

# **ФАСИЛИТАЦИЯ В ПРАКТИКЕ**

## **РИЦ 188**

Райт Наталья  
ООО «РИЦ Консультант-Саяны», РИЦ  
188, г. Абакан

# ФАСИЛИТАЦИЯ

облегчение, помощь группе или  
отдельному человеку в организации  
собственной деятельности (Википедия)

# ФАСИЛИТАТОР

• Это человек, обеспечивающий успешную групповую коммуникацию в соответствии с правилами, процедурами и регламентами.

• Фасилитатор помогает группе понять общую цель и поддерживает позитивную групповую динамику для достижения этой цели в процессе дискуссии, не защищая при этом одну из позиций или сторон.

• Слово «фасилитатор» — прямое заимствование английского facilitator, — производного от английского глагола «to facilitate» (с примерным значением «быть посредником»).

# ПРАВИЛА ПРОВЕДЕНИЯ ФАСИЛИТАЦИИ

- До встречи с группой — фасилитатор + заказчик (подготовка):
  - - тема;
  - - цель встречи;
  - - аудитория — с кем обсуждаем вопрос;
  - - наилучший результат встречи (Финальная доска);
  - - правила и временной регламент.
- Заказчиком формулируется **КЛЮЧЕВОЙ ВОПРОС**.
- Фасилитатор отвечает за процесс.
- Группа отвечает за результат.

# ПРИМЕР РИЦ 188

- Тема: ОИС «с нуля»;
- Цель встречи: Найти наилучшие решения, как если бы отдел создавался «с нуля»;
- Аудитория: РОИС, РГ, ведущие специалисты ОИС;
- Наилучший результат встречи (Финальная доска): Схема контакта с клиентом по-новому;
- Правила и временной регламент — 2,5 часа;
- Ключевой вопрос: Как иметь довольного клиента и зарабатывать на этом максимум?

# ФОКУСИРУЮЩИЙ ВОПРОС

- Формулируется с Заказчиком после определения темы, цели, результата и Ключевого вопроса;
- Всегда по теме;
- «Цепляет» и касается каждого;
- Близок людям, которые участвуют в сессии и эти люди в этой теме;
- Очень простой с точки зрения формулировки;
- Заранее продуманы «полюса».



## ПРИМЕР РИЦ 188

**.Насколько «на сейчас» наши клиенты довольны нами (компанией, системой, качеством обслуживания)?**

.1=совсем недовольны, есть постоянные жалобы и претензии;

.10=довольны на 100%, счастливы работать с нами, лояльны, информируют сразу о заходе конкурентов и т. п. критерии.

# ПРИМЕР РИЦ 188

**.Насколько сегодня мы максимально зарабатываем?**

•1=минимум, 80% клиентов — хронические должники;

•10=максимум, 80-90% клиентов оплачивают наши услуги вовремя месяц в месяц.



# ПРАВИЛА ПРОВЕДЕНИЯ ФАСИЛИТАЦИИ

- Дискуссия письменная;
- Пишем крупно и понятно;
- Думаем, пишем, потом говорим;
- Одна карта = одна идея;
- Ошибаться можно;
- Ваша карта — вы говорите, не более 30 сек. на комментарий, последнее слово за автором;
- «Конфликты фиксируем»;
- Правила меток — не более 2х на одну группу от одного участника.

# Тема: ОИС с нуля КИ? КАК ИМЕТЬ ДОВОЛЬНОГО КЛИЕНТА И ЗАРАБАТЫВАТЬ НА ЭТОМ МАКСИМУМ?

## Фин. Доска КОНТРОЛЬ

СХЕМА КОНТАКТА С КЛИЕНТОМ по-новому (новат)

Развить дистанционный сервис

ЛОГИСТИКА (районирование)

Удаленный сервис для малых и средних клиентов

Оптимизировать расходы по ФОТ

Услуги = оплата + ФОТ платит клиент

Объем платящих клиентов определяет набор услуг

Важно понимать, кто платит за услуги

Важно понимать, кто платит за услуги

Важно понимать, кто платит за услуги

Важно понимать, кто платит за услуги

Важно понимать, кто платит за услуги

Важно понимать, кто платит за услуги

Важно понимать, кто платит за услуги

Оценить роль Службы сервиса

Оценить затраты на каждого клиента

Применять схему работы АСО

Применять схему работы АСО

Применять схему работы АСО

Применять схему работы АСО

Применять схему работы АСО

Применять схему работы АСО

Применять схему работы АСО

Применять схему работы АСО

Применять схему работы АСО

Оформлять группы клиентов в контракт

Оформлять группы клиентов в контракт

Оформлять группы клиентов в контракт

Оформлять группы клиентов в контракт

Оформлять группы клиентов в контракт

Оформлять группы клиентов в контракт

Оформлять группы клиентов в контракт

Оформлять группы клиентов в контракт

Оформлять группы клиентов в контракт

Оформлять группы клиентов в контракт

Оформлять группы клиентов в контракт

Перевести клиентов на центр. сервис

Перевести клиентов на центр. сервис

Перевести клиентов на центр. сервис

Перевести клиентов на центр. сервис

Перевести клиентов на центр. сервис

Перевести клиентов на центр. сервис

Перевести клиентов на центр. сервис

Перевести клиентов на центр. сервис

Перевести клиентов на центр. сервис

Перевести клиентов на центр. сервис

Перевести клиентов на центр. сервис

Развить дистанционный сервис

ЛОГИСТИКА (районирование)

Важно понимать, кто платит за услуги

Важно понимать, кто платит за услуги

Важно понимать, кто платит за услуги

Важно понимать, кто платит за услуги

Важно понимать, кто платит за услуги

Важно понимать, кто платит за услуги

Важно понимать, кто платит за услуги

Важно понимать, кто платит за услуги

Важно понимать, кто платит за услуги

Важно понимать, кто платит за услуги

Важно понимать, кто платит за услуги

Важно понимать, кто платит за услуги

Важно понимать, кто платит за услуги

Важно понимать, кто платит за услуги

Важно понимать, кто платит за услуги

Важно понимать, кто платит за услуги

Важно понимать, кто платит за услуги

Важно понимать, кто платит за услуги

Важно понимать, кто платит за услуги

Важно понимать, кто платит за услуги

Важно понимать, кто платит за услуги

Важно понимать, кто платит за услуги

Важно понимать, кто платит за услуги

Важно понимать, кто платит за услуги

Развить дистанционный сервис

ЛОГИСТИКА (районирование)

# ВИДЫ ФАСИЛИТАЦИЙ, чаще всего используемые в РИЦ 188

- Закрытый сбор идей;
- Открытый сбор идей;
- World kafe;
- Ретроспектива проекта;
- Поток идей;
- ...



# ТЕМЫ, С КОТОРЫМИ МЫ РАБОТАЛИ



# Снятие возражений по цене в договорную компанию на 2017 год

- Цель: Собрать возражения и инструменты, помогающие их отработать
- Ключевой вопрос 1: Какие есть возражения у клиента при заключении нового договора?
- Ключевой вопрос 2: Какие инструменты (имеющиеся и новые) могут применяться у клиента для снятия возражений?
- Фокус-вопрос 1: Насколько получается снять возражения?
- Фокус-вопрос 2: Насколько эффективно используем имеющиеся инструменты?
- Финальная доска: Действия у клиента в XII-2017 и I-2018 по снятию возражений. По пяти приоритетным инструментам (матрица).

# ЗАВЕРШЕНИЕ СДЕЛКИ

- Цель: Выделить и прописать главные действия, которые неминуемо приводят к завершению сделки.
- Ключевой вопрос: Какие (ведущие к продаже) действия можно выполнять для завершения сделки?
- Фокус-вопрос: Насколько оцениваете процесс завершения сделки «на сегодня»?
  - 1 — работаем и к цели не приводит;
  - 10 — работа завершается продажей в 100% поставленных целей по плану сбыта.
- Финальная доска: Набор действий для успешного завершения сделки.
- *Как итог получился «чек-лист завершения сделки».*



КАКИЕ ДЕЙСТВИЯ  
МОЖНО ВЫПОЛНЯТЬ ДЛЯ  
ЗАВЕРШЕНИЯ СДЕЛКИ

ЛПРы I g

Перед выставлением  
счёта ОБЯЗАТЕЛЬНАЯ  
встреча со всеми  
ЛПР (победители и проигравшие)

Если счёт отдал  
НЕ ЛПР, то  
говорить внутр. прозвону

Обсудить с КЛ (ЛПР)  
препятствия оплаты  
и возможно для +

Привлечь сторонника  
для числения  
решения вопроса

Встреча с ЛПР  
и рассказ чем  
СПС будет полезна  
его КОМПАНИИ

ЛПР ЛИЧНЫЙ ВИЗИТ  
С ВЫЯСНЕНИЕМ  
ДАТЫ ОПЛАТЫ  
СЧЁТА

ПОДДЕРЖКА II

t° (6)

ПРОДОЛЖАТЬ ПОКАЗЫВАТЬ  
ценность К+ #  
пока ждем оплату

ООД не более 2х  
недель + ПЛОТНАЯ  
РАБОТА в течение  
ООД

ПОСЛЕСЧЁТНЫЕ III

5

ЗВОНОК / ВИЗИТ  
на следующий  
день после выстав-  
ления счёта

СКАЗАТЬ, ЧТО  
ЗАВИСИМА ОТ  
РУК-ЛД Ч <sup>поиск</sup>  
НУЖНА ИНФ. КОГДА?

Договориться по  
оплате клиент отпра-  
вляет платежку

ТЕХНОЛОГИЯ IV

счётоведения 4

СЧЕТ ВЫСТАВЛЯЕТСЯ  
А ВНИЗУ НАПИСАНО  
ВАША ВЫГОДА  
— РУБ.

СЧЁТ НА ЦВЕТНОЙ  
БУМАГЕ

Прикрепление к счёту  
кар. о выгодах  
приобретения К+ 2  
этом месяце

Вручать  
2 счётчика  
и 1 метр

+1 V

3

ПОДАРОК ОТ  
СЕБЯ  
(от благодарности  
до мат. вещей)

Предложить +1  
для стимула  
оплаты

## ПЕРЕЗАГРУЗКА ТЕМЫ «КОНКУРЕНТНАЯ БОРЬБА»

Метод: Поток идей. *(Итого идей на 3 листа 12 шрифтом)*

- Цель: Собрать максимум новых идей, активизировать и пересмотреть работоспособность имеющихся.
- Ключевой вопрос: Как нам активизировать конкурентную борьбу?
- Фокус-вопрос не используем.



# ПЕРЕЗАГРУЗКА ТЕМЫ «КОНКУРЕНТНАЯ БОРЬБА»

## Приоритетные идеи

- (12) Спец отдел по конкурентам (выход в паре со специалистом по конкурентной борьбе);
- (10) Визуализация (НМ для ЛПР, видеоролик, сравнение по наполнению на компе, листовки, расчеты);
- (8) Опыт других РИЦ;
- (6) Обязательное обучение по знанию систем конкурентов ежеквартально;
- (3) «День (неделя) облав»;
- (3) Кто поставил поверх конкурентов 2 и более систем в течение года освобождается от Деловой игры по продажам;
- (2) Клиентская база конкурентов на всех и для каждого.

# БЫТЬ ЗАМЕТНЫМИ И ПОЛЕЗНЫМИ ДЛЯ РУКОВОДИТЕЛЕЙ ОРГАНИЗАЦИИ (ПОЛЬЗЫ ЛПР)

- Цель: Найти и отобрать рабочие действенные технологии и инструменты, которые сделают нас заметными и полезными для ЛПР клиента.
- Ключевой вопрос: Что конкретно мы будем делать, чтобы быть заметными и полезными для ЛПР?
- Фокус-вопрос: Оцените, насколько сейчас мы заметны и полезны для ЛПР? («левая граница» - совсем не полезны и всегда есть риск отключения клиента от обслуживания;
- «правая граница» - заметны и полезны на 100% (риск отключения сведен к минимуму).
- Финальная доска: Набор конкретных действий, инструментов, технологий.

# АКТИВИЗАЦИЯ СБЫТА В ОИС

СБЫТ = восстановление, допродажи, вытеснение конк, продажи

• Цель: Найти идеи, инструменты, технологии для повышения сбыта в ОИС.

• Ключевой вопрос: Какие могут быть идеи, инструменты, технологии, чтобы повысить сбыт в ОИС?

• Фокус-вопрос: На каком уровне сбыт в ОИС сейчас?

• 1 - совсем нет сбыта; 10 — годовой установленный план максимум.

• Финальная доска: Список идей, инструментов, технологий, которые приводят к повышению сбыта. Список проранжирован с точки зрения «какой инструмент точнее, эффективнее приводит к увеличению продаж по сравнению с сегодняшним объемом (9 из 10, что если это делать, сбыт увеличится).



КонсультантПлюс  
РИЦ №188 Сети КонсультантПлюс  
КонсультантПлюс  
надежная правовая поддержка

КонсультантСаяны  
КонсультантПлюс  
КонсультантСаяны

**НАЙТИ ИДЕИ, ИНСТРУМЕНТЫ, ТЕХНОЛОГИИ ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ СБЫТА В ОИС** *Идеи*

**КАКИЕ МОГУТ БЫТЬ ИДЕИ, ИНСТРУМЕНТЫ, ТЕХНОЛОГИИ, ЧТОБЫ ПОВЫСИТЬ СБЫТ В ОИС?**

**КАКОЙ ИНСТРУМЕНТ, ДИМЕР, ЭФФЕКТИВНЕЕ ПРИВОДИТ К УВЕЛИЧЕНИЮ СБЫТА ПО СРАВНЕНИЮ С СЕГОДНЯШНИМ ОБЪЕМОМ СБЫТА (ЕСЛИ ЭТО ДЕЛАТЬ ТО 9 ИЗ 10 ПРЕДЛАЖИВАЮЩИХСЯ)**

**СБЫТ =** ПРОДАЖИ, ДОПРОДАЖИ, ВОССТАНОВЛЕНИЕ ВНЕШНИЕ КОММУНКАЦИИ

**УДАЧА**  
Бит с нуля не в 6 месяцев, а в 12

**Акцент на клиентом**  
Подвести клиента к перемене(ам)  
Постоянная работа в продажах хороша развивает соот-а навыков  
Любой рез-т это тоже опыт.  
Работа на Долгосрочные продажи  
Обратить внимание на сильные стороны конкурентов  
Знакие продукты

**Постоянно учиться**  
отработка навыков работа с возражениями  
знание продукта  
Инструмент - крутые стол по разбору конкур ситуации  
Трансляция пользы опыта (в группе, на ОИС)  
Предлагать помощь своим клиентам в конкур ситуации (сбор знаний)

**БЫТЬ В ПОИСКЕ НОВЫХ КЛИЕНТОВ**  
Где >, там > там  
Вернуть (создать) программу

**Технологии продаж**  
СЛАБИТЕ ЧЕЛОВЕКА!  
Плюсы и минусы (сравнение) Франшизы / Идея

**Тщательная Подготовка**  
Иметь в запасе готовое (когда (альтернатива))  
Проводить конкурентный анализ

**Поддержка**  
Поддержка ДИ, Кален (маркетинг, совет) работа с пенс.  
Барьеры мотивационные моральные

**Время клиента**  
Вовремя клиент водворное качество при продаже (чтобы пользоваться)

**Детали разбираться в какой-то области**  
Вести свой личный блог (работы)  
Аналитика программы - как пользоваться - кто платит

**ПРИДУМКА**  
Клиенты

**Клиент**  
До работы клиенту  
Сформировать ожидания на клиента  
Соблюдение договоренности  
Принять без проблем  
Не ронять за линию

**Без нужды**  
Уверенность в себе  
рассказать историю (продажа) как игру (продажа) (сравнительный анализ)  
Не бояться рассказывать!  
Не отказываться от лишней (экспериментировать)

**Клиент**  
Точно знать что человек (сравнивать)

**Клиент**  
Позитив во всем.  
Быть выносливым к себе  
Рассказать историю (продажа) как игру (продажа) (сравнительный анализ)  
Дисциплина не сдаться еще не пора отбросить на кален

**Что будет помогать** | **Что может помешать (препятствие)**

Шаги, кот-е мы

КонсультантПлюс  
РИЦ №188 Сети КонсультантПлюс  
КонсультантПлюс  
надежная правовая поддержка





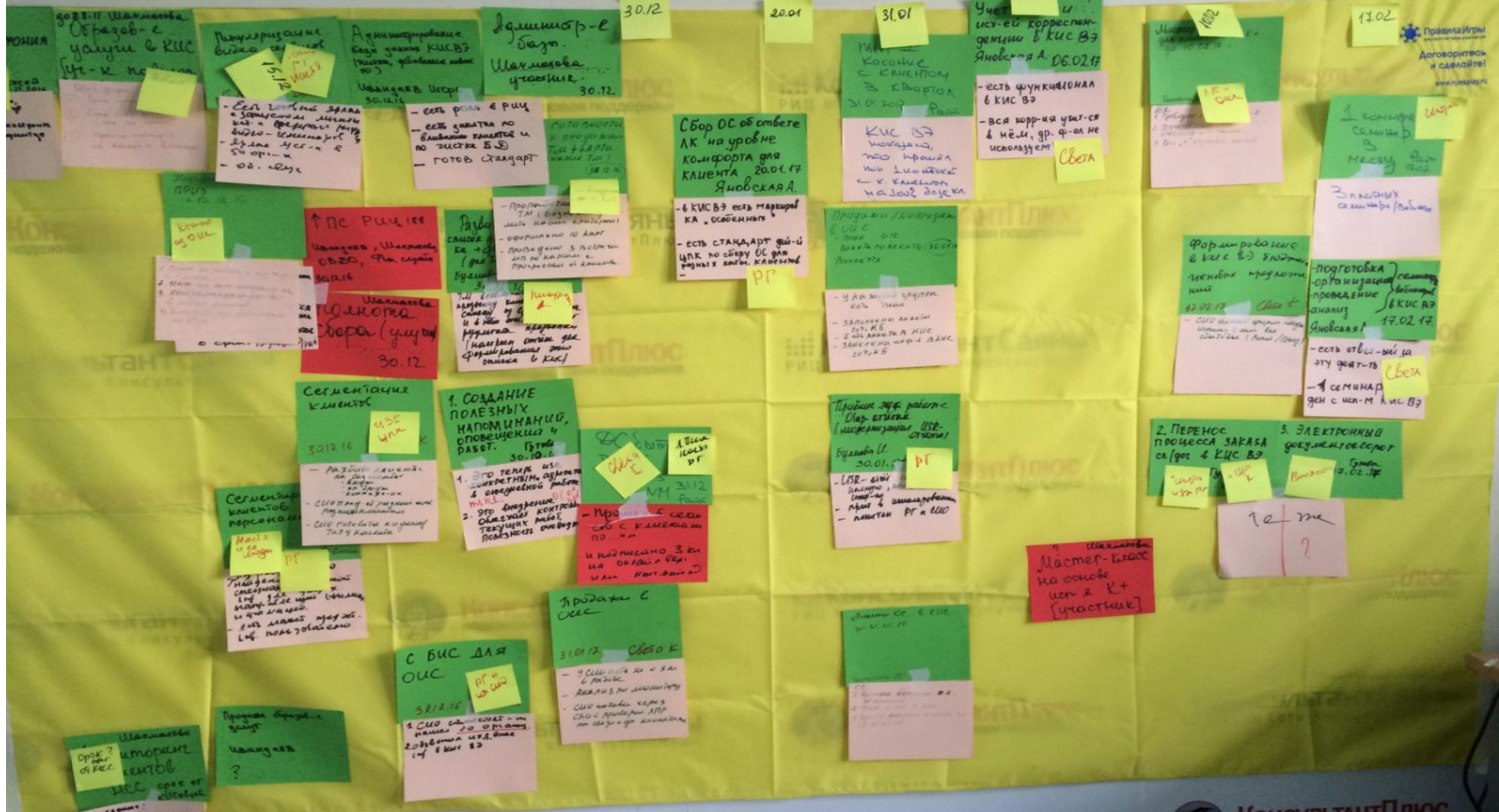




# УСКОРЕНИЕ И ОПТИМИЗАЦИЯ ПРОЦЕССОВ ПРИ ПРОДАЖЕ, (ДОПРОДАЖЕ) К+

- Цель: Ускорить и оптимизировать процесс продажи (допродажи) К+ клиенту.
- Ключевой вопрос: Как нам ускорить и оптимизировать взаимодействие между отделами в процессе продажи К+?
- Фокус-вопрос: Насколько эффективно на сегодняшний день выстроено взаимодействие?
- Финальная доска: Действия, направленные на оптимизацию и ускорение взаимодействия в процессе продажи К+.







# IP-ТЕЛЕФОНИЯ

Паси

С.А.А

Алексей  
11.2016

1. Купить
2. Подключить и настроить  
3 тел-на, 30 минут

Администрирование  
базы данных КИСВЭ  
(метка, добавление новых  
то)

ИВАНДЯЕВ Игорь  
30.12.16

- есть роль в РИИ
- есть задание по  
вливанию клиентов и  
по базе БД
- ГОТОВ СТАНДАРТ



Сбор ОС об ответе  
ЛК на уровне  
комфорта для  
клиента 20.01.17  
Яновская А.

- в КИС ВЭ есть маркиров  
ка „особенных“

- есть СТАНДАРТ дей-и  
ЦПК по сбору ОС для  
разных катег. клиентов

-

РР

Продажи / допродажи  
в ОИС

- план 6.12.

- Анкета по клиенту (30.01.17)

Виолетта

- у каждой группы  
есть план

- Заполнены анкеты  
20% КБ.

- Есть анкета в КИС

- Занесена инф-я в КИС  
20% КБ



# НЕМАТЕРИАЛЬНАЯ МОТИВАЦИЯ СОТРУДНИКОВ

- Цель: Найти новые идеи, систематизировать имеющиеся.
- Ключевой вопрос: Как мотивировать сотрудников на выполнение дополнительных задач без увеличения материальных затрат компании?
- Фокус-вопрос: Насколько в вашей компании понятны и описана система (технология) нематериальной мотивации?
- Финальная доска: Инструменты, технологии, действия, методы, способы, помогающие мотивировать сотрудников... (в нашей теме).

КАК МОТИВИРОВАТЬ СОТРУДНИКА НА КАЧЕСТВЕННОЕ ВЫПОЛНЕНИЕ ЗАДАЧИ БЕЗ УВЕЛИЧЕНИЯ ОПЛАТЫ? <sup>воп.</sup>

Действия, инструменты, технологии, методы, способы...

ПРИЗНАНИЕ

Публичное признание заслуг коллег. человека

Приводить в пример + похвала

Повышение востребованности ТЕБЯ, КОМАНДЫ (ОТДЕЛА)

Только ТА! Доверие ✓

Отдельно для КАЖДОГО свой подход ✓

НАМ ВСЕМ нужна твоя помощь

КОМАНДНЫЙ  
общ. РЕЗУЛЬТАТ

У нас так принято. (ссылка на общ. правила).

Выявляет на рейтинг компании в кот. работаешь

Вовлеченность каждого участника команды в результат общий

Отметить результаты деятельности в задании (напр. фото)

ИЧЖНО И ВАЖНО ДЛЯ КАЖДОГО вычтр. и вынтр. ✓

ЛУЧШИЕ УСЛОВИЯ

Выбор отпуска в числе первых

Сокращенной рабочей день

ГИБКИЙ ГРАФИК ✓

не буду стоять над душой" действия выч-ле

Новая задача влияет старую

ОПЫТ

Новый опыт, который БУДЕТ полезен

что-то новое интересно ✓

возможность выбора способа достижения пост. цели - разв. творческ. потенциал

ПЕРСПЕКТИВЫ

разъяснение к чему приведет конкретная задача

Косвенное влияние на з/п ✓

возм-ти карьерного роста

Принуждение

могу сделать сам... со всеми вытекающими

**БЛАГОДАРЮ ЗА  
ВНИМАНИЕ!  
РАДА ОТВЕТИТЬ НА ВСЕ  
ВАШИ ВОПРОСЫ**

Райт Наталья Борисовна

Заместитель директора

89233966986, nata\_rait13@mail.ru

