

Заполни меня	С кем я общаюсь:
Цель встречи:	
Самоустановка (на что необходимо обратить внимание, с учетом анализа предыдущих встреч):	

К чему нужно прийти в разговоре, какие выгоды показать:	Необходимая информация о текущей работе клиента:

Тема для разговора (Проблемные вопросы):

Почему это важно (Извлекающие и Направляющие вопросы):

Тема для разговора (Проблемные вопросы):

Почему это важно (Извлекающие и Направляющие вопросы):

Тема для разговора (Проблемные вопросы):

Почему это важно (Извлекающие и Направляющие вопросы):

Тема для разговора (Проблемные вопросы):

Почему это важно (Извлекающие и Направляющие вопросы):

Привязывайте вопросы: к собственным наблюдениям, к словам клиента, к ситуациям 3-й стороны

Как резюмировать разговор и что предложить:

Контрольные вопросы:

- **В чем может быть польза для клиента, какие проблемы он решит и каких целей сможет достичь, если будет работать с нами?**
- **Понимает ли клиент, в чем заключается эта польза? Насколько это важно для него? Какие у него еще есть задачи и каковы их приоритеты?**
- **Готов ли кто-то на стороне клиента активно поддерживать и продвигать наше предложение внутри своей компании?**

Заполни меня	С кем я общаюсь:
Цель встречи:	
Самоустановка (на что необходимо обратить внимание, с учетом анализа предыдущих встреч):	

Процесс принятия решения (кого можно предложить привлечь к обсуждению и аргументы для встречи с руководством):

Ваши сильные стороны (какие критерии можно предложить):	Потенциальная уязвимость (какие критерии необходимо ослабить):
Какие критерии необходимо конкретизировать:	Какие стратегии необходимо для этого применить:

Какие критерии планирует использовать клиент:

Возможности:	Угрозы:	Удача:

Дополнительные требования к коммерческому предложению:

Следующие действия (о чем в итоге договорились):

Контрольные вопросы:

- *В чем заключаются задачи клиента и можем ли мы предложить их решение? Можем ли мы предложить решение лучшее, чем придумал клиент?*
- *В чем преимущества нашего предложения с учетом целей и задач клиента? Насколько эти преимущества понятны, чувствительны и нужны клиенту?*
- *В чем слабые стороны нашего предложения? Перекрываются ли они для клиента нашими сильными сторонами?*
- *Понятен ли нам процесс принятия решения? Готов ли кто-то на стороне клиента активно поддерживать выбор нашего предложения?*