



КЛИЕНТЫ

КОТОРЫЕ

ВАМ НЕ НУЖНЫ

ПО ВЗАИМОДЕЙСТВИЮ С ПРОДУКТОМ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ МОЖНО РАЗДЕЛИТЬ НА ЧЕТЫРЕ ГРУППЫ:



те, кто использует продукт так, как было задумано при разработке



те, кто использует продукт необычным способом, и в этом есть потенциал. На этих пользователей стоит обратить внимание, они важны



те, кто использует продукт необычным способом, но в этом нет долгосрочного потенциала, даже если сейчас на этих пользователях можно заработать



те, кто использует продукт, уничтожая его ценность.

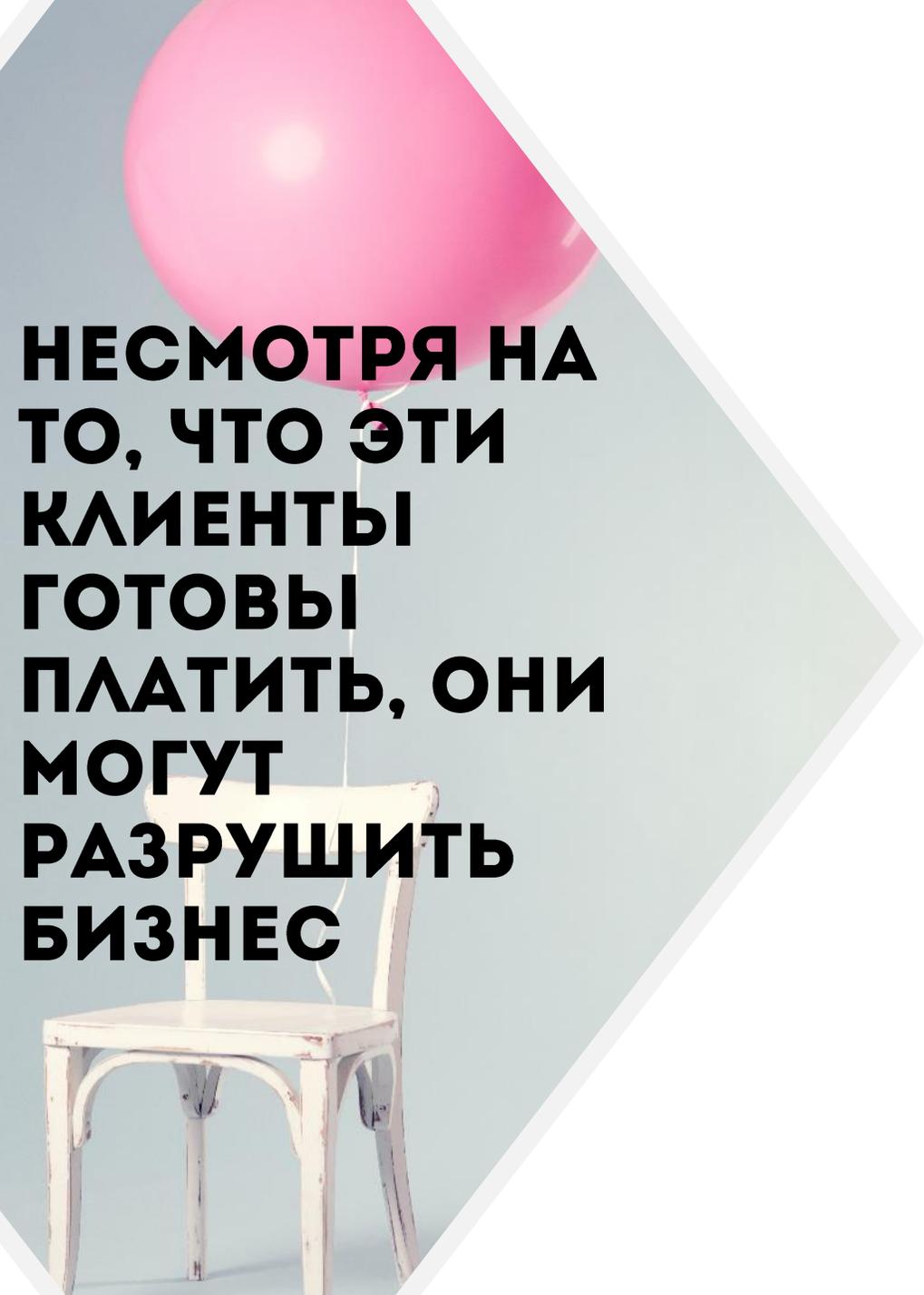


**МЫ МНОГО ГОВОРИМ О
ПЕРВЫХ ТРЕХ КАТЕГОРИЯХ
ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ**

НО УПУСКАЕМ ИЗ ВИДУ

ВРЕДИТЕЛЕЙ





**НЕСМОТЯ НА
ТО, ЧТО ЭТИ
КЛИЕНТЫ
ГОТОВЫ
ПЛАТИТЬ, ОНИ
МОГУТ
РАЗРУШИТЬ
БИЗНЕС**

Представьте, что на заре Airbnb площадку начали бы активно использовать для поиска мест проведения нарковечеринок. Да, так сдавались бы большие дорогие помещения, это приносило бы доход.

Но в долгосрочной перспективе оказалось бы разрушительным для бизнеса — как с репутационной точки зрения, так и потому, что сами дома и квартиры после таких вечеринок быстро теряли бы свой вид.

①

Вы запускаете платформу, которая соберет тысячи нянь, по принципу Uber. Ваша целевая аудитория — родители детей в возрасте от 4 до 12 лет.

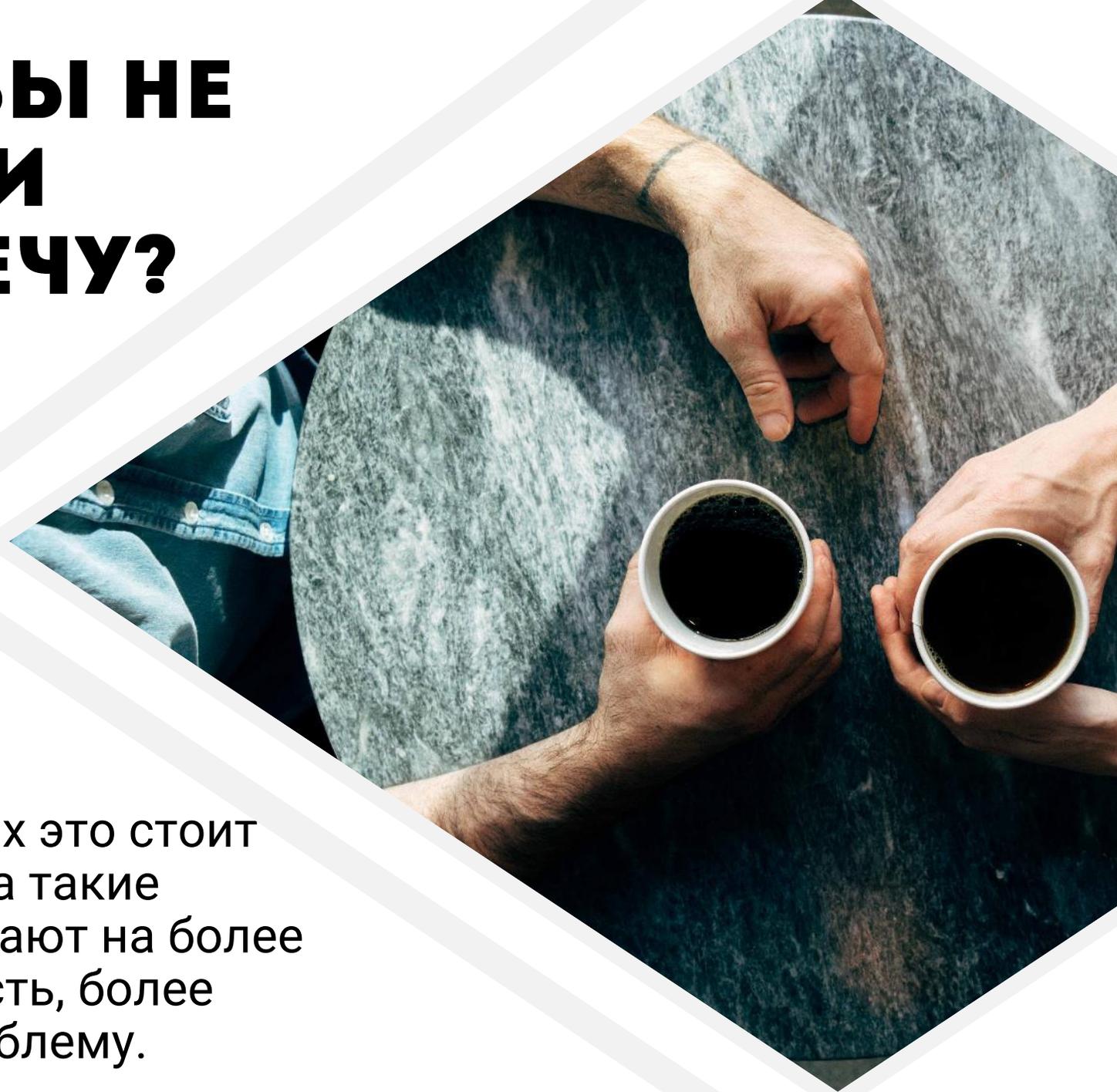
С такими детьми могут работать няни без специального образования, поэтому сервис можно предоставлять по умеренной цене. Но что делать, если на вашей платформе регистрируется пользователь, который ищет няню для ребенка с особыми потребностями?

②

ПОЧЕМУ БЫ НЕ ПОЙТИ НАВСТРЕЧУ?



В некоторых случаях это стоит сделать. Иногда такие пользователи указывают на более острую потребность, более серьезную проблему.





ПОСТАРАЙТЕСЬ ОТВЕТИТЬ НА ВОПРОСЫ:



требуется ли решение проблемы больших усилий?

является ли клиент представителем большой группы?



как решение проблемы этого клиента повлияет на финансовую сторону вашего бизнеса?

возможно, этот клиент указывает путь для более успешного развития?



НЕТ ЗНАЧИТ НЕТ

При отказе следует сохранять вежливость, но вы **НЕ ДОЛЖНЫ** извиняться за то, что перед вами стоят другие задачи.

Хороший клиентский сервис **НЕ ОЗНАЧАЕТ**, что вы станете обслуживать любого потенциального покупателя.





**ТЕ, КОМУ ВЫ ОТКАЗАЛИ,
ПЕРЕЖИВУТ ВАШЕ «НЕТ», А ВЫ
СМОЖЕТЕ ПРЕДОСТАВИТЬ
БОЛЕЕ КАЧЕСТВЕННЫЙ
СЕРВИС ТЕМ, НА КОГО ОН
ОРИЕНТИРОВАН.**