, а не ошибка.

Инструмент 7. Когда жалоба – это не потребность

Что мы проверяем этим инструментом

Является ли жалоба **поводом для действий**

или это просто форма разрядки, привычный способ описывать реальность.

Не каждая жалоба означает запрос.

Иногда клиенту важно быть услышанным, но не важно что-то менять.

Инструмент помогает **не принять разговор «про пожаловаться» за разговор «про решение»**.

Как это звучит в разговоре

Инструмент используется, когда жалоба звучит развернуто, но без направления.

– «Вы хотите с этим что-то сделать или просто обозначить ситуацию?»

– «Это вопрос, который нужно решать, или скорее наблюдение?»

– «Для вас здесь важнее разобраться или просто зафиксировать, как есть?»

Один вопрос.

Спокойно и прямо, без смягчений.

Как клиент начинает думать после этого

Клиенту приходится **определить цель разговора**.

Фокус смещается:

– с выражения недовольства – на намерение;

– с рассказа – на позицию;

– с эмоций – на выбор формата диалога.

Очень часто именно в этот момент становится ясно, зачем разговор вообще происходит.

Сигналы реальной потребности

Инструмент сработал, если:

– клиент говорит о желании что-то изменить;

– обозначает ожидания от разговора;

– начинает задавать уточняющие вопросы;

– переходит от прошлого опыта к будущим действиям.

Если клиент выбирает вариант «просто поделиться», потребности нет – и это нормально.

Когда инструмент не работает

– клиент не готов к прямым вопросам;

– разговор носит неформальный характер;

– собеседник не является владельцем проблемы;

– вы задаёте вопрос слишком рано, без контекста.

В этих случаях инструмент может восприниматься как резкий.

Как не сломать разговор

– не оправдываться за прямоту вопроса;

– не переводить жалобу в задачу насильно;

– не продолжать продавать, если клиент выбрал формат «обсудить».

Если цель разговора – не решение,

её важно **принять и зафиксировать**, а не менять.

Инструмент 8. От рассказа к формулировке

Что мы проверяем этим инструментом

Способен ли клиент **свернуть длинный рассказ в одну мысль**,

или он пока удерживает разговор на уровне описаний и деталей.

Длинный рассказ часто создаёт ощущение глубины,

но при этом не даёт направления.

Инструмент проверяет, может ли клиент **сам сформулировать суть**, не опираясь на пересказ.

Как это звучит в разговоре

Инструмент используется после развернутого объяснения.

– «Если коротко, о чём здесь речь?»

– «Как бы вы сформулировали это в одном предложении?»

– «Если убрать детали, в чём главный вопрос?»

Один вопрос – пауза.

Без резюмирования за клиента.

Как клиент начинает думать после этого

Клиенту приходится **сжать мысль**.

Фокус смещается:

– с деталей – на суть,

– с процесса – на смысл,

– с объяснения – на формулировку.

Если клиент может свернуть рассказ – появляется направление.

Если нет – разговор пока остаётся описательным.

Сигналы реальной потребности

Инструмент сработал, если:

– клиент формулирует одну мысль, а не абзац;

– перестаёт возвращаться к деталям;

– использует обобщающие слова без потери смысла;

– сам проверяет формулировку и уточняет её.

Если клиент снова разворачивает рассказ – задача ещё не оформлена.

Когда инструмент не работает

– клиенту важно проговорить ситуацию полностью;

– рассказ носит эмоциональный характер;

– вы перебиваете слишком рано;

– разговор идёт без доверия.

В этих случаях клиент будет сопротивляться сжатию.

Как не сломать разговор

– не торопить с ответом;

– не подсказывать формулировку;

– не исправлять сказанное сразу.

Сильная формулировка должна **родиться у клиента**,

а не быть предложенной вами.

Инструмент 9. Проверка: есть ли здесь задача

Что мы проверяем этим инструментом

Есть ли в разговоре **задача, с которой можно работать**,

или диалог всё ещё находится на уровне обсуждения, обмена мнениями и наблюдений.

Иногда разговор выглядит содержательным, но при этом не содержит ни одной точки, где требуется изменение. Этот инструмент – прямая проверка: **есть ли здесь предмет для действий**.

Как это звучит в разговоре

Инструмент используется после того, как клиент уже что-то описал и сформулировал.

– «Если смотреть на это как на задачу, в чём она?»

– «С чем здесь нужно разобраться в первую очередь?»

– «Какую задачу вы хотите решить в итоге?»

Один вопрос.

Без попытки направить или сузить ответ.

Как клиент начинает думать после этого

Клиент либо **признаёт наличие задачи**,

либо понимает, что пока её нет.

Фокус смещается:

– с обсуждения – на формулирование;

– с рассказа – на цель;

– с общего понимания – на необходимость действий.

Очень часто после этого вопроса разговор либо резко упрощается, либо останавливается.

Оба варианта полезны.

Сигналы реальной потребности

Инструмент сработал, если:

– клиент формулирует задачу в виде действия или результата;

– исчезают общие рассуждения;

– появляется ясность, что именно нужно менять;

– клиент сам подтверждает значимость задачи.

Если в ответе нет действия или результата – задачи пока нет.

Когда инструмент не работает

– разговор носит исследовательский характер;

– клиенту важно обсудить тему, а не решать;

– собеседник не является владельцем проблемы;

– вопрос задан слишком рано.

В этих случаях клиент будет уходить от формулировки.

Как не сломать разговор

– не настаивать на формулировке любой ценой;

– не подменять отсутствие задачи своей;

– не продолжать продавать, если задачи нет.

Отсутствие задачи – это не провал,

а честный результат разговора.

Инструмент 10. Что должно измениться, чтобы вопрос исчез

Что мы проверяем этим инструментом

Видит ли клиент **конечную точку изменений**, или он застрял в бесконечном обсуждении процесса.

Пока клиент говорит только о том, что не так, разговор остаётся в прошлом.

Этот инструмент проверяет, может ли клиент **мысленно представить состояние, в котором вопрос больше не существует**.

Как это звучит в разговоре

Инструмент используется после того, как задача уже обозначена, но решение не оформлено.

- «Что должно измениться, чтобы этот вопрос для вас был закрыт?»
- «В какой момент вы поймёте, что проблема исчезла?»
- «Как будет выглядеть ситуация, когда к этому не придётся возвращаться?»

Один вопрос – пауза.

Без предложений и без подсказок.

Как клиент начинает думать после этого

Фокус смещается:

- с текущей сложности – на будущее состояние;
- с процесса – на результат;
- с обсуждения – на критерии завершённости.

Клиент либо начинает описывать конкретные изменения, либо понимает, что не представляет, как выглядит «стало нормально».

Оба варианта дают ясность.

Сигналы реальной потребности

Инструмент работал, если:

- клиент описывает конкретные признаки изменений;
- появляются критерии «будет / не будет»;
- разговор становится короче и точнее;
- клиент сам фиксирует: «тогда вопрос закрыт».

Если ответ остаётся размытым, потребность ещё не оформлена до конца.

Когда инструмент не работает

- задача сформулирована слишком абстрактно;
- клиент не думает в категориях результата;
- разговор ведётся без привязки ко времени;
- собеседник не заинтересован в завершении вопроса.

В этих случаях клиенту сложно увидеть финальную точку.

Как не сломать разговор

- не рисовать результат за клиента;
- не подменять его критерии своими;
- не торопить с формулировкой.

Результат должен быть **узнаваемым для клиента**, а не удобным для вас.

БЛОК II. Значимость и приоритет

О чём этот блок

Даже когда задача сформулирована, это ещё не означает, что с ней будут что-то делать. Во многих разговорах задача есть, но она живёт где-то на фоне: «да, это проблема», «да, с этим надо что-то решать», «да, когда-нибудь вернёмся».

Разговор выглядит разумным, логика понятна, но движения нет.

Причина чаще всего не в сомнениях и не в отсутствии решения.

Причина в том, что задача **не является приоритетной**.

Этот блок посвящён проверке значимости.

Инструменты помогают понять:

- насколько задача действительно важна для клиента;
- где она находится среди других вопросов;
- готов ли клиент уделять ей внимание и ресурсы;
- или она существует только на уровне правильных слов.

На этом этапе часто становится видно расхождение между тем, **что клиент говорит**, и тем, **что он готов делать**. И это нормальный момент разговора, а не сопротивление или возражение.

Инструменты блока не усиливают давление и не «подталкивают к решению».

Они делают приоритеты видимыми. Иногда это приводит к движению вперёд. Иногда – к честному признанию, что сейчас есть более важные задачи.

Оба варианта полезны.

Если задача оказывается неприоритетной, разговор можно корректно остановить или перевести в другой формат, не создавая иллюзий и ожиданий.

Если же значимость подтверждается, разговор получает опору для следующего шага.

Этот блок особенно важен в ситуациях, где:

- клиент говорит «да, это важно», но постоянно откладывает;
- обсуждение возвращается к одной и той же теме без прогресса;
- решение логично, но не становится срочным.

Инструменты ниже помогают отделить **интерес** от **настоящей важности** и понять, с чем имеет смысл работать прямо сейчас.

Инструмент 11. Что здесь важнее всего

Что мы проверяем этим инструментом

Есть ли у задачи **реальный приоритет**,

или она существует наравне с десятками других вопросов и потому никуда не движется.

Клиент может признавать проблему, понимать её логику и даже соглашаться с необходимостью изменений, но при этом не считать её самой важной. Инструмент проверяет, **на каком месте эта задача стоит прямо сейчас**

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «Литрес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на Литрес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.