

Podstawowe zasady przeprowadzania wywiadów



Przeprowadzanie skutecznych wywiadów, które stają się źródłem odpowiednich spostrzeżeń na potrzeby opracowywania propozycji wartości, jest sztuką. Pamiętaj, że powinieneś koncentrować się na tym, co jest istotne dla (potencjalnych) klientów, a nie na próbach sprzedawania im gotowych rozwiązań. Aby móc przeprowadzać doskonałe wywiady, stosuj zasady z tej rozkładówki.

Zasada 1

Miej otwarty umysł.

Słuchaj „uszami nowicjusza” i unikaj interpretacji. Zwracaj szczególną uwagę na nieoczekiwane zadania, bolączki i korzyści.

Zasada 2

Słuchaj więcej, mów mniej.

Twoim celem powinno być słuchanie i uczenie się, a nie przekazywanie informacji, dążenie do zaimponowania klientowi czy przekonania go do czegoś. Nie marnuj czasu na opisywanie własnych przekonań, bo mniej dowiesz się o kliencie.

Zasada 3

Pozyskuj fakty, a nie opinie.

Nie pytaj: „Czy chciałbyś...?”.

Pytaj: „Kiedy ostatnio zdarzyło ci się...?”.

Zasada 4

Pytaj „dlaczego”, aby zapewnić sobie informacje o rzeczywistej motywacji.

Pytaj: „Dlaczego uważasz, że powinieneś...?”.

Pytaj: „Dlaczegojest dla ciebie istotne?”.

Pytaj: „Dlaczego jest aż takim problemem?”.

Zasada 5

Wywiady z klientami przeprowadzamy nie po to, aby coś im sprzedać (nawet jeśli wchodzi to w grę), tylko po to, aby ich poznawać.

Nie pytaj „Czy rozważyłbyś nabycie naszego roz-wiązania?”, tylko „Jakie są twoje kryteria decyzyjne, gdy decydujesz się na zakup...?”.

Zasada 6

Pozyskuj od rozmówców informacje kontaktowe, aby móc wysłuchiwać odpowiedzi na dalsze pytania lub testować prototypy.

Nie wyjaśniaj: „Nasze rozwiązanie służy...”.

Pytaj: „Jakie są twoje najpoważniejsze problemy?”.

Zasada 7

Utrzymuj kontakt.

Pozyskuj od rozmówców informacje kontaktowe, aby móc wysłuchiwać odpowiedzi na dalsze pytania lub testować prototypy.

Zasada 8

Zawsze pozostawiaj otwarte drzwi.

Pytaj: „Z kim jeszcze mógłbym porozmawiać?”.