

CATALYST
СЕРИЯ ПО ПРОДАЖАМ

50

ИНСТРУМЕНТОВ
ВЫЯВЛЕНИЯ
РЕАЛЬНЫХ
ПОТРЕБНОСТЕЙ
КЛИЕНТА

Сергей Анисимов

SALES & BUSINESS TRAINER

Сергей Анисимов
50 инструментов
выявления реальных
потребностей клиента

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=73313143

ISBN 9785006926899

Аннотация

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.

Содержание

Введение	5
Блок I. От жалобы к задаче	10
О чём этот блок	10
Инструмент 1. Разворот от симптома к задаче	12
Инструмент 2. От «не устраивает» к «нужно изменить»	15
Инструмент 3. Сужение расплывчатого запроса	18
Инструмент 4. От эмоций к смыслу	21
Инструмент 5. Что именно здесь не работает	23
Инструмент 6. Где проблема, а где просто неудобство	25
Инструмент 7. Когда жалоба – это не потребность	27
Инструмент 8. От рассказа к формулировке	30
Инструмент 9. Проверка: есть ли здесь задача	32
Инструмент 10. Что должно измениться, чтобы вопрос исчез	34
БЛОК II. Значимость и приоритет	36
О чём этот блок	36
Инструмент 11. Что здесь важнее всего	38
Конец ознакомительного фрагмента.	39

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, пересобрать*;
- 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 продать.

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 «везде» 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 сработал, 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.